



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

**“ATENCIÓN AL CLIENTE COMO FACTOR
RELEVANTE PARA LA GESTIÓN DE LA CALIDAD
DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS RUBRO
GASTRONOMÍA, IGNACIO ESCUDERO, SULLANA,
2019.”**

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

AUTORA

SALDARRIAGA GONZALES, CARMEN DE LOS MILAGROS

ORCID: 0000-0003-4989-9072

ASESOR

PELAEZ CAMACHO, HECTOR YVAN

ORCID: 0000-0002-5394-1037

**PIURA- PERÚ
2021**

EQUIPO DE TRABAJO

AUTORA

SALDARRIAGA GONZALES, CARMEN DE LOS MILAGROS

ORCID: 0000-0003-4989-9072

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

ASESOR

PELAEZ CAMACHO, HECTOR YVAN

ORCID: 0000-0002-5394-1037

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

JURADO

PRESIDENTE: VILELA VARGAS, VÍCTOR HUGO

ORCID ID: 0000-0003-2027-6920

MIEMBRO: GUZMÁN CASTRO, IVÁN ARTURO

ORCID ID: 0000-0002-4650-4322

MIEMBRO: CHUMACERO ANCAJIMA, MARITZA ZELIDETH

ORCID ID: 0000-0001-7372-741X

FIRMA DE JURADO Y ASESOR

PELÁEZ CAMACHO, HÉCTOR YVÁN

ORCID: 0000-0002-5394-1037

VILELA VARGAS, VÍCTOR HUGO

ORCID ID: 0000-0003-2027-6920

GUZMÁN CASTRO, IVÁN ARTURO

ORCID ID: 0000-0002-4650-4322

CHUMACERO ANCAJIMA, MARITZA ZELIDETH

ORCID ID: 0000-0001-7372-741X

4 HOJA DE DEDICATORIA

A mis padres, los cuales a lo largo de mi vida
velan por mi bienestar y educación siendo
mi apoyo incondicional en todo momento.

Al profesor que nos estuvo brindado su apoyo
en todo momento para que así se pueda llevar
A cabo nuestro proyecto de investigación.

AGRADECIMIENTO

A DIOS, que me guio en el camino y me dio la Fe Para así realizar mi proyecto de investigación, así mismo a mis profesores por sus ilustrados conocimientos, también a la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote la casa de estudios que me acogió, y a mis queridos padres por su inmutable apoyo hacia mi persona.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo general: Determinar Las Principales Características De La Atención Al Cliente Como Factor Relevante Para La Gestión De Calidad De Las Micro Y Pequeñas Empresas Rubro Gastronomía, Ignacio Escudero, Sullana, 2019. Se obtuvo una metodología utilizando la investigación del tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental – transversal, se utilizó una población muestral de 121 clientes y 8 propietarios, a quienes se les aplicó un cuestionario de 22 preguntas a través de la técnica de la encuesta, obteniendo los siguientes resultados: Donde el 100 % si considera la atención al cliente Como un factor relevante para brindarle una buena Atención y el 0% menciona que no , el 100% al momento de atenderlo si le muestran respeto los empleados y el 0% menciona que no, el 100% considera que los empleados del restaurante deben estar bien informados y el 0% que no , el 100% considera que dentro del restaurante si verifican que sus empleados cumplan con su trabajo completamente y el 0% que no, el 50% considera que el principio que más aplican es de la mejora continua, y el 12.5% el enfoque al cliente.

La investigación concluye que la atención al cliente si es un factor relevante puesto a que genera mejoras en la gestión de calidad haciendo que los negocios brinden una buena atención y calidad a sus clientes.

Palabras clave: Atención al cliente, Gestión de calidad, Micro y Pequeñas empresas, Representantes.

ABSTRACT

The present research work had the general objective: To determine the Main Characteristics of Customer Service as a Relevant Factor for the Quality Management of Micro and Small Businesses Gastronomy, Ignacio Escudero, Sullana, 2019. A methodology was obtained using the research of the quantitative type, descriptive level, non-experimental design - transversal, a sample population of 121 clients and 8 owners was used, to whom a questionnaire of 22 questions was applied through the survey technique, obtaining the following results: Where 100% if they consider customer service as a relevant factor to provide good service and 0% mention no, 100% at the time of serving if employees show respect and 0% mention no, 100% consider that restaurant employees should be well informed and 0% that not, 100% consider that within the restaurant if they verify that their employers Those who have been read comply with their work completely and 0% who do not, 50% consider that the principle they apply the most is continuous improvement, and 12.5% focus on the customer.

The research concludes that customer service is a relevant factor since it generates improvements in quality management, making businesses provide good service and quality to their customers.

Keywords: Quality Management, Customer Service, Micro and Small Companies, Representatives.

INDICE GENERAL

Título de la investigación	i
Equipo de trabajo.....	ii
Firma de jurado y asesor.....	iii
Hoja de dedicatoria.....	iv
Agradecimiento	v
Resumen	vi
Abstract.....	vii
Indice general	viii
Índice de tablas	x
Índice de graficos.....	xii
Indice de cuadros	xiv
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. REVISIÓN DE LITERATURA	8
2.1 Antecedentes.....	8
2.2 Bases teóricas de la investigación.....	18
2.2.1 Atención al cliente.....	18
2.2.2 Gestión de calidad	21
III. HIPÓTESIS.....	27
IV. METODOLOGÍA.....	28
4.1. Diseño de la investigación.....	28
4.2. Población y muestra.....	29
4.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores.....	30
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	35
4.5. Plan de análisis	35
4.6. Matriz de consistencia.....	37
4.7. Principios éticos	38
V. RESULTADOS.....	39
5.1 Resultados.....	39
5.2. Análisis de los resultados.....	72
VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	83
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	86
VIII. ANEXO.....	90
Cronograma	90
Presupuesto	94

Encuesta	100
Validación:.....	108
Evidencias fotográficas.....	111
Evidencia turnitin.....	112

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Considera usted que la atención al cliente es un factor relevante para brindarle una buena Atención.....	39
Tabla 2. Qué tan importante considera usted la atención que deberían brindarle en el restaurante.....	40
Tabla 3. El servicio que le brindan en el restaurante satisface sus necesidades	41
Tabla 4. El empleado es amistoso a la hora de atenderlo	42
Tabla 5. A la hora de irse del restaurante los empleados le agradecen por su visita	43
Tabla 6. Al momento de atenderlo le muestran respeto los empleados.....	44
Tabla 7. Los empleados lo escuchan a usted como cliente ante algún reclamo hacia el restaurante.....	45
Tabla 8. Cuando usted necesita un favor en el restaurante el empleado le responde y le soluciona las dificultades que se le presentan.....	46
Tabla 9. El personal que lo atiende le pide retroalimentación acerca de la Atención que le ofrecen en el restaurante	47
Tabla 10. El empleado cumple con lo prometido generándole confianza en restaurante a usted como cliente	49
Tabla 11. Los empleados muestran una actitud de servicio positiva ante situaciones de algún pedido incorrecto	50
Tabla 12. el personal del restaurante le ofrece una atención personalizada ante algún inconveniente.....	51
Tabla 13. Cree que los empleados del restaurante deben estar bien informados para resolver sus dudas.....	52
Tabla 14. Cree usted que el local y la Atención que ofrecen en el restaurante cumple con sus expectativas	53
Tabla 15. Qué tan importante cree usted que es aplicar la gestión de calidad.....	54
Tabla 16. La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazados por la empresa.....	55
Tabla 17. Considera que en su restaurante se tiene la responsabilidad y los objetivos establecidos para poder diferenciarse de la competencia	56
Tabla 18. Dentro del restaurante usted verifica que sus empleados cumplan con su trabajo correctamente.....	57

Tabla 19. Al aplicar la gestión de calidad en su restaurante le cambia la manera de manipular las técnicas existentes para el bien de la empresa.....	61
Tabla 20. Aplica en la mype los principios de la gestión de calidad para poder conocerlas ne- cesidades de los clientes	62
Tabla 21. Qué principios de la gestión de calidad usted aplica dentro de la Mype	63
Tabla 22. Que tan importante considera usted aplicar los principios de gestión de calidad en su restaurante	63

ÍNDICE DE GRAFICOS

Grafico 1. Considera usted que la atención al cliente es un factor relevante para brindarle una buena Atención	39
Grafico 2. Qué tan importante considera usted la atención que deberían brindarle en el restaurante.....	40
Grafico 3. El servicio que le brindan en el restaurante satisface sus necesidades.....	41
Grafico 4. El empleado es amistoso a la hora de atenderlo	42
Grafico 5. A la hora de irse del restaurante los empleados le agradecen por su visita.....	43
Grafico 6. Al momento de atenderlo le muestran respeto los empleados.....	44
Grafico 7. Los empleados lo escuchan a usted como cliente ante algún reclamo hacia el restaurante.....	45
Grafico 8. Cuando usted necesita un favor en el restaurante el empleado le responde y le soluciona las dificultades que se le presentan.....	46
Grafico 9. El personal que lo atiende le pide retroalimentación acerca de la Atención que le ofrecen en el restaurante	47
Grafico 10. El empleado cumple con lo prometido generándole confianza en restaurante a usted como cliente	48
Grafico 11. Los empleados muestran una actitud de servicio positiva ante situaciones de algún pedido incorrecto.....	49
Grafico 12. el personal del restaurante le ofrece una atención personalizada ante algún inconveniente.....	50
Grafico 13. Cree que los empleados del restaurante deben estar bien informados para resolver sus dudas.....	51
Grafico 14. Cree usted que el local y la Atención que ofrecen en el restaurante cumple con sus expectativas.....	52
Grafico 15. Qué tan importante cree usted que es aplicar la gestión de calidad.....	53
Grafico 16. La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazados por la empresa.....	54
Grafico 17. Considera que en su restaurante se tiene la responsabilidad y los objetivos establecidos para poder diferenciarse de la competencia	55
Grafico 18. Dentro del restaurante usted verifica que sus empleados cumplan con su trabajo correctamente.....	56

Grafico19. Al aplicar la gestión de calidad en su restaurante le cambia la manera de manipular las técnicas existentes para el bien de la empresa.....	57
Grafico 20. Aplica en la mype los principios de la gestión de calidad para poder conocerlas ne- cesidades de los clientes	58
Tabla 21. Qué principios de la gestión de calidad usted aplica dentro de la Mype	63
Tabla 22. Que tan importante considera usted aplicar los principios de gestión de calidad en su restaurante	63

INDICIE DE CUADROS

Cuadro 1. Definicion y opercionalizacion de variables.....	30
Cuadro 2.Matriz y opercionalizacion de variables	37

I. INTRODUCCIÓN:

La Investigación se Titula: Atención Al Cliente Como Factor Relevante Para La Gestión De La Calidad De Las Micro Y Pequeñas Empresas Rubro Gastronomía, Ignacio Escudero, Sullana, 2019.

En la actualidad las microempresas son muy importantes ya que crean un mayor aumento de trabajo y aportan a la economía, por lo que hoy en día el estado les ofrece apoyo para la creación y certificación de las pequeñas empresas, concediéndoles sus beneficios según la ley, debido a ello es que cada vez más individuos deciden colocar su pequeño negocio impulsando el espíritu emprendedor, el cual les ayuda a crear una mayor fuente de entradas. Pero sin embargo a la fecha, la cantidad de desempleo escaló a un 16.3% de las personas como población económica activa y, lastimosamente, esta situación es ocasionada por el quebranto de las Mypes debido a la pandemia que atravesamos. En el período de los meses abril, mayo, según el INEI, más de 2.1 millones de trabajos se disiparon en las Mypes, en las empresas que contaban con 1 a 50 empleados. Para ello el actual gobierno creó programas de financiamiento, pero estos no tuvieron un resultado esperado. La inicial etapa de Reactiva Perú no desempeñó su objetivo primordial que es conceder financiamiento a las micro y pequeñas empresas. (Zúñiga, 2020)

Por lo general se sabe que las mypes desempeñan un rol esencial en el progreso económico y social del pueblo, ya que son presentemente de gran trascendencia en el mercado, puesto que son las que más empleos generan, siendo de mucha ayuda para los individuos que no tienen una economía firme y esto les brinda una entrada económica próspera. Siendo consideradas como el motor de la renta del país, puesto que contribuyen con empleo y crean entradas económicas que ayudan al aumento del PBI, siendo preciso decir que la totalidad de ellas nace por escasez de empleo, otras

por oportunidad de negocio y otras por la perspectiva dispuesta de establecer sus convenientes empresas incluso se podría decir que la razón de la crear las micro y pequeñas empresas hoy en día es la entrada económica, la cual es de mucha ayuda para que las familias de nuestro país consigan tener un apoyo que les beneficie económicamente debido a que su economía se ha reducido.

En el Perú se puede decir que las micro y pequeñas empresas se formaron hace bastante tiempo atrás, contando estas con uno o dos empleados, en el cual los empresarios y empleados no poseían los saberes precisos, siendo las ventas de los pequeños negocios muy descendidas. No fue incluso mediados de la época del XX en que se emprendieron a fundar nuevas micro y pequeñas empresas, si bien no poseían numeroso sustento, diversas de las microempresas que se establecieron eran informales, pero poco a poco han ido dando un giro y existiendo una mayor cantidad de pequeñas empresas en varias partes del país.

En varias naciones de América, las pequeñas y medianas empresas son los representantes trascendentales del progreso por su aporte a generar trabajo , por su contribución en la cifra general de organizaciones y por lo que es su deber en el producto bruto, es por eso que se hace precisa la contribución, sin embargo cabe precisar que diversas de estas poseen dificultades de sostenimiento la cual se dan debido a una mala gestión de calidad la cual emplean a sus procesos y a la atención al cliente, lo que les impide crecer en el mercado, una dificultad a nivel internacional Tello, (2014).

Arana, (2018) En México, de acuerdo a datos oficiales, hay 4.2 millones de unidades económicas, de esta naturaleza, el 99.8% son estimadas pequeñas y medianas empresas las cual contribuyen 42% del Producto Bruto Interno y crean el 78% del trabajo en México , pero muestran un pequeño desarrollo debido a que estas

organizaciones no han averiguado formas de perfeccionar sus procesos, ni menos obtener más conocimientos mediante la investigación de información que consientan realzar su calidad y a su vez optimizar la atención que se da a los consumidores, pues todo esto ha originado la detención de sus comercializaciones y al mismo tiempo problema para efectuar procedimientos trascendentales y establecerlos, evidenciando así la prisa de realizar un sistema de gestión ya que hay una gran parte de pequeñas empresas pero poco progreso en el lado interno de estas ya que la atención ofrecida a los consumidores no es la oportuna.

Pardina, (2017) En España hay Micro y pequeñas empresas; de las cual el 60% tienen dificultades en su empresa debido a la incorrección de comunicación en los eslabones jerárquicos, y el insuficiente uso de herramientas de gestión en la toma de las decisiones, como resultado a estas faltas administrativas las organizaciones muestran como amenaza un personal que no está comprometido con la empresa, alcanzando que los mismos se aprecien desmotivados, de manera que no ofrecen una buena atención al consumidor irradiando al público algo sin calidad.

Por otra parte, en Colombia, la gran mayoría de las micro y pequeñas empresas fracasan debido al desconocimiento de los factores que determinan el desempeño de sus empresas, muchas de ellas no planean lo que harán a un futuro, les hace falta trazarse objetivos y metas. En muchas de las empresas familiares no cuentan con herramientas para mejorar su gestión de calidad dificultándoles el desarrollo de la empresa, otro de sus problemas que se representan es que los representantes o dueños no tienen los conocimientos suficientes para manejar y llevar al éxito a su empresa Sabogal, (2018).

Por otro lado, en Bolivia, se conoce la importancia de lo que son las micro y pequeñas empresas en la economía nacional, no únicamente por la dominante cifra

que hay , sino especialmente, por su contribución a la creación de trabajo y a demás aspectos socioeconómicos, tal, ejemplo como : La aportación al PIB, al ascenso de la repartición de la entrada y al ahorro familiar, no obstante, la mayor parte pierde, a causa de que no contratan a los trabajadores adecuados para la organización , es decir al pretender hallar postulantes de calidad, acaban contratando sólo a populares o cercanos para las vacantes, en resultado estos revelan poco empuje para perfeccionar las técnicas de servicio al cliente, llevando a producir perdida en las ganancias Tettamanti, (2017).

Es de mucha importancia prestar atención cómo es que actúan los factores externos de la organización en este caso los restaurantes para ello tenemos los:

Factores económicos: El cambio en la economía es el que más genera impacto inmediato en el rubro restaurantes, ya que si las personas no reciben una retribución que les permita resguardar sus gastos dificultosamente iría a un restaurante.

Factores sociales: El gasto de cierto producto como las carnes o el pescado puede agrandar sus negocios o reducirlos en cuestión de que no tenga en la carta cierto preparativo similar, es por ello que tiene que estar preparado para los requerimientos que exprese el cliente.

Factores tecnológicos: El no incursionar en las implementaciones de la tecnológica dentro del negocio, puede comenzar a proporcionarle unos traspiés en la calidad de experiencia que pueda brindar el negocio de restaurante.

Factores legales: La política con el rubro gastronómico, le ocasiona un cambio legislativo como temas salariales y la prominencia de los costos de vida del comprador.

En el distrito de Ignacio escudero sin embargo, a pesar de la mucha importancia de las microempresas, estas poseen dificultades en atención al cliente , pues hoy en día

deben mejorar debido a que hay mucha competencia ya que el cliente cada vez es más estricto y cuando no le ofrecen lo que requiere opta por irse a otro lado, y en lo que es gestión de calidad hay varias empresas que no tienen herramientas para perfeccionar la gestión de su microempresa puesto a que ciertas pequeñas empresas tienen lentitud y deficiencia al instante de atender, haciendo que las clientelas ya no vuelvan, reduciendo sus ganancias y en varios casos cerrando sus negocios.

Por lo cual las empresas están en la necesidad de ofrecer progresos continuos ya que las buenas decisiones originarán el desarrollo de la empresa gracias a un cambio auténtico que se establezca, pues no debemos olvidar que no es suficientemente contar con una atención al cliente, sino que además agregarle la gestión de calidad le proporcionará más resultados, con el propósito de optimizar el desarrollo de la empresa. Por lo que se planteó el siguiente enunciado para la investigación: ¿Cuáles son las principales características de la atención al cliente como factor relevante para la Gestión De Calidad en las micro y pequeñas empresas Rubro Gastronomía, Ignacio Escudero, Sullana, 2019.? Para dar respuesta al problema de investigación se planteó el siguiente objetivo general: Determinar las principales características de la atención al cliente como factor relevante para la Gestión De Calidad en las micro y pequeñas empresas Rubro Gastronomía, Ignacio Escudero, Sullana, 2019

Para lograr alcanzar el objetivo general, se planteó los objetivos específicos siguientes:

- Describir Las Características De La Atención Al Cliente En Las Mypes Rubro Gastronomía, Ignacio Escudero, Sullana, 2019.
- Describir los factores de la Atención al cliente en las Mypes Rubro Gastronomía, Ignacio Escudero, Sullana, 2019.
- Describir las ventajas de la gestión de calidad en Las Mypes, Rubro Gastronomía,

Ignacio Escudero, Sullana, 2019.

- Describir Los principios de la gestión de calidad en las Mypes, Rubro Gastronomía, Ignacio Escudero, Sullana, 2019.

La investigación se justifica puesto que permitió a los clientes y propietarios de las micro y pequeñas empresas, conocer información acerca de la atención al cliente y gestión de calidad para poder efectuarlo a la empresa y mejorar.

Asimismo, se justifica por qué permitió determinar y estudiar los problemas que muestran las micro y pequeñas empresas que fueron investigadas, las cuales son importantes que se busquen soluciones, por lo que las recomendaciones brindadas se espera que sean de gran ayuda para así mejorar su atención y gestión de calidad dentro de su empresa. Además la investigación se justifica porque facilitó información relevante sobre la atención al cliente para la gestión de la calidad para que consigan ser utilizadas por las empresas en estudio y logren solucionar dificultades que se muestren en sus actividades habituales.

Finalmente se justifica con el fin de lograr que las clientelas se sientan acordes y confiados, para de esa manera poder conseguir satisfacer sus gustos y preferencias que soliciten. En el cual además en un tiempo futuro los estudiantes de la universidad Uladech que lo tomen como apoyo hacia futuras indagaciones de mayor profundidad originando una saber de búsqueda con información cierta y válida que progrese en las capacidades y comprensión de los estudiantes en la etapa de hacer proyectos de investigación.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1 Antecedentes:

ATENCIÓN AL CLIENTE

Castro (2015) En su tesis titulada “Calidad Del Servicio Al Cliente En El Sector Bancario De La Ciudad De Guayaquil Período 2010-2014” (tesis pregrado). Se ha considerado formular la siguiente problemática ¿Cuál es el grado de satisfacción de los clientes que perciben el servicio de las instituciones del sector bancario de la ciudad de Guayaquil dentro del período 2010- 2014?, la cual tuvo como objetivo general Analizar la calidad del servicio al cliente en el sector bancario privado de la ciudad de Guayaquil en el período 2010-2014. Considerando también los objetivos específicos 1. Describir las teorías relacionadas a la calidad del servicio en general. 2. Describir los aspectos teóricos relevantes de la calidad del servicio al cliente en el sector bancario privado en particular. 3. Diagnosticar la calidad de servicio al cliente en el sector bancario privado de Guayaquil. 4. Diseñar una propuesta tendiente a aumentar la calidad de servicio al cliente en el sector bancario privado de Guayaquil. Su metodología que utilizo en esta investigación el método descriptivo y correlacional, de tipo cualitativo y cuantitativo, realizando encuestas a 384 clientes de 8 bancos, con el mayor valor de activos en dólares, al mismo tiempo se realizó entrevistas a 5 funcionarios de varias instituciones de la banca. El marco teórico y conceptual se desarrolló en base a las principales teorías de los grandes mentores del tema calidad. En las encuestas aplicada hemos tenido estos resultados, en la percepción del cliente de la calidad del servicio en la banca se nota que el 29.43% dice que es buena, en la atención al cliente un 24,48% dice que es suficiencia de personal de atención, en la inconformidad del cliente un 22,92% mal trato al cliente, en percepción del cliente de la calidad del servicio en la banca un 78,13% dijo que sí. Se tubo por conclusión de las encuestas y entrevistas realizadas se han considerado la información

para realizar un análisis de las diferentes variables establecidas en este documento, para proponer las posibles mejoras que se pueden realizar

Albildo (2019) En su tesis titulada “Gestión De Calidad En Atención Al Cliente Y Plan De Mejora En Las Micro Y Pequeñas Empresas Sector Servicio – Rubro Pollerías, En La Avenida Sánchez Carrión Distrito De El Porvenir, 2018”. (tesis pregrado). Se planteó el siguiente enunciado del problema ¿Cuáles son las principales características de la Gestión de calidad en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas sector servicio – rubro pollerías, en la Av. Sánchez Carrión distrito de El Porvenir, 2018? La cual tuvo como objetivo general: Determinar las características de la gestión de calidad en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas sector servicio – rubro pollerías, en la Av. Sánchez Carrión distrito de El Porvenir, 2018. Además se tiene como objetivos específicos: – Determinar las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro pollerías, en la Av. Sánchez Carrión distrito de El Porvenir, 2018. 7 – Determinar las características de las micro y pequeñas empresas sector servicio – rubro pollerías, en la Av. Sánchez Carrión distrito de El Porvenir, 2018. – Determinar las características de la gestión de calidad en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas sector servicio – rubro pollerías, en la Av. Sánchez Carrión distrito de El Porvenir, 2018. – Elaborar un plan de mejora de la gestión de calidad en atención al cliente y plan de mejora de las micro y pequeñas empresas sector servicio –rubro pollerías, en la Av. Sánchez Carrión distrito de El Porvenir, 2018. La metodología utilizada en la investigación fue no experimental – transversal – descriptivo. Con una población muestral de 12 pollerías en la Avenida Sánchez Carrión en el Distrito de El Porvenir. Para la recolección de datos se utilizó el cuestionario el cual consta de 23 preguntas. La cual obtuvo los siguientes resultados: El 91.67 % son de género masculino, el 75% de encuestados tienen grado de instrucción superior no universitario, el 58.33 %

tienen tiempo de permanencia en el rubro alrededor de 4 – 6 años. La mayoría de sus trabajadores son familiares con el 58.33 %, el 83.33 % manifestó que su objetivo de creación fue para generar ganancias, El 58.33 % considera que tiene cierto conocimiento del término gestión de calidad, 41.67 % usa la técnica de atención al cliente, El 75 % conoce el término atención al cliente. El 75 % considera que aplica la atención personalizada, finalmente el 75 % consideran su atención al cliente es buena. Finalmente se concluye que, para las pymes en estudio, tienen poco conocimiento del término gestión de calidad, pero afirman que si conocen termino atención al cliente, Así mismo afirman que la atención que brindan es buena, y que han logrado una fidelización del cliente.

Carranza (2018) En su tesis titulada “Características de la competitividad y atención al cliente de las mype del sector servicio, rubro hoteles del casco urbano del distrito de Sullana, 2018”. (tesis pregrado). Se planteó el siguiente enunciado del problema ¿Cuáles son las Características de la Competitividad y Atención al cliente de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio Rubro Hoteles, del Casco Urbano del Distrito de Sullana, 2018? La cual tuvo como objetivo general: Describir las Características de la Competitividad y Atención al cliente de las mype del sector servicio Rubro Hoteles, del Casco Urbano del Distrito De Sullana, 2018. Además se tiene como objetivos específicos: Identificar los Factores que fomentan la competitividad en las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio Rubro Hoteles, Del Casco Urbano Del Distrito De Sullana, 2018. Determinar los Elementos de la Competitividad en las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio Rubro Hoteles, del Casco Urbano del Distrito de Sullana, 2018. Identificar las características de la atención del cliente de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio Rubro Hoteles, del Casco Urbano del Distrito de Sullana, 2018. Identificar las causas de insatisfacción de la atención del cliente de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio Rubro Hoteles, del Casco Urbano del Distrito de Sullana, 2018. La metodología utilizada fue de tipo no experimental-

transversal-descriptivo cuantitativo. La población para el estudio, la variable de competitividad está conformada por los clientes, es considerada como una variable infinita., Para la variable de atención al cliente la población es infinita, (clientes) a quienes se les aplicó un cuestionario, utilizando la técnica de la encuesta. La cual obtuvo los siguientes resultados sobre Atención al cliente : 83% si conoce las ofertas que la empresa realiza ; el 67% si se preocupa por el servicio que brinda al cliente ; el 59% si brinda un servicio de acuerdo a lo que paga; el 82 % cree que realiza cambios innovadores; el 74% Si los hace sentir comfortable ; el 67% siente que si lo hace sentir comfortable ; el 69% si utiliza las redes sociales ; EL 64 % cree que el servicio que brinda es profesional ; el 64 % menciona que brinda un servicio agradable. Finalmente, en conclusión, si Conoce las ofertas que la empresa realiza a diferencia de la competencia, si se preocupan por el servicio que usted necesita como cliente

Villacorta (2019) El presente trabajo de investigación titulado: “Gestión de calidad en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro Restaurante, Urbanización los Jardines, Trujillo 2018. (tesis pregrado). Se planteó el siguiente enunciado del problema ¿Cuáles son las características de la gestión de calidad y la atención al cliente en los restaurantes del Distrito de Pacaipampa, año 2019? La cual tuvo como objetivo general Objetivo general: Determinar las características de la gestión de calidad en atención al cliente y plan de mejora en las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio – Rubro Restaurante Urbanización los Jardines, Trujillo 2018. Además se tiene como objetivos específicos: (a) Describir los beneficios que se logran con la gestión de calidad en las MYPE de restaurantes del Distrito de Pacaipampa, año 2019. (b) Identificar las etapas de la gestión de calidad en las MYPE de restaurantes del Distrito de Pacaipampa, año 2019. (c) Describir las principales características del servicio en la atención al cliente en las MYPE restaurantes del Distrito

de Pacaipampa, año 2019, y (d) Identificar las dimensiones de la atención al cliente en las MYPE restaurantes del Distrito de Pacaipampa, año 2019. La metodología utilizada fue de diseño no experimental, transversal y descriptivo. La población de muestra fue 11 Restaurantes de la urbanización los Jardines. La cual obtuvo los siguientes resultados: El 91% de los representantes de las Mypes tienen de 1 a 5 trabajadores. El 64% de los representantes de las Mypes encuestadas si conocen el termino atención al cliente. El 100% de los representantes aplican la gestión de calidad en el servicio al cliente. El 92% de los empresarios de las Mypes manifiestan que si es fundamental la atención al cliente para que regrese. El 64% de los representantes de las Mypes utilizan la comunicación. El 82% de los representantes de las Mypes nos manifiestan que brindan una buena atención al cliente. Finalmente, en conclusión: El 91% tienen de 1 a 5 trabajadores El 64% conocen atención al cliente. El 100% aplican la gestión de calidad en la atención al cliente. El 92% si es fundamental la atención al cliente para que este regrese. El 82% brindan una buena atención al cliente. El 36% una mala atención se da por una mala organización de los trabajadores.

Gestión de calidad

Atencia (2018) en su tesis titulada “Caracterización De La Gestión De Calidad Bajo El Enfoque De La Calidad Total En Las Micro Y Pequeñas Empresas Del Rubro Elaboración De Productos De Panadería En El Distrito De Huaraz, 2016”. (tesis de postgrado). Se planteo el siguiente enunciado del problema ¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque de la calidad total en las micro y pequeñas empresas del rubro elaboración de productos de panadería en el distrito de Huaraz, 2016? La cual tuvo como objetivo general: Describir las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque de la calidad total en las micros y pequeñas empresas del rubro

elaboración de productos de panadería en el distrito de Huaraz, 2016. Además los siguientes objetivos específicos (a) Determinar las principales características de los gerentes de las micro y pequeñas empresas del rubro elaboración de productos de panadería en el distrito de Huaraz, 2016; (b) Determinar las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque de la calidad total en las micro y pequeñas empresas del rubro elaboración de productos de panadería en el distrito de Huaraz, 2016. La metodología utilizada fue una investigación descriptiva de nivel cuantitativo y de diseño no experimental transeccional. Con una población de 15 panaderías debido a que la población es pequeña se utilizó una muestra censal, y se asumió 15 panaderías, a quienes se les aplicó un cuestionario de 9 preguntas cerradas por medio de la técnica de la encuesta; la cual obtuvo los siguientes resultados: El 53,33% de gerentes encuestados del rubro elaboración de productos de panadería, manifiestan que a veces analizan permanentemente la situación actual de su empresa en el proceso de elaboración de panes, el 46,67% indican que a veces implementan los cambios en la empresa para solucionar problemas en el proceso de elaboración de panes, el 60,00% manifiesta que nunca miden los resultados alcanzados por sus empleados en la ejecución de sus actividades y el 66,67% manifiesta que a veces desarrollan la mejora continua en el proceso de elaboración de panes. La conclusión más significativa obtenida de este estudio es que no se da una adecuada gestión de calidad y que no aplican adecuadamente el ciclo PHVA en las panaderías, se percibe que hay deficiencias porque los gerentes no planean, no evalúan y no verifican las actividades que desarrollan dentro de su organización.

Sanjinez (2019) En su tesis titulada “Caracterización De La Competitividad Y Gestión De Calidad De Las Mype Comerciales, Rubro Cevicherías Del Centro De La Ciudad De Piura, Año 2015”. (tesis de postgrado). Se planteo el siguiente enunciado del problema ¿Qué características tiene la Competitividad y Gestión de Calidad en las MYPE rubro cevicherías del centro de la ciudad de Piura? La cual tuvo como objetivo general: Conocer

qué características tiene la Competitividad y Gestión de Calidad en las MYPE rubro cevicherías del centro de la ciudad de Piura, año 2015. Además los siguientes objetivos específicos: (a) conocer los factores de competitividad en las MYPE rubro cevicherías del centro de la ciudad de Piura, año 2015; (b) Identificar las formas de satisfacción del cliente de las MYPE rubro cevicherías del centro de la ciudad de Piura, año 2015; (c) Identificar los factores del compromiso laboral de las MYPE rubro cevicherías del centro de la ciudad de Piura, año 2015; (d) Conocer el proceso de la planeación en las MYPE rubro cevicherías del centro de la ciudad de Piura, año 2015. La metodología utilizada para el desarrollo de esta investigación ha sido de nivel descriptiva, tipo cuantitativo, diseño no experimental, corte transversal, utilizando la técnica de la encuesta y el instrumento el cuestionario con una población para la variable Competitividad; para el primer objetivo es conocida (N=10) gerentes; en el segundo objetivo es infinita; por otra parte, la variable Gestión de Calidad es una población finita conocida donde N= 47 trabajadores y 10 gerentes; siendo los resultados agrupados de acuerdo a la variable. De los resultados se tiene que el 90% de los gerentes no comprende las necesidades de sus clientes, un 86% de los clientes evidencia que la empresa si cumple con las ofertas y promociones que presenta, de otro lado un 77% de los trabajadores evidencia que si cuentan con los recursos necesarios para realizar un trabajo de calidad y un 80% de los gerentes evidencia que la empresa si cuenta con los recursos necesarios para cumplir con los objetivos trazados.

Rodríguez (2017) en su tesis titulada “Caracterización de la Gestión de Calidad y Competitividad de las Mypes en los Servicios de Venta de Electrodomésticos en el Distrito de Juanjuí, Año 2016”. (tesis de postgrado). Se planteó el siguiente enunciado del problema: ¿Cuáles son las características de la gestión de calidad y competitividad de las MYPES en los servicios de venta de electrodomésticos en el Distrito de Juanjuí año 2016? La cual tuvo como objetivo general, determinar las características de la gestión de

calidad y competitividad de las MYPES en los servicios de venta de electrodomésticos en el Distrito de Juanjuí, Año 2016. Además se tiene como objetivos Específicos: Determinar las características de los representantes de las MYPES en los servicios de venta de electrodomésticos en el Distrito de Juanjuí año 2016, Determinar las características de las MYPES en los servicios de venta de electrodomésticos en el Distrito de Juanjuí año 2016, Determinar las características de Competitividad de las MYPES en los servicios de venta de electrodomésticos en el Distrito de Juanjuí año 2016, Determinar las características de Gestión de Calidad de las MYPES en los servicios de venta de electrodomésticos en el Distrito de Juanjuí año 2016. La metodología utilizada para el desarrollo de esta investigación ha sido no experimental porque se realizó sin manipular deliberadamente las variables, observándolas tal como se mostraron dentro de su contexto. Fue descriptiva y se escogió una muestra de 6 microempresas, aplicando un cuestionario de 20 preguntas, utilizando la técnica de la encuesta, la cual obtuvo los siguientes resultados: Los representantes legales de las MYPES el 66.7% tienen de 31 a 50 años, son de sexo masculino 83.3%, el 66.7% tienen grado de Profesional Universitario. De la Empresa el 100.0% de las MYPES son formales, El 50.0% de las MYPES de las empresas tienen más de 4 años de permanencia en el mercado, Menos de 10 trabajadores permanentes es de 100.0%, y menos de 10 trabajadores eventuales es de 100.0%. El 100.0% de las MYPES afirma que La Gestión de Calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio. La mayoría de las MYPES ha usado las técnicas del Benchmarking al 66.7%. La conclusión más significativa obtenida de este estudio De la Empresa el 100.0% de las MYPES son formales, El 50.0% de las MYPES las empresas tienen más de 4 años de permanencia en el mercado, El 100.0% de las MYPES afirma que La Gestión de Calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio.

Méndez (2019) En su tesis titulada “Gestión De Calidad Bajo El Enfoque Del Liderazgo En Las Micro Y Pequeñas Empresas Del Sector Servicios, Rubro Pollerías Del

Distrito De Chimbote, 2018” (tesis de postgrado). Se planteo el siguiente enunciado del problema: ¿Cuáles son las principales características de Gestión de Calidad con el uso del liderazgo en las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicios, rubro Pollerías del distrito de Chimbote, 2018? La cual tuvo como objetivo general: determinar las características de Gestión de Calidad Bajo el enfoque del Liderazgo en las Micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro Pollerías del distrito de Chimbote, 2018. Además se tiene como objetivos específicos: Determinar las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro Pollerías del distrito de Chimbote, 2018. Identificar las características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro Pollerías del distrito de Chimbote, 2018. Describir las características de gestión de calidad bajo el enfoque del liderazgo en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro Pollerías del distrito de Chimbote, 2018. La metodología utilizada fue de diseño no experimental – transversal, para el recojo de información se utilizó una población muestral de 31 micro y pequeñas empresas, a quienes se les aplicó un cuestionario de 23 preguntas a través de la técnica de la encuesta, la cual obtuvo los siguientes resultados : El 64.51% de los representantes tienen un promedio de edad entre 31 a 50 años, el 80.70% son de género masculino, el 64.52% tienen cargo de dueño en la empresa, el 48.39% tiene un aprendizaje lento, el 64.51% de los representantes indican “Si” tienen conocimiento acerca de la gestión de calidad y el 61.29% tienen un grado de instrucción de secundaria. Finalmente, en la investigación se concluye, que la mayoría de los representantes tienen una edad promedio de 31 a 50 años, están dirigidas por personas del género masculino, están dirigidas por sus propios dueños, tienen conocimiento de la gestión de calidad debido a los años de experiencia que tienen en sus negocios. Sin embargo, los trabajadores cuentan con un aprendizaje lento lo cual dificulta a la empresa a implementar la gestión de calidad en sus negocios, teniendo la mayoría solo estudios secundarios realizados.

1. Bases teóricas de la investigación

Micro y pequeñas empresas

Balbuena (2009) Dice que una MYPE es una unidad que está conformada por una persona ya sea natural y jurídica, pero que, bajo cualquier forma de clasificación o misión empresarial vista en el código actual, posee desarrollar acciones de evolución, creación, comercialización de bienes o ayuda de servicios.

2.1.1 Atención al cliente

Porporatto (2015) Define la atención al cliente como el servicio brindado por una organización con un fin únicamente de relacionarse con los clientes y obtener la satisfacción de sus necesidades de los consumidores ya que esta es una herramienta muy útil para interactuar con los consumidores ofreciendo asesoramiento apropiado para asegurar un uso correcto de un servicio.

2.2.1.1 La atención al cliente como factor clave

Da Silva (2020) La atención al cliente es una primordial clave de éxito para un negocio, porque es el cliente quien la fortalece y permite que posea persistencia en el tiempo ya que en la actualidad, los negocios deben trabajar vigorosamente para ofrecer a sus clientela experiencias excelentes que los satisfagan y les permitan permanecer fiel a pesar del sin fin de acogidas que existen en el mercado.

2.2.1.2 Características de atención al cliente

Jumeira (2016) Dice que una buena atención al cliente posee el potencial y así tener consumidores que sean fiel y están listos a confiar tu empresa a amistades, familiares ya que proporcionar un buen servicio al cliente empieza con una legítima pretensión de consentir a tus consumidores, así mismo se debe pensar en ir más allá de ofrecer

productos. Pues se necesita la experiencia que a al pasar el lapso tus consumidores han poseído cuando han visitado tu establecimiento o sitio web. Aquí el autor nos muestra nueve características con las que se puede emprender a crear un patrón de un buen servicio al cliente en tu negocio.

Conoce tu producto o servicio: Puede sonar obvio, pero para proveer una buena atención al cliente se requiere conocer lo que estás ofreciendo a tus consumidores, internamente y externamente. Nos debemos asegurar de estar al tanto cómo funciona el producto o servicio teniendo en cuenta las consultas más usuales de tus productos y cómo pronunciar las respuestas.

Se amistoso: Aquí Como señalan, una buena atención al consumidor empieza con una sonrisa ya que cuando nos encontremos con un cliente cara a cara, un entusiasta saludo tiene que ser lo primordial que tus clientes te vean y recurran a ti cuando requieran ayuda. Además, aun cuando tengas llamadas telefónicas dentro de la empresa, la sonrisa puede sonar a través de tu tono de voz, así que siempre debemos asegurarnos de que estamos listo para ser amistosos para atender a nuestros clientes.

Di gracias: El agradecimiento es importante, puede recordar a tus consumidores por qué adquirieron o consumieron algo en tu establecimiento o contrataron a tu organización ya que decir gracias posteriormente después de cada transacción es una de las formas más posibles para emprender el hábito de una buena atención al cliente. Entrena a tu personal: Es muy importante asegurarnos que todos los trabajadores, no solo los representantes de la atención al cliente, tengan en claro por qué deben dialogar, interactuar y solucionar inconvenientes a los consumidores pues esto Facilita preparación que dote de herramientas que logren atender a los clientes.

Muestra respeto: La atención al cliente alcanza envolver emociones, es por eso

que es sustancial asegurarse que tus trabajadores que lidian con labores de atención al cliente, se muestren muy amables y educados pues nunca debemos de dejar que las emociones intervengan tu deseo de ver contento a tus consumidores.

Escucha: es uno de los secretos de la atención al cliente pues escuchar significa oír lo que tus consumidores expresan y entender lo que informan de un modo no expresado ya debemos siempre estar a la mira las señales que comunican.

Se responsivo: Aquí Podría no haber peor forma que no reconocer a un cliente que está tratando de conseguir un favor o solucionar una dificultad o buscar más de que lo que se le ofrece pues aquí es importante responderles rápidamente a sus interrogantes, comentarios y explicaciones. Algunas contestaciones son mejor que ninguna, así el consumidor no se sentirá de una manera ignorado.

Pide retroalimentación: Aquí Podría sorprenderte lo que aprendes de tus consumidores y sus necesidades cuando consultas lo que opinan de tu negocio, servicios y productos, además, puedes usar cuestionarios o inclusive encuestas.

2.2.1.3 Su Importancia

Calabres (2011) Nos dice que la Atención al Cliente es importante para los negocios, principalmente hoy cuando la totalidad de las opiniones de los clientes se vulgarizan de modo muy rápido por las redes. Pues el trato que se ejecuta hoy ya es casi eternamente impersonal, ya que, pues no estamos realmente cara a cara con el consumidor, es por ello que por este conocimiento debemos identificar las trascendentales faltas que se hacen en la atención al cliente para así poder impedir las. Pues cuando una organización tiene una alta proporción de informalidad de sus responsabilidades, el empleado responsable de tener en cuenta los reclamos o lamentaciones recibirá numerosas llamadas de consumidores disgustados de la atención y hará todo lo que este en su alcance para poder calmar al cliente y solucionar sus

inconvenientes.

2.2.1.4 Factores básicos para que tus clientes se sientan bien atendidos.

Verdú (2013) Dice que los consumidores evalúan la calidad de atención que reciben sobre cinco factores que son Estimados en su conjunto, pues conforman la apreciación que el consumidor realiza de la calidad de la atención que recibe, pues, por tanto, una sola acción no perfeccionará su evaluación. El autor nos da a conocer los siguientes factores:

1- Cumplir lo prometido. Representa conceder amablemente y pertinentemente la prestación acordada. Es decir, que, si diste palabra para ceder un pedido según lo solicitado por el cliente, el miércoles a las 6 horas de la tarde, has de desempeñar todas las condiciones que acordaste, porque todas tienen la misma importancia, y cada una de ella genera la emoción en el consumidor si es que se puede confiar o no en tu negocio. Portilla (2003) Dice que el cumplir las promesas como la procedencia de mucha o poca confidencialidad en una organización si se cumplen todas las promesas de negocio sobre el servicio que ofrecen, el consumidor puede confiar en la organización con la seguridad de que no malgastará tiempo ni fortuna pues cumplir con lo prometido les genera mucha confianza.

2- Actitud de servicio. La falta de cualidades en el servicio que brinda los empleados los consumidores lo observan como una falta de habilidad para oír y solucionar sus inconvenientes o sucesos de la manera más beneficiosa ya que una actitud de una buena atención al cliente se caracteriza básicamente por: – Cortesía y Simpatía: El consumidor anhela siempre ser de una manera bien recibido pues el trato con el consumidor jamás debe ser indiferente y alejado, si no, por lo reverso, reconocer sus necesidades de una forma cordial. – Atención rápida: A ninguno le gusta esperar tiempo o apreciar que se le ignora ya que, si llega un consumidor y estás ocupado, se le debe hablar en forma sonriente: “Estaré con usted en un momento “. Quizás te interese ‘Cómo

evitar que tu cliente pierda el tiempo’.

3- Empatía y atención personalizada. Al consumidor le atrae y se le hace sentir de una forma importante cuando se le brinda atención de manera personalizada, como, por ejemplo, cuando te riges a él por sus nombres.

Según Billielou (2016) la empatía es una destreza esencial en la atención al consumidor ya que es la capacidad de entender el inconveniente del otro, como casi vivirlo y sentirlo sabiendo contestar colocándonos en el lugar del otro pues cuando logramos ser empáticos, logramos muchas cosas sorprendentes.

4- Personal competente y bien informado. El personal debe ser competente con el consumidor a tal nivel de compañerismo pues el cliente al percibirá esta confianza si conoces el negocio donde trabajas y los servicios que ofreces busca tener que recibir una información segura y muy completa.

5- Los elementos físicos y ambientales. Las apariencias de las infraestructuras, comercio, y la decoración, del personal que vende, todos estos elementos, si le incitan a efectuar el acuerdo, la adquisición o adquirir algún producto favorecen a que el consumidor valore complacidamente la atención. En los factores hemos hablado de cada uno de ellos y cada uno influye bastante y tiene mucha importancia a la hora de la atención al cliente todos estos elementos, si les incita a establecer el acuerdo, la producción o ingreso de una utilidad o prestación, pues ayudan a que el consumidor aprecie propiciamente la atención.

2.2.1.5 Como brindar una buena atención al cliente

Arturo (2015) Hoy en día en la actualidad, debido al aumento de competitividad que existe se hace todo lo posible por ser los preferidos, ya que las clientelas son bastante

rígidas en lo que referente al servicio que le brindan al cliente. Ellos solo harán la compra en donde sean tratados con gentileza o donde les expresen que los estiman, incluso cuando lo que les brinden sea de menos calidad que del que ofrece la competencia, y se abstendrán de adquirir productos o servicios a quien los traten con torpeza o pereza, o abandonarán de comprarles para marcharse a la competencia inclusive así sean su clientela desde hace tiempo

2.1.2 GESTIÓN DE CALIDAD

Porto (2014) se le llama gestión de calidad a la unidad operativa que se desarrolla para mejorar las técnicas en una organización y que tiene como objetivo orientar a la información y al trabajo de modo tal que los compradores estén acordes con los productos que adquieren ya que un consumidor satisfecho implica un beneficio para la organización y buenas ganancias.

2.2.2.1. Importancia

Riquelme (2017) Nos dice que la gestión de la calidad garantiza la perfección en los bienes, y servicios de una organización pues las empresas que hacen uso de programas de gestión de calidad emplean la información de ellos para asemejar debilidades, fracasos, áreas de progreso y fortalezas. Esto le da a la organización la capacidad de formar reglas, crear ajustes cuando sea preciso y brindar un mayor valor a su base de compradores.

2.2.1.1 Ventajas de la gestión de calidad

Maldonado (2017) Nos dice que las ventajas que se posee con la ejecución de un Sistema de Gestión de Calidad por el lado de las organizaciones son:

- Aseverar que la organización consiga los objetivos formulados; para esto es preciso ordenar los objetivos de calidad con los de la compañía.

- Se puede tramitar el trabajo completo de la organización, descubriendo los desatinos y remediándolos, también descubrir oportunidades de progreso, que al ser efectuadas debidamente consiguieran un significativo grado en la ocupación.

- Cambia la manera de manipular las técnicas, envolviendo en la distribución a los consumidores y vendedores, estableciendo un vínculo de valor sólido que permita la retroalimentación del sistema.

Los 7 principios de la Gestión de la Calidad

Sejzer (2018) indica que para que un Sistema de Gestión de la Calidad (SGC) desempeñe su cargo, debe ser efectuado de modo sistemático, con la aportación de todos los integrantes de la empresa y con un claro liderazgo por la parte de la Dirección. Las Normas ISO 9001 en su adaptación 2015 nos aporta 7 principios primordiales que corresponden tenerlos en cuenta en un adecuado trabajo de gestión de calidad además de funcionar como un marco de referencia de las actividades a diario pues son aspectos que son triviales, pero que a su vez son dificultosas de lograr y conservar.

Principio 1: Enfoque al cliente. En este principio el sistema de gestión de calidad busca, satisfacer a los clientes. Empezando desde la base del cumplimiento de los requerimientos, pues se debe trabajar en una sesión empática, estar al tanto de sus necesidades reales y resaltar sus expectativas.

Principio 2: Liderazgo En este principio ningún sistema de gestión de calidad trabaja si no hay una persuasión real y una responsabilidad absoluta de parte de la dirección y de los que están comprometidos de las áreas pues es esencial que haya un liderazgo que rijan a cumplir los objetivos, de modo estratégico, haciendo sentir a los integrantes partícipes de los resultados

Principio 3: Compromiso y competencia de las personas En este principio

todas las personas contribuyen al valor dentro de la organización pues se debe incluir a toda la empresa en el sistema de gestión, con la colaboración de cada integrante en las acciones de mejora. Esto se consigue a través de una formación correcta y sistemática, para lograr la capacidad necesaria para cada puesto. Asimismo, se deben eliminar las barreras para el desarrollo, como la resistencia al cambio pues si esto está resuelto, poseeremos personas con un compromiso hacia el cumplimiento de los objetivos.

Principio 4: Enfoque basado en los procesos En este principio las actividades de las empresas corresponden ser desarrollados como procesos que marchan bajo un procedimiento interdependiente y solidario ya que conocer cómo funcionan y cómo se interacciona con el resto, nos permite estudiar su desempeño y corregirlo. "Si usted no puede describir lo que está haciendo como un proceso, usted no sabe lo que está haciendo."

Principio 5: Mejora continua En este principio acoger la mejora continua como ética de compromiso es preciso para que las empresas se adapten al mundo emprendedor en el cual se halla sumergido. No solo el argumento cambia, sino que también cambian las necesidades de la organización, ya que buscamos progresar y desarrollarnos.

Principio 6: Toma de decisiones basada en la evidencia En este principio todas las decisiones que toman las empresas corresponden estar libres de subjetividad pues al observar una situación debemos ver sólo realidades concretas, como evidencias que aprueben percibir mejor las relaciones de causa-efecto que rigen en marcha de los conocimientos pues perceptiblemente, existe un nivel de indecisión en esto, pero el nivel de integridad será muy numeroso que si nos apoyáramos en situaciones inseguras que dan parte a ambigüedades o múltiples comentarios.

Principio 7: Gestión de las relaciones En este principio de la gestión de calidad las partes interesadas influyen de un explícito modo en la actividad de las empresas, o se

ven afectadas por ésta pues aquí se debe dar un específico cuidado a desarrollar para el trato con todas las partes lo que resulta un favor en general.

III. HIPÓTESIS

En el actual estudio que lleva por título Atención Al Cliente Como Factor Relevante Para La Gestión De La Calidad De Las Micro Y Pequeñas Empresas Rubro Gastronomía, Ignacio Escudero, Sullana, 2019.

No se planteó hipótesis por ser una investigación descriptivo

IV. METODOLOGÍA

4.1. Diseño de la investigación

La investigación fue de tipo cuantitativa. Según Ramírez, (2019) una investigación cuantitativa es un procedimiento que se utiliza como plataforma de datos numerarios o cuantificables para crear generalidades sobre un fenómeno. Las cifras se producen de niveles de una medida justa para las unidades de estudio que tienen por nombre variables.

La investigación que se realizó fue de nivel descriptivo. Para Hernández, (2014) una investigación de nivel descriptivo es la que centra en el cada una de las propiedades, conjuntamente con las características de las variables que se están estudiando, con la problemática e incluso con el fenómeno que fue sometido a un análisis. Ósea que se acumuló y calculó solamente información de una manera autónoma o en conjunto sobre las variables que se estudian.

La investigación fue no experimental. Según Hernández Sampier, (2004) Indica que una investigación no experimental es la que se realiza sin usar variables. Basándose esencialmente en la observación de fenómenos a través de cómo se dan dentro de su contexto original para estudiarlos en orden. Además, en la investigación no experimental no se cuenta con condiciones ni estímulos a quienes expongan los sumisos del estudio.

4.2. Población y muestra

a.) Población:

Para Arias, (2012) “La población, es un conjunto que puede ser finito o infinito de elementos con características comunes para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación y que esta queda delimitada por el problema y por los objetivos del estudio”

Para la variable Gestión de calidad, estuvo conformada por 8 personas (Propietarios) lo cual constituye una población finita.

Para la variable atención al cliente, estuvo conformada por los clientes lo cual constituye una población infinita, susceptible a técnicas y fórmulas estadísticas considerándose sólo a los clientes que visitan las mypes en estudio ubicadas en Ignacio escudero.

b.) Muestra

Díaz, (2015) precisa que la muestra es un subgrupo de las poblaciones, es decir un conjunto de elementos que corresponden a ese subconjunto determinado en sus particularidades al que le decimos población.

La variable Atención al cliente está dirigida a los clientes del restaurante y la variable gestión de calidad está dirigida a los propietarios.

M 1 = 8 empresarios

M 2 = 121 clientes.

Para determinar esta muestra se hizo uso de la siguiente fórmula estadística:

$$n = \frac{Z^2XPXQ}{E^2}$$

P= probabilidades de concurrencia	(0.5)
Q= probabilidades de no concurrencia	(0.5)
E= margen de error	(8 %)
Z= grado de confianza	(92 = 1.76)
n= factor por determinar	

Se considera como

Criterio de inclusión:

- Para las variables propuestas, incluyeron a los propietarios y los clientes de los restaurantes del distrito de Ignacio escudero que decidan ser partícipe del trabajo de investigación.

Criterio de exclusión:

- Se excluye a personas que sean menores de edad, y aquellos que no deseen brindar información para realizar dicha investigación.

4.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores

Cuadro 1: Matriz de operacionalización de variables

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	DEFINICIÓN OPERACIONAL	INDICADORES	Fuente
Atención al cliente	Porporatto (2015) Define la atención al cliente como el servicio brindado por una organización con un fin únicamente de relacionarse con los clientes y obtener la	Características la atención al cliente	- La dimensión “Características de la atención al cliente” se medirá con sus indicadores: Conoce tu producto o servicio, Se amistoso, Di gracias, Muestra respeto, Escucha, Se responsivo, Pide retroalimentación.	- Conoce tu producto o servicio - Se amistoso - Di gracias - Muestra respeto - Escucha - Se responsivo - Pide retroalimentación	Clientes

	<p>satisfacción de sus necesidades de los consumidores ya que esta es una herramienta muy útil para interactuar con los consumidores ofreciendo asesoramiento apropiado para asegurar un uso correcto de un servicio.</p>	<p>Factores de la atención al cliente</p>	<p>- La dimensión “Factores de la atención al cliente” se medirá con sus indicadores: Cumplir lo prometido, Actitud de servicio, Empatía y atención personalizada, Personal competente y bien informado., Los elementos físicos y ambientales.</p>	<p>- Cumplir lo prometido - Actitud de servicio. - Empatía y atención personalizada - Personal competente y bien informado. - Los elementos físicos y ambientales.</p> <p>Clientes</p>	
<p>Gestión de calidad</p>	<p>Porto (2014) se le llama gestión de calidad a la unidad operativa que se desarrolla para mejorar las técnicas en una organización y que tiene como objetivo orientar a la información y al trabajo de Lamodo tal que los compradores estén acordes con los productos que adquieren ya que un consumidor satisfecho implica un beneficio para la organización y buenas ganancias.</p>	<p>Ventajas de la gestión de calidad</p>	<p>- La dimensión “ventajas de la gestión de calidad” se medirá con sus indicadores: Aseverar que la organización consiga los objetivos formulados, Se puede tramitar el trabajo completo de la organización, Cambia la manera de manipular las técnicas</p>	<p>- Aseverar que la organización consiga los objetivos formulados - Se puede tramitar el trabajo completo de la organización - Cambia la manera de manipular las técnicas</p> <p>Propietarios</p>	
		<p>Principios de la gestión de calidad</p>	<p>- La dimensión “Principios de la gestión de calidad” se medirá con sus indicadores: Enfoque Al Cliente, Liderazgo, Participación Del Personal, Enfoque A Los Procesos, Enfoque De Sistema</p>	<p>- Enfoque Al Cliente - Liderazgo - Participación Del Personal - Enfoque A Los Procesos - Enfoque De Sistema</p> <p>Propietarios</p>	

				Enfoque De Sistema Para La Gestión, Mejora Continua, Gestión de relaciones	Para La Gestión - Mejora Continua - Gestión de relaciones	
--	--	--	--	--	---	--

4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnica

Según Raffino, (2019) Las técnicas de la investigación son un conjunto de herramientas, procedimientos e instrumentos que se utilizan para conseguir información con comprensión asimismo se puede expresar que constituyen la técnica, o sea, del proceso puntual que se lleva adelante para conseguir un resultado explícito.

Según el autor (Arias, 2012) define lo que es la encuesta como una manera de la cual pretende adquirir información que provee de un conjunto o muestra de sujetos sobre sí mismos, o en concordancia con un tema en específico.

Instrumento:

El instrumento que se utilizó en la investigación fue mediante un cuestionario el cual estuvo conformado por interrogantes.

Para el autor Córdoba (2004), un cuestionario, en sentido estricto, es un sistema de preguntas racionales, ordenadas, pero en forma coherente, tanto desde la posición lógica como psicológica, dichas en una expresión sencilla y clara.

4.5. Plan de análisis:

Se utilizó el análisis descriptivo sobre los datos que se consiguieron en la encuesta en los restaurantes del distrito de Ignacio escudero. Después lo que fueron los resultados a tabularon, de una forma estadística y se mostraron a través de gráficos estadísticos; con el programa estadístico Excel. Así mismo se utilizó

el programa Word ya que todo ello nos permitió hallar estudiar e interpretar los resultados de la investigación.

Para el autor Rojas, (2011) El plan de análisis da recuento sobre los criterios que se emplearán, en caso se utilicen tablas, números, graficas. En cuanto al informe, apuntar cuándo y cómo se mostrará.

4.6. Matriz de consistencia

Cuadro 2: Matriz de consistencia

Enunciado Del Problema	Objetivo General	Variable	Metodología	Instrumento
<p>¿Cuáles son las principales características de la atención al cliente como factor relevante para la Gestión De Calidad en las micro y pequeñas empresas Rubro Gastronomía, Ignacio Escudero, Sullana, 2019.?</p>	<p>Determinar Las Principales Características De La Atención Al Cliente Como Factor Relevante Para La Gestión De Calidad De Las Micro Y Pequeñas Empresas Rubro Gastronomía, Ignacio Escudero, Sullana, 2019.</p>	<p>Atención al cliente</p>	<p>Tipo: Cuantitativo</p> <p>Nivel: Descriptivo</p> <p>Diseño: No experimental</p>	<p>Técnica: Se usó como técnica la encuesta, la cual se les aplicó a los clientes y los propietarios de las micro y pequeñas empresas en estudio.</p>
<p>Problemas específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> ¿Cuáles son las características de la Atención al cliente en las mypes Rubro Gastronomía, Ignacio Escudero, Sullana, 2019.? ¿Cuáles son los factores de la Atención al cliente en las mypes Rubro Gastronomía, Ignacio Escudero, Sullana, 2019.? ¿Cuáles son las ventajas de la gestión de calidad en Las Mypes, Rubro Gastronomía, Ignacio Escudero, Sullana, 2019.? ¿Cuáles son los principios de la gestión de calidad en las Mypes, Rubro Gastronomía, Ignacio Escudero, Sullana, 2019.? 	<p>Objetivos específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Describir Las Características De La Atención Al Cliente En Las Mypes Rubro Gastronomía, Ignacio Escudero, Sullana, 2019. • Describir los factores de la Atención al cliente en las Mypes Rubro Gastronomía, Ignacio Escudero, Sullana, 2019. • Describir las ventajas de la gestión de calidad en Las Mypes, Rubro Gastronomía, Ignacio Escudero, Sullana, 2019. • Describir Los principios de la gestión de calidad en las Mypes, Rubro Gastronomía, Ignacio Escudero, Sullana, 2019. 	<p>Gestión de calidad</p>	<p>Población y muestra: 8 MYPES rubro restaurante de Ignacio Escudero, Sullana, 2019, 8 Proprietarios y 121 clientes.</p>	<p>Instrumento El instrumento que se usó fue el cuestionario, el cual se les aplicó a clientes y propietarios de las micro y pequeñas empresas en estudio.</p>

4.7. Principios éticos

La investigación nos permitió recoger datos existentes para así poder saber cómo están funcionando hoy en día las micro y pequeñas empresas que se están trabajando en búsqueda de resultados formando principios éticos que van hacia las personas a quienes se les está estableciendo esta investigación.

Según Uladech (2020) Hemos se ha procurado mantener 2 principios básicos del código de ética, que nos ayudaron a ejecutar el proyecto de investigación.

Protección a las personas.- Las personas en cualquier investigación que se realice son el fin y no el medio, en el cual se necesita un positivo nivel de protección, en el cual se establecerá de acuerdo al peligro en que incurran y la posibilidad de que adquieran un beneficio ya que además aquí en este espacio en los cuales se trabaja con personas, se debe siempre de respetar la dignidad humana, la identificación, la diversidad, la confiabilidad y la intimidad respetando sus derechos primordiales.

Beneficencia y no maleficencia. - Se debe cerciorar del bienestar de quienes participan en la investigación. En este caso, la conducta del que está investigando ya que no deberá: causar perjuicios y reducir los posibles efectos adversarios.

V. RESULTADOS

Resultados

Describir Las Características De La Atención Al Cliente En Las Mypes Rubro Gastronomía, Ignacio Escudero, Sullana, 2019.

Tabla 1

Considera usted que la atención al cliente es un factor relevante para brindarle una buena Atención

Categoría	Respuestas	Porcentaje %
Si	121	100%
No	0	0.0%
Total	121	100%

Cuestionario aplicado a los clientes

Gráfico N° 1

Considera usted que la atención al cliente es un factor relevante para brindarle una buena Atención

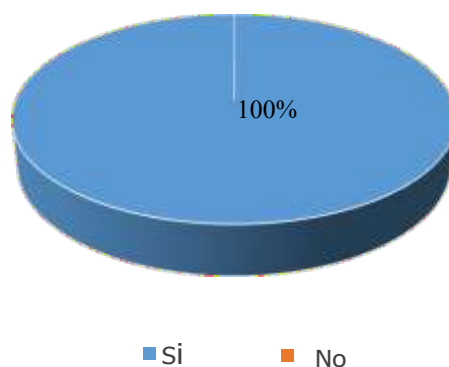


Figura 1: Gráfico muestra sobre la atención al cliente como factor relevante

Interpretación

En la tabla N° 1 y la figura N° 1 según los resultados de los clientes encuestados podemos determinar que el 100% menciona que si consideran que la Atención al cliente es un factor relevante para brindarles una buena Atención.

Tabla 2

Qué tan importante considera usted la atención que deberían brindarle en el restaurante

Categoría	Respuestas	Porcentaje
Muy importante	121	100%
Poco	0	0.0%
Ninguna de las anteriores	0	0.0%
Total	121	100%

Cuestionario aplicado a los clientes

Gráfico N° 2

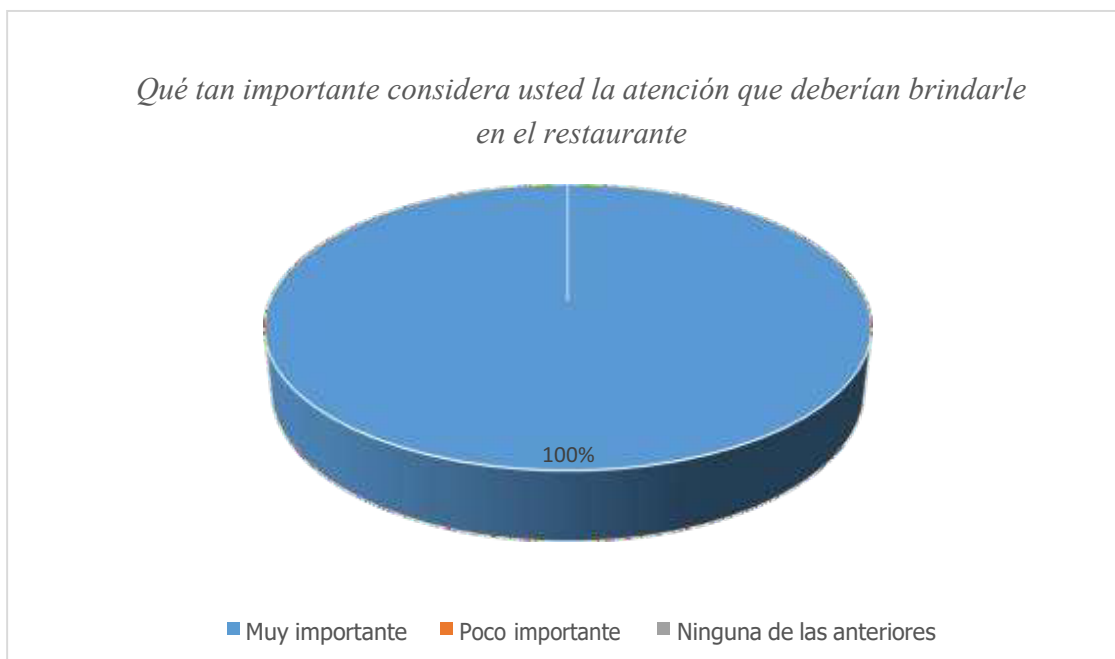


Figura 2: *Gráfico que muestra importancia de la atención al cliente*

Interpretación

En la tabla N° 2 y la figura N° 2 según los resultados de los clientes encuestados podemos determinar que el 100% de los encuestados considera muy importante la Atención que deberían brindarle.

Tabla 3

El servicio que le brindan en el restaurante satisface sus necesidades

Categoría	Respuestas	Porcentaje %
Si	91	75%
No	30	25%
Total	121	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes

Elaborado: Investigador

Gráfico N° 3



Figura 3: Gráfico que muestra si el servicio que les brindan satisface sus necesidades

Interpretación

En la tabla N° 3 y la figura N° 3 según los resultados de los encuestados podemos determinar que el 75% de encuestados mencionan que el servicio que les brindan si satisface sus necesidades, mientras que el 25% que este servicio no les satisface sus necesidades.

Tabla 4

El empleado es amistoso a la hora de atenderlo

Categoría	Respuestas	Porcentaje %
Si	91	75%
No	30	25%
Total	121	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes

Gráfico N° 4



Figura 4: Gráfico que muestra si el empleado es amistoso con el cliente

Interpretación

En la tabla N° 4 y la figura N° 4 según los resultados de los clientes encuestados podemos determinar que el 75% menciona que los empleados si son amistosos a la hora de atenderlos, mientras que el 25% de los clientes menciono que no.

Tabla 5

A la hora de irse del restaurante los empleados le agradecen por su visita

Categoría	Respuestas	Porcentaje
Siempre	91	75%
Casi siempre	0	0.0%
A veces	30	25 %
Casi nunca	0	0.0%
Nunca	0	0.0%
Total	121	100%

Cuestionario aplicado a los clientes

Gráfico N° 5

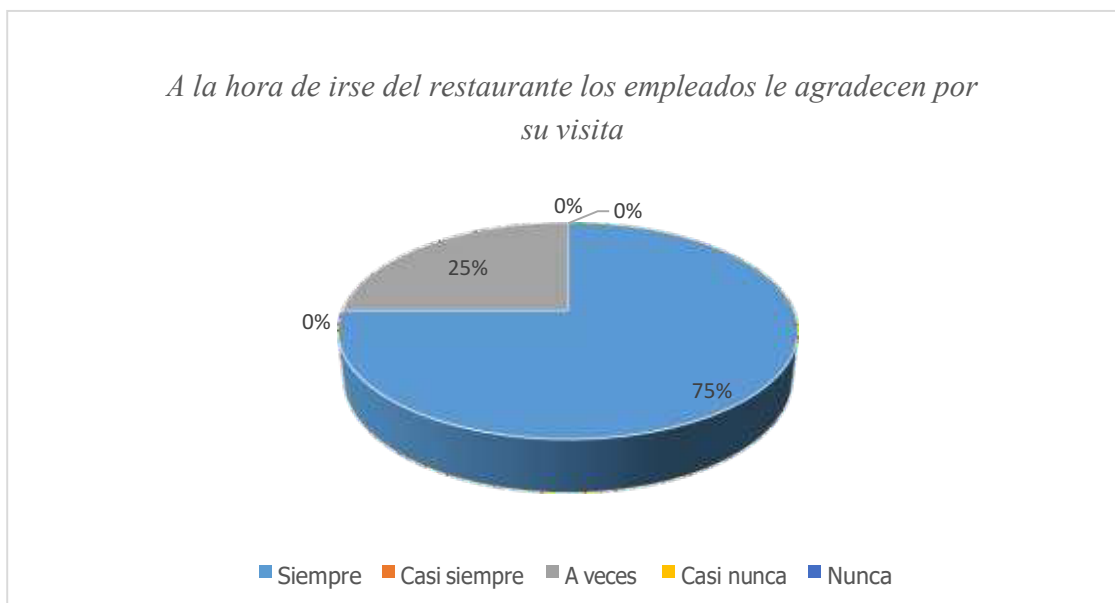


Figura 5: Gráfico que muestra agradecimiento por la visita al restaurante

Interpretación

En la tabla N° 5 y la figura N° 5 según los resultados de los clientes encuestados podemos determinar que el 75% menciona que siempre los empleados les agradecen por su visita al restaurante, mientras que el 25% que solo a veces suelen hacer esto.

Tabla 6

Al momento de atenderlo le muestran respeto los empleados

Categoría	Respuestas	Porcentaje %
Si	121	100%
No	0	0.0%
Total	121	100%

Cuestionario aplicado a los clientes

Gráfico N° 16



Figura 6: *Gráfico muestra si reciben respeto por parte de los empleados*

Interpretación

En la tabla N° 6 y la figura N° 6 según los resultados de los clientes encuestados podemos determinar que el 100% menciona que si les muestran respeto los empleados al momento de atenderlos.

Tabla 7

Los empleados lo escuchan a usted como cliente ante algún reclamo hacia el restaurante

Categoría	Respuestas	Porcentaje %
Si	106	87.5%
No	15	12.5%
Total	121	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes

Gráfico N° 7

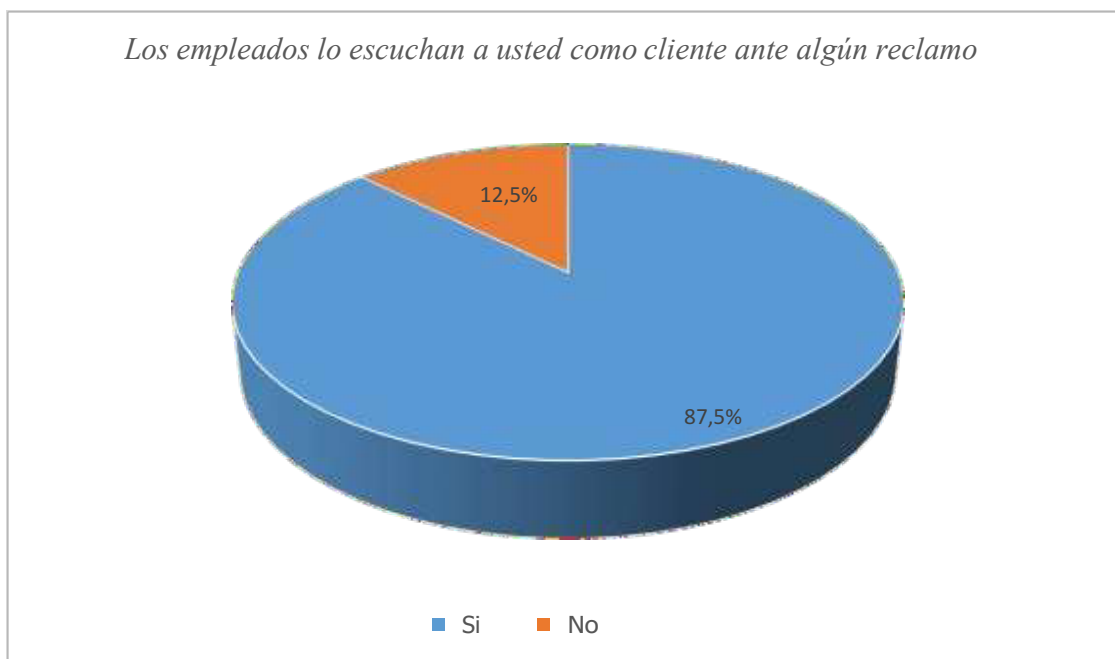


Figura 7: Gráfico que muestra si escuchan al cliente ante algún reclamo

Interpretación

En la tabla N° 7 y la figura N° 7 según los resultados de los encuestados podemos determinar que el 87.5% considera que, si lo escuchan ante algún reclamo que tengan, mientras que el 12.5% no considera que no los escuchan al realizar reclamos.

Tabla 8

Cuando usted necesita un favor en el restaurante el empleado le responde y le soluciona las dificultades que se le presentan

Categoría	Respuestas	Porcentaje %
Si	91	75%
No	30	25%
Total	121	100%

Cuestionario aplicado a los clientes

Gráfico N° 8



Figura 8: Gráfico que indica sobre si le brindan solución a las dificultades que se presentan

Interpretación

En la tabla N° 8 y la figura N° 8 según los resultados de los clientes encuestados podemos determinar que el 75% considera que si les solucionan las dificultades que se les presentan en el restaurante y el 25% considera que no .

Tabla 9

El personal que lo atiende le pide retroalimentación acerca de la Atención que le ofrecen en el restaurante

Categoría	Respuestas	Porcentaje
Siempre	91	75%
Casi siempre	30	25%
Nunca	0	0.0%
Casi nunca	0	0.0%
Total	121	100%

Cuestionario aplicado a los clientes

Gráfico N°9

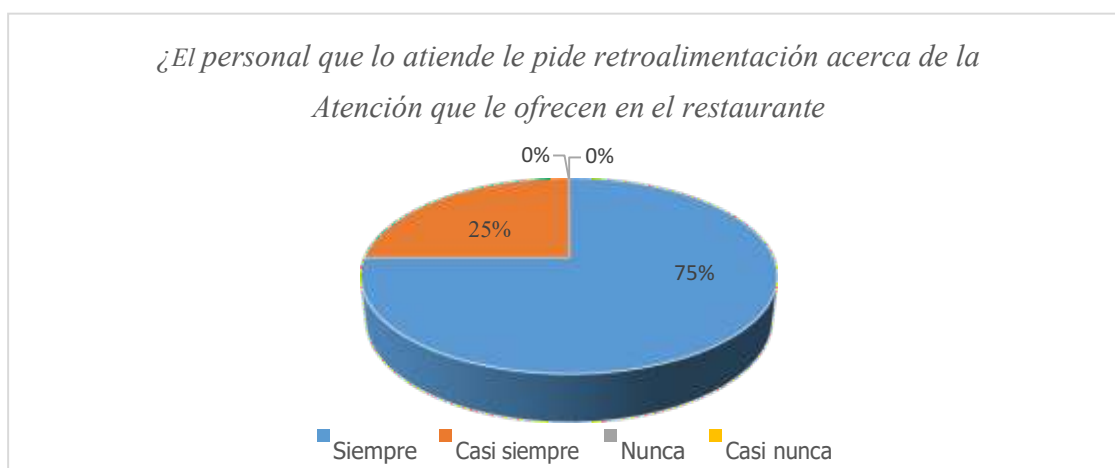


Figura 9: Gráfico que muestra si piden retroalimentación

Interpretación

En la tabla N° 9 y la figura N° 9 según los resultados de los clientes encuestados podemos determinar que el 75% de los clientes encuestados menciona que siempre los empleados les piden una retroalimentación sobre la Atención que les ofrecen y el 25% de los encuestados menciona que casi siempre.

OBJETIVO 2: Describir los factores de la Atención al cliente en las Mypes Rubro Gastronomía, Ignacio Escudero, Sullana, 2019.

Tabla 10

El empleado cumple con lo prometido generándole confianza en restaurante a usted como cliente

Categoría	Respuestas	Porcentaje %
Si	91	75%
No	30	25%
Total	121	100%

Cuestionario aplicado a los clientes

Gráfico N° 10

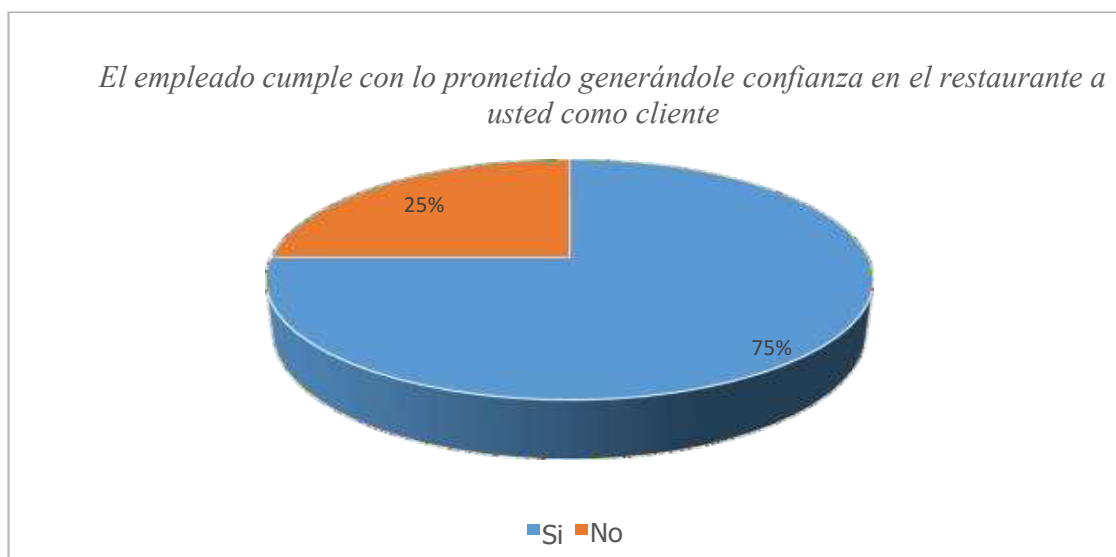


Figura 10: Gráfico sobre si el empleado cumple con lo prometido

Interpretación

En la tabla N° 10 y la figura N° 10 según los resultados a los clientes encuestados podemos determinar que el 75% menciona que los empleados si les cumplen con lo prometido, mientras que el 25% considera que no cumplen.

Tabla 11

Los empleados muestran una actitud de servicio positiva ante situaciones de algún pedido incorrecto

Categoría	Respuestas	Porcentaje %
Si	106	87.5%
No	15	12.5%
Total	121	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes

Gráfico N° 11

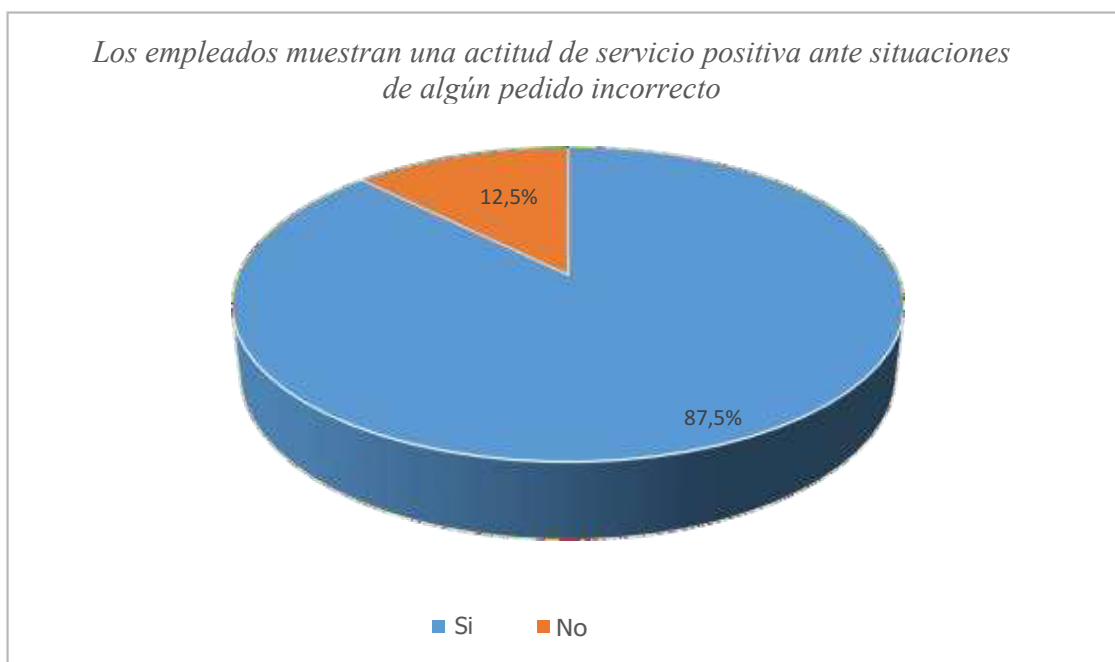


Figura 11: Gráfico que muestra si les reciben una actitud de servicio positiva

Interpretación

En la tabla N° 11 y la figura N° 11 según los resultados de los clientes encuestados podemos determinar que el 87.5% considera que los empleados si les muestran una actitud de servicio positiva , mientras que el 12.5% considera que no les muestran esa actitud.

Tabla 12

el personal del restaurante le ofrece una atención personalizada ante algún inconveniente

Categoría	Respuestas	Porcentaje %
Si	91	75%
No	30	25%
Total	121	100%

Cuestionario aplicado a los clientes

Gráfico N° 12

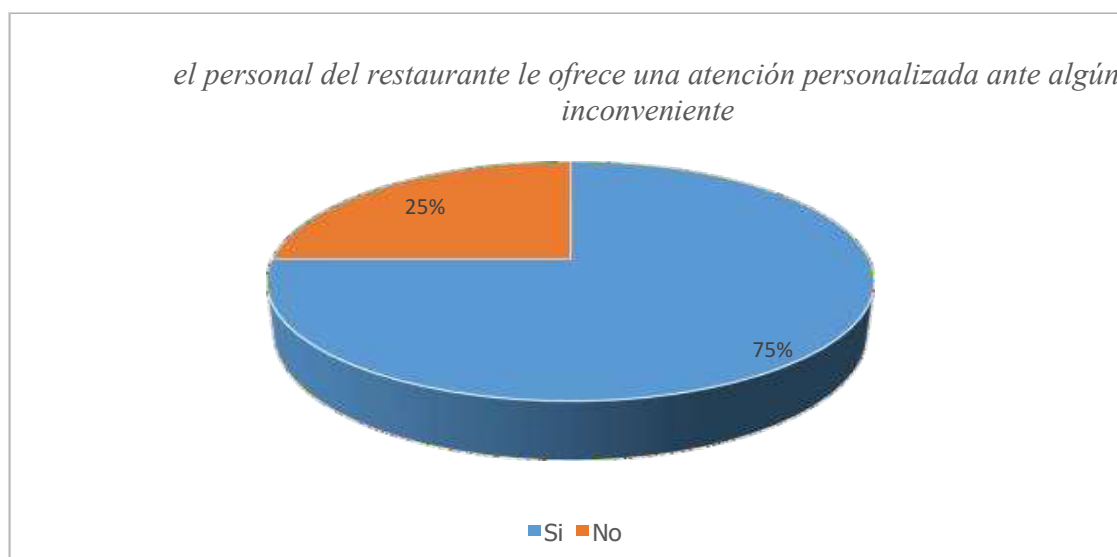


Figura 12: Gráfico que indica si les brindan atención personalizada

Interpretación

En la tabla N° 12 y la figura N° 12 según los resultados de los clientes encuestados podemos determinar que el 75% considera que, si les ofrecen una atención personalizada , mientras que el 25% considera que no les ofrecen esto

Tabla 13

Cree que los empleados del restaurante deben estar bien informados para resolver sus dudas

Categoría	Respuestas	Porcentaje %
Si	121	100%
No	0	0.0%
Total	121	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes

Gráfico N° 13



Figura 13: *Gráfico que muestra si el personal debe estar bien informado*

Interpretación

En la tabla N° 13 y la figura N° 13 según los resultados de los clientes encuestados podemos determinar que el 100% considera que si deben estar bien informados los empleados para resolverles alguna duda cuando les brindan la Atención al cliente.

Tabla 14

Cree usted que el local y la Atención que ofrecen en el restaurante cumple con sus expectativas

Categoría	Respuestas	Porcentaje %
Si	91	75%
No	30	25%
Total	121	100%

Cuestionario aplicado a los clientes

Gráfico N° 14



Figura 14: Gráfico que indica si el local y la Atención cumplen las expectativas del cliente

Interpretación

En la tabla N° 14 y la figura N° 14 según los resultados de los clientes encuestados podemos determinar que el 75% de los encuestados considera que el local y la Atención que les ofrecen si cumple sus expectativas y el 25% que no cumplen sus expectativas.

OBJETIVO 3: Describir las ventajas de la gestión de calidad en Las Mypes, Rubro Gastronomía, Ignacio Escudero, Sullana, 2019.

Tabla 15

¿Qué tan importante cree usted que es aplicar la gestión de calidad

Categoría	Respuestas	Porcentaje
Muy importante	7	87.5%
Poco importante	0	0.0%
Ninguna de las anteriores	1	12.5%
Total	8	100%

Cuestionario aplicado a los propietarios de la Mype

Gráfico N° 15

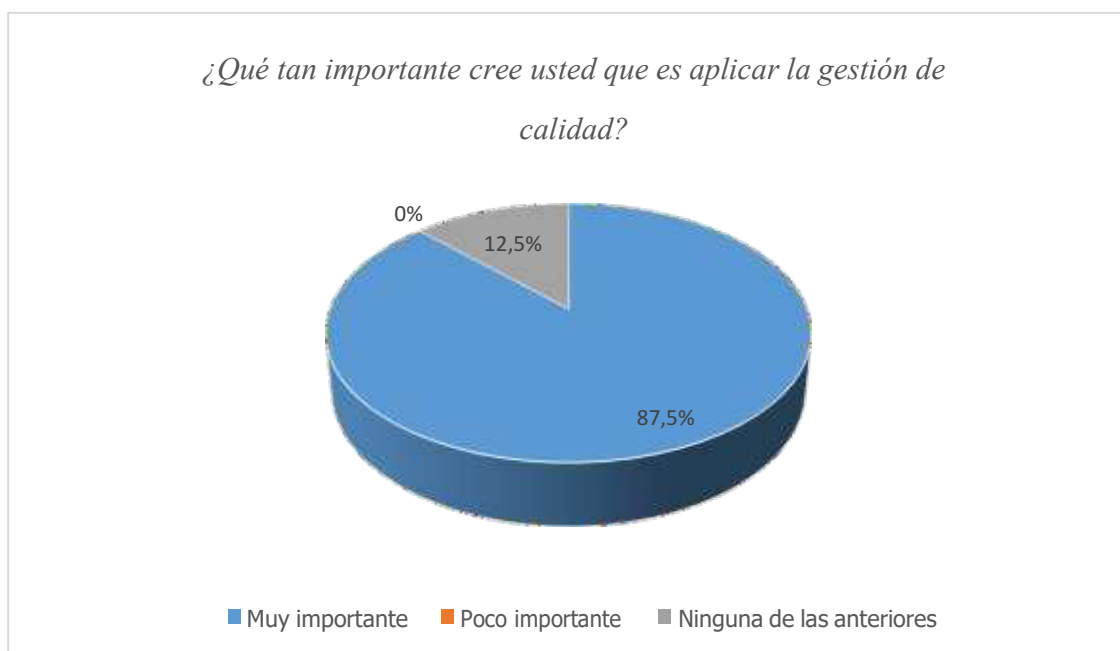


Figura 15: Gráfico que muestra la importancia de aplicar la gestión de calidad en la mype

Interpretación

En la tabla N° 15 y la figura N° 15 según los resultados de los propietarios encuestados podemos determinar que el 87.5% de los encuestados considera que es muy importante aplicar la gestión de calidad, y el 12.5% considera que ninguna de las opciones.

Tabla 16

La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazados por la empresa

Categoría	Respuestas	Porcentaje
Si	7	87.5 %
No	0	00 %
A veces	1	12.5 %
Total	8	100%

Cuestionario aplicado a los propietarios de la Mype

Gráfico N° 16

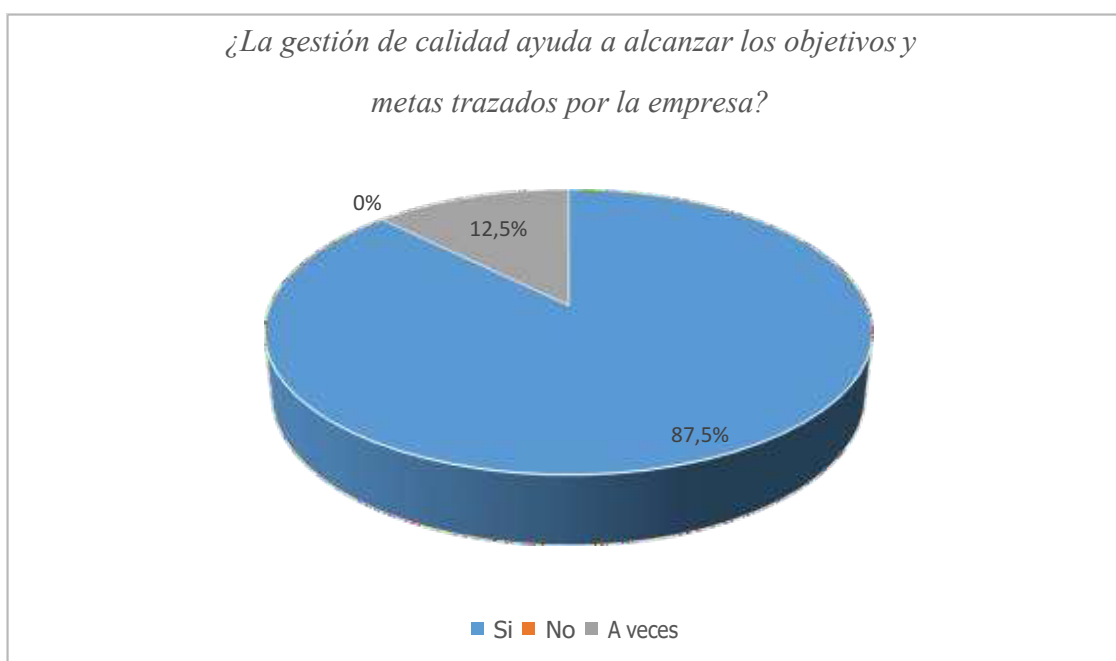


Figura 16: Gráfico que muestra si la gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos de la empresa

Interpretación

En la tabla N° 16 y la figura N° 16 según los resultados de los propietarios encuestados podemos determinar que el 87.5% de los encuestados considera que la gestión de calidad si ayuda a alcanzar los objetivos trazados y el 12.5% considera que a veces ayuda a alcanzarlos los objetivos.

Tabla 17

Considera que en su restaurante se tiene la responsabilidad y los objetivos establecidos para poder diferenciarse de la competencia

Categoría	Respuestas	Porcentaje %
Si	6	75%
No	2	25%
Total	8	100%

Cuestionario aplicado a los propietarios de la Mype

Gráfico N° 17



Figura 17: Gráfico que muestra si se tiene responsabilidad y objetivos establecidos

Interpretación

En La Tabla N° 17 Y La Figura N° 17 Según Los Resultados De Los Propietarios Encuestados El 75 % Considera Que Si Tienen La Responsabilidad Y Objetivos Establecidos Para Diferenciarse De La Competencia, mientras que el 25% que no.

Tabla 18

Dentro del restaurante usted verifica que sus empleados cumplan con su trabajo correctamente

Categoría	Respuestas	Porcentaje %
Si	8	100%
No	0	00%
Total	8	100%

Cuestionario aplicado a los propietarios de la Mype

Gráfico N° 18



Figura 18: Gráfico que muestra si verifican que los empleados cumplan con su trabajo

Interpretación

En la tabla N° 18 y la figura N° 18 según los resultados de los propietarios encuestados podemos determinar que el 100% de los encuestados considero que si verifican que los empleados cumplan con su trabajo.

Tabla 19

Al aplicar la gestión de calidad en su restaurante le cambia la manera de manipular las técnicas existentes para el bien de la empresa

Categoría	Respuestas	Porcentaje
Siempre	6	75%
Casi siempre	2	25%
Nunca	0	0.0%
Casi nunca	0	0.0%
Total	8	100%

Cuestionario aplicado a los propietarios de la Mype

Gráfico N° 19

Al aplicar la gestión de calidad en su restaurante le cambia la manera de manipular las técnicas existentes para el bien de la empresa

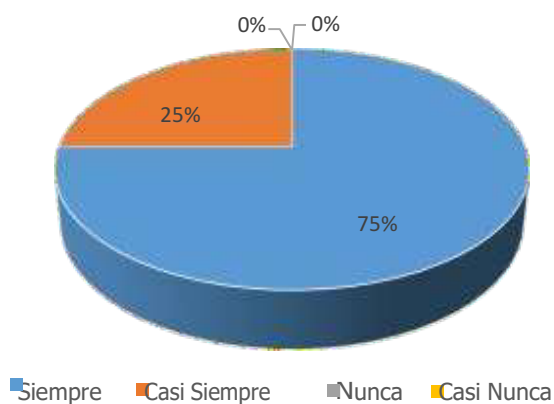


Figura 19: Gráfico que indica el aplicar la gestión de calidad

Interpretación

En la tabla N° 19 y la figura N° 19 según los resultados de los propietarios encuestados el 75% considera que siempre el aplicar la gestión de calidad es un bien para la empresa, mientras que el 25% considera que casi siempre.

OBJETIVO 4: Determinar los principios de la gestión de calidad en las Mypes, Rubro Gastronomía, Ignacio Escudero, Sullana, 2019.

Tabla 20

Aplica en la mype los principios de la gestión de calidad para poder conocer las necesidades de los clientes

Categoría	Respuestas	Porcentaje
Siempre	4	50%
Casi siempre	3	37.5%
Nunca	0	0.0%
Casi nunca	1	12.5%
Total	8	100%

Cuestionario aplicado a los propietarios de la Mype

Gráfico N° 20

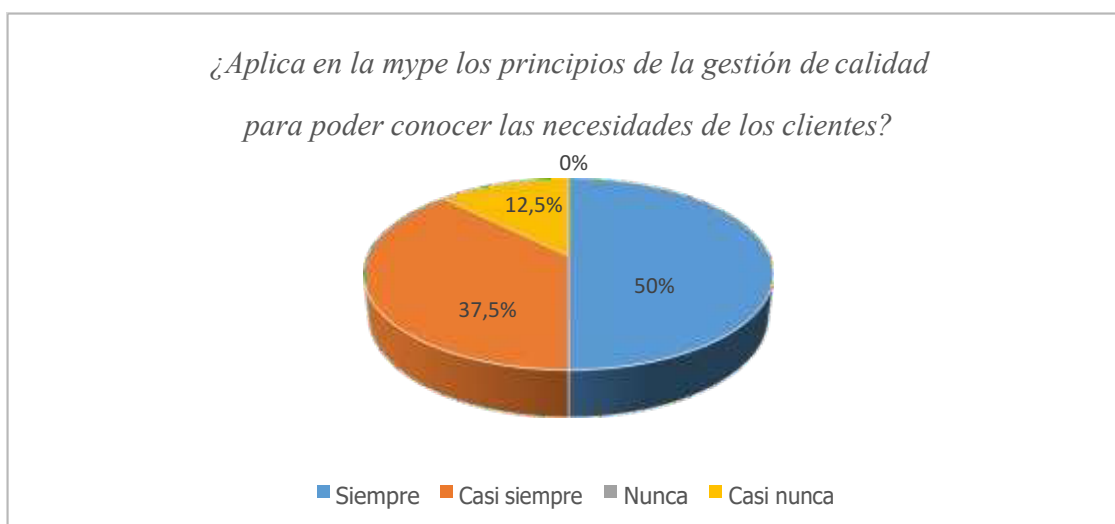


Figura 20: Gráfico que muestra cada cuanto aplican los principios de la gestión de calidad

Interpretación

En la tabla N° 20 y la figura N° 20 según los resultados de los propietarios encuestados podemos determinar que el 50% de los encuestados considero que siempre aplican los principios de la gestión de calidad, el 37.5 % considero que casi siempre los aplican y el 12.5% considero que casi nunca.

Tabla 21

Qué principios de la gestión de calidad usted aplica dentro de la Mype

Categoría	Respuestas	Porcentaje
Enfoque al cliente	1	12.5%
Liderazgo	0	0.0%
Participación del personal	0	0.0%
Enfoque a los procesos	0	0.0%
Enfoque de sistema para la gestión	0	0.0%
Mejora continua	4	50%
Gestión de las relaciones	0	0.0%
Todas las anteriores	3	37.5%
Total	8	100%

Cuestionario aplicado a los propietarios de la Mype

Gráfico N° 21

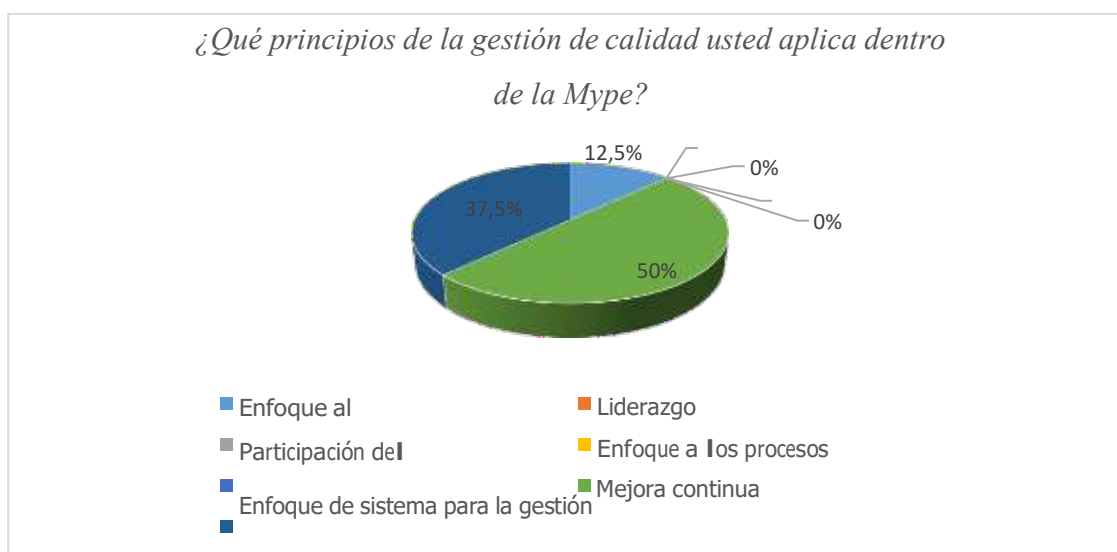


Figura 21: Gráfico que muestra los principios que aplican dentro de la mype

Interpretación

En la tabla N° 21 y la figura N° 21 según los resultados de los propietarios encuestados podemos determinar que el 12.5% considera que aplican el principio del enfoque al cliente, un 50% que aplican la mejora continua y el 37.5 de los encuestados dice que todos los principios anteriores.

TABLA 22

Que tan importante considera usted aplicar los principios de gestión de calidad en su restaurante

Categoría	Respuestas	Porcentaje
Muy importante	7	87.5%
Poco importante	0	0.0%
Ninguna de las anteriores	1	12.5%
Total	8	100%

Cuestionario aplicado a los propietarios de la Mype

Gráfico N° 22

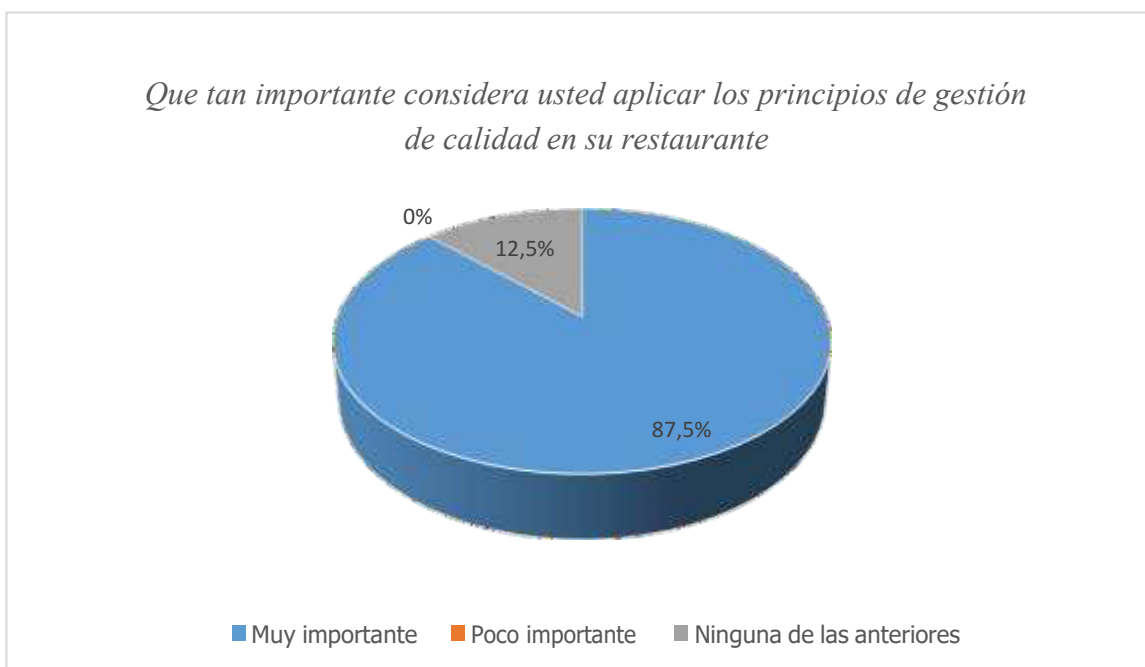


Figura 22: *Gráfico Que Muestra La Importancia De Aplicar Los Principios De La Gestión De La Calidad*

Interpretación

En la tabla N° 22 y la figura N° 22 según los resultados de los propietarios encuestados podemos determinar que el 87.5% de los encuestados considera que es muy importante aplicarlos principios de la gestión de calidad, y el 12.5% considera que ninguna de las opciones anteriores.

5.2. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

OBJETIVO 1: Describir Las Características De La Atención Al Cliente En Las Mypes

Rubro Gastronomía, Ignacio Escudero, Sullana, 2019.

En la tabla 01 denominada: ¿Considera usted que la atención al cliente es un factor relevante para brindarle una buena Atención? Se observa que el 100% de los clientes si consideran que la atención al cliente si es un factor relevante para brindar una buena atención, corroborando Da Silva (2020) La atención al cliente es una primordial clave de éxito para un negocio, porque es el cliente quien la fortalece y permite que posea persistencia en el tiempo ya que en la actualidad, los negocios deben trabajar vigorosamente para ofrecer a sus clientela experiencias excelentes que los satisfagan y les permitan permanecer fiel a pesar del sin fin de acogidas que existen en el mercado.

En la tabla 02 denominada: ¿Qué tan importante considera usted la atención que deberían brindarle en el restaurante? Se observa que el 100% de los clientes si consideran importante la atención que deberían brindarle en el restaurante. Corroborando Calabrés (2011) que dice que la Atención al Cliente es importante para los negocios, principalmente hoy cuando la totalidad de las opiniones de los clientes se vulgarizan de modo muy rápido por las redes.

En la tabla 03 denominada: ¿El servicio que le brindan en el restaurante satisface sus necesidades? Se observa que el 75% de los clientes consideran que la atención que les brindan si satisface sus necesidades, mientras el 25% que no. Corroborando Jumeira (2016) para proveer una buena atención al cliente se requiere conocer lo que estás ofreciendo a tus consumidores, internamente y externamente ya que proporcionar un buen servicio al cliente empieza con una legítima pretensión de consentir a los consumidores.

En la tabla 04 denominada: ¿El empleado es amistoso a la hora de atenderlo? Se observa que el 75% de los clientes consideran que si son amistosos a la hora de atenderlos y el 25% que no.

Resultados que nos señalan que los clientes en los restaurantes son tratados amistosamente por los empleados.

En la tabla 05 denominada: ¿A la hora de irse del restaurante los empleados le agradecen por su visita? El 75 % de los clientes consideran que siempre les agradecen por su visita y el 25% que a veces. Estos resultados nos señalan que los empleados en la mayor parte de las mypes del distrito de Ignacio escudero se muestran agradecidos por su visita.

En la tabla 06 denominada: ¿Al momento de atenderlo lo atienden de una manera agradable y con respeto? El 100% de los clientes consideran que si los atienden con amabilidad y respeto. Resultados que concuerdan con Carranza (2018) que menciona que el 64% brinda un servicio agradable.

En la tabla 07 denominada: ¿Los empleados lo escuchan a usted como cliente ante algún reclamo hacia el restaurante? el 87.5% de los clientes considera que, si lo escuchan ante algún reclamo que tengan, mientras que el 12.5% no. Carranza (2018) concluye que a los clientes si los escuchan y se preocupan por el servicio que necesitan como cliente.

En la tabla 08 denominada: ¿Cuándo usted necesita un favor en el restaurante el empleado le responde y le soluciona las dificultades que se le presentan? El 75% de los clientes considera que si les solucionan alguna dificultad que se les presenta y el 25% que no. Estos resultados nos señalan que la mayoría de las mypes si les solucionan las dificultades que se les presentan a los clientes dentro del restaurante ya que es necesario que al cliente le brinden todas las facilidades para que este regrese nuevamente.

En la tabla 09 denominada: ¿El personal que lo atiende le pide retroalimentación acerca de la Atención que le ofrecen en el restaurante? El 75% de los clientes considera que si se les pide una retroalimentación de parte de los clientes y el 25% que no. Resultados que señalan que,

aunque podría sorprenderlos los empleados suelen preguntar sobre la atención que se les brinda cuando terminan de brindarle su servicio.

OBJETIVO 2: Describir los factores de la Atención al cliente en las Mypes Rubro

Gastronomía, Ignacio Escudero, Sullana, 2019.

En la tabla 10 denominada: ¿El empleado cumple con lo prometido generándole confianza en restaurante a usted cómo cliente? El 75% de los clientes considera que si les cumplen con lo prometido y el 25%. Corroborando Portilla (2003) que Dice que el cumplir las promesas como la procedencia de mucha o poca confidencialidad en una organización si se cumplen todas las promesas de negocio sobre el servicio que ofrecen, el consumidor puede confiar en la organización con la seguridad de que no malgastará tiempo ni fortuna pues cumplir con lo prometido les genera mucha confianza.

En la tabla 11 denominada: ¿Los empleados muestran una actitud de servicio positiva ante situaciones de algún pedido incorrecto? El 87,5% de los clientes considera que, si les muestran una buena actitud de servicio y el 12, 5% que no. Corroborando Verdú (2013) La falta de cualidades en el servicio que brinda los empleados los consumidores lo observan como una falta de habilidad para oír y solucionar algún pedido incorrecto.

En la tabla 12 denominada: ¿el personal del restaurante le ofrece una atención personalizada ante algún inconveniente? El 75 de los clientes considera que si les muestran una atención personalizada y el 25% que no. Resultados que coinciden con Albildo (2019) que el 75 % considera que aplican la atención personalizada.

En la tabla 13 denominada: ¿Cree que los empleados del restaurante deben estar bien informados para resolver sus dudas? El 100 % de los clientes considera que si deben estar muy bien informados los empleados ya que el personal debe ser competente con el consumidor a tal nivel de compañerismo pues el cliente al verlo que esta bien informado se sentirá en confianza

En la tabla 14 denominada: ¿Cree usted que el local y la Atención que ofrecen en el restaurante cumple con sus expectativas? El 75% de los clientes encuestados considera que si cumple sus expectativas el restaurante y el 25% que no, sin embargo las apariencias de las infraestructuras, comercio, y la decoración, del personal que vende, todos estos elementos, si le incitan a efectuar el acuerdo, la adquisición o adquirir algún producto que favorecen a que el consumidor valore complacidamente la atención.

OBJETIVO 3: Describir las ventajas de la gestión de calidad en Las Mypes, Rubro Gastronomía, Ignacio Escudero, Sullana, 2019.

En la tabla 15 denominada: ¿Qué tan importante cree usted que es aplicar la gestión de calidad? El 87.5% de los propietarios encuestados considera que es muy importante aplicar la gestión de calidad en la mype. Corroborando riquelme (2017) Nos dice que la gestión de la calidad garantiza la perfección en los bienes, y servicios de una organización pues las empresas que hacen uso de programas de gestión de calidad emplean la información de ellos para asemejar debilidades, fracasos, áreas de progreso y fortalezas

En la tabla 16 denominada: ¿La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazados por la empresa? El 87.5% de los encuestados creen que la gestión de calidad si ayuda a alcanzar los objetivos y metas, mientras que el 12.5 % que a veces. Sanjinés (2019) concluye que la empresa si cuenta con los recursos necesarios para cumplir con los objetivos trazados. corroborando Porto (2014) que dice que la gestión de calidad tiene como objetivo orientar a la información y al trabajo de modo tal que los compradores estén acordes con los productos que adquieren ya que un consumidor satisfecho implica un beneficio para la organización.

En la tabla 17 denominada: ¿Considera que en su restaurante se tiene la responsabilidad y los objetivos establecidos para poder diferenciarse de la competencia? El 75% de los propietarios

encuestados considera que en su restaurante si tienen objetivos establecidos para diferenciarse de la competencia, mientras que el 25% considera que no. Estos resultados nos señalan que la mayoría de los restaurantes del distrito de Ignacio escudero si tienen objetivos trazados, pero sin embargo hay algunos que no cuentan con estos objetivos.

En la tabla 18 denominada: ¿Dentro del restaurante usted verifica que sus empleados cumplan con su trabajo correctamente? El 100 de los propietarios encuestados considera que si verifican que estos cumplan completamente con su trabajo, pues al cumplir con la labor en su totalidad los llevara a ser mejores en el mercado competitivo que existe actualmente.

En la tabla 19 denominada: ¿Al aplicar la gestión de calidad en su restaurante le cambia la manera de manipular las técnicas existentes para el bien de la empresa? El 75% de los propietarios encuestados. Corroborando Maldonado (2017) que nos dice que aplicar la gestión de calidad Cambia la manera de manipular las técnicas, envolviendo en la distribución a los consumidores y vendedores, estableciendo un vínculo de valor sólido que permita la retroalimentación del sistema para el bien de la empresa.

OBJETIVO 4: Determinar los principios de la gestión de calidad en las Mypes, Rubro Gastronomía, Ignacio Escudero, Sullana, 2019.

En la tabla 20 denominada: ¿Aplica en la mype los principios de la gestión de calidad para poder conocerlas necesidades de los clientes? El 50% de los representantes de la mype aplican Siempre los principios de la gestión de calidad, el 37.5 % casi siempre y el 12.5% casi nunca. Corroborando Sejzer (2018) en las Normas ISO 9001 en su adaptación 2015 nos aporta 7 principios primordiales que corresponden tenerlos en cuenta en un adecuado trabajo de gestión de calidad.

En la tabla 21 denominada: ¿Qué principios de la gestión de calidad usted aplica dentro de la Mype? El 50% aplican el principio de mejora continua. Resultados que contrastan con Atencia (2018) el cual nos muestra que el 66,67% a veces aplica la mejora continua en el proceso. Estos resultados nos demuestran que la mejora continua debe ser uno de los pilares básicos de una empresa, una obligación y un objetivo para alcanzar la calidad.

En la tabla 22 denominada: ¿Que tan importante considera usted aplicar los principios de gestión de calidad en su restaurante? El 87.5% de los propietarios encuestados considera que es muy importante aplicar los principios de gestión de calidad en su restaurante y el 12.5 consideran que es poco importante aplicarlos. Estos resultados nos señalan que la mayoría si aplica los principios pues aplicarlos les resulta un beneficio para su empresa.

VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Se llegó a las siguientes conclusiones gracias a la investigación realizada a las Mypes:

- **Respecto A Las Características De La Atención Al Cliente** de las MYPE rubro restaurantes se describió muestran respeto, ya que los clientes si reciben respeto por parte de los empleados siendo esto un pilar para la atención al cliente pues el respeto es un valor que el cliente aprecia en la empresa.
- **Respecto A Los Factores de la atención al cliente** de las MYPE rubro restaurantes se describió el Personal competente y bien informados pues los clientes requieren de un personal bien instruido e informado siendo además esto preciso para el buen funcionamiento y para conseguir el éxito anhelado.
- **Respecto A Las Ventajas De La Gestión De Calidad** de las MYPE rubro restaurantes se describió se puede tramitar el trabajo completo de la organización ya que los propietarios verifican que sus empleados cumplan con su trabajo correctamente pues esto les permitirá crecer como empresa.
- **Referente A Los Principios De La Gestión De Calidad** de las MYPE rubro restaurantes se describió la mejora continua pues es la que mas aplican los propietarios dentro de los restaurantes ya que está basada en la forma de mejoramiento extendido del proceso que se lleva a cabo en una empresa con el objetivo de desarrollar de modo progresivo la competitividad, la calidad y lo que es productividad.

RECOMENDACIONES

- **Respecto A Las Características De La Atención Al Cliente:** Se recomienda que capaciten los empleados para que puedan ofrecerles una mejor atención ya que existen algunas deficiencias dentro de algunos restaurantes al momento de brindarles la atención a los clientes.
- **Respecto A Los Factores de la atención al cliente:** Se recomienda que deberían mejorar sus locales para que puedan así cumplir con las expectativas de los clientes ya que es lo que ellos requieren para elegirlos.
- **Respecto A Las Ventajas De La Gestión De Calidad:** Se recomienda que todos los restaurantes deberían trazarse objetivos que los lleven a tener en claro lo qué quieren lograr.
- **Referente A Los Principios De La Gestión De Calidad:** Se recomienda que apliquen todos los principios de gestión de calidad dentro de la empresa para que así sus empleados puedan y aplicarlos todos.

VII.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Zúñiga, J. (25 de julio de 2020). Obtenido de <https:// exitosanoticias.pe/v1/opinion-javier-zuniga-las-mypes-en-el-peru-luego-del-coronavirus/>
- Sejzer, R. (17 de Marzo de 2018). *Calidad Total*. Obtenido de <http://ctcalidad.blogspot.com/2018/03/los-7-principios-de-la-gestion-de-la.html>
- Tettamanti, M. (2017). 5 errores que pequeñas y medianas empresas cometen en su gestión de recursos humanos. Recuperado de, <http://blogs.evaluar.com/5-errores-que-pymes-cometen-en-su-gestion-de-recursos-humanos>
- jumeira. (3 de junio de 2016). Obtenido de <https://jumeirashoes.com/caracteristicas-buena-atencion-al-cliente/>
- Pardina, C. M. P. (2017). Internacionalización de pymes. Recuperado de: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/detail.action?docID=4946216>
- Arana, D. (31 de enero de 2018). Pymes mexicanas, un panorama para 2018. Forbes. Recuperado de <https://www.forbes.com.mx/pymes-mexicanas-un-panorama-para-2018/>
- Sabogal, J. (2018). El 70% de las 'PYMESS' en Colombia fracasan en los primeros 5. Recuperado de: <https://www.rcnradio.com/economia/el-70-de-laspymes-en-colombia-fracasan-en-los-primeros-cinco-anos>
- Tello, C. (2014) Importancia de la micro, pequeña y medianas empresas en el desarrollo del país (artículo de asesoría empresarial). (20), 201-2018. Recuperado de: <http://dx.doi.org/10.21506/lex.v12i14.623>
- Albildo Domínguez, C. J. (2019). *Gestión de calidad en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas sector servicio – rubro pollerías, en la avenida Sánchez Carrión distrito de El Porvenir, 2018*. El provenir: Repositorio Institucional ULADECH CATÓLICA.

- Atencia Ortiz, L. T. (2018). *CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD*.
Huaraz: Repositorio uladech.
- Balbuena, J. H. (15 de Diciembre de 2009). Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/las-mypes-en-el-peru/>
- Barrios, R. (26 de marzo de 2020). *Peru retail*. Obtenido de <https://www.peru-retail.com/peru-mypes-accederan-prestamos-hasta-90-000/>
- BCR. (28 de junio de 2020). Obtenido de <https://www.bcrp.gob.pe/docs/Transparencia/Notas-Informativas/2020/nota-informativa-2020-06-28.pdf>
- Bernal, J. J. (23 de agosto de 2013). Obtenido de <https://www.pdcahome.com/5202/ciclo-pdca/>
- calabres, j. (12 de Marzo de 2011). Obtenido de <https://jennifercalabres.wordpress.com/2011/03/12/%C2%BFpor-que-es-tan-importante-el-servicio-de-atencion-al-cliente-sac/>
- Carranza García, X. S. (2018). *Características de la competitividad y atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hoteles del casco urbano del distrito de Sullana, 2018*. Sullana: Repositorio Institucional ULADECH CATÓLICA.
- Castro Peralta, Y. J. (2015). *SERVICIO AL CLIENTE; CALIDAD DE SERVICIO; SECTOR BANCARIO*. Ecuador: Repositorio ucsg.
- Costa, C. D. (20 de Noviembre de 2019). Obtenido de <https://www.caf.com/es/actualidad/noticias/2019/11/las-pequenas-y-medianas-empresas-brasilenas-necesitan-un-mejor-entorno-empresarial-y-un-mayor-acceso-al-credito/>
- Guillén, R. (1 de Abril de 2020). *Republica*. Obtenido de <https://republica.gt/2020/04/01/son-las-mipymes-las-mas-afectadas-por-el-covid-19/>
- Maldonado, E. f. (2017). *Gestion de la calidad : un enfoque practico*. Guayaquil. Obtenido de [file:///C:/Users/Paola/Downloads/LIBRO%20GESTION%20libro%20\(5\).pdf](file:///C:/Users/Paola/Downloads/LIBRO%20GESTION%20libro%20(5).pdf)

- Méndez López, Y. H. (2019). *Gestión de calidad bajo el enfoque del liderazgo en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del distrito de Chimbote, 2018*. Chimbote: Repositorio Institucional ULADECH CATÓLICA.
- Porto, J. P. (2014). *Definición de*. Obtenido de <https://definicion.de/sistema-de-gestion-de-calidad/>
- Riquelme, M. (15 de Noviembre de 2017). *Web y Empresas*. Obtenido de <https://www.webyempresas.com/la-importancia-de-la-gestion-de-la-calidad/>
- Rodríguez Pinedo, M. (2017). *Caracterización de la gestión de calidad y competitividad de las mypes en los servicios de venta de electrodomésticos en el distrito de Juanjuí, año 2016*. Juanji: Repositorio Institucional ULADECH CATÓLICA.
- Sanjinez Agurto, G. (2019). *Caracterización de la competitividad y gestión de calidad de las MYPE comerciales, rubro Cevicherías del centro de la ciudad de Piura, año 2015*. Piura: Repositorio Institucional ULADECH CATÓLICA.
- Verdú, C. (13 de Marzo de 2013). Obtenido de <https://clientelandia.wordpress.com/2013/03/13/5-factores-basicos-para-que-tus-clientes-se-sientan-bien-atendidos/>
- Villacorta Aredo, H. E. (2019). *Gestión de la calidad en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurante, urbanización Los Jardines, Trujillo 2018*. Trujillo: Repositorio Institucional ULADECH CATÓLICA.
- Arturo. (24 de noviembre de 2015). *crece negocios*. Obtenido de <https://www.crece-negocios.com/como-brindar-un-buen-servicio- oatencion-al-cliente/>
- Arias, F. G. (julio de 2012). El Proyecto de Investigación. Obtenido de <https://evidencia.com/wp-content/uploads/2014/12/ELPROYECTO-DE-INVESTIGACION-6ta-Ed.-FIDIAS-G.-ARIAS.pdf>

Ramirez, J. (2019). lifeder.com. Obtenido de <https://www.lifeder.com/investigacion-cualitativa-cuantitativa>

Maldonado, E. f. (2017). *Gestion de la calidad : un enfoque practico*. Guayaquil. Obtenido de [file:///C:/Users/Paola/Downloads/LIBRO%20GESTION%20libro%20\(5\).pdf](file:///C:/Users/Paola/Downloads/LIBRO%20GESTION%20libro%20(5).pdf)

Porporatto, M. (18 de abril de 2015). Obtenido de <https://quesignificado.com/gastronomia/>

Hernández Sampier, R. (2004). Obtenido de https://www.ecured.cu/Investigaci%C3%B3n_no_experimental

Díaz, S. C. (2015). Metodología de la Investigación Científica. Lima: San Marcos.

billielou. (2 de Marzo de 2016). *BillieSastre*. Obtenido de <http://billiesastre.com/como-conquistar-el-corazon-de-tus-clientes-con-la-empatia/>

Da Silva, D. (12 de junio de 2020). *Biblioteca*. Obtenido de <https://www.zendesk.com.mx/blog/claves-para-un-buen-servicio-al-cliente/>

I. ANEXO
CRON

Cronograma de trabajo																
N°	Actividades	Año 2021														
		Semanas														
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	Socialización del SPA	X														
2	Presentación Del Primer Borrador Del Informe Final	X														
3	Mejora De La Redacción Del Primer Borrador Del Informe Final - Elabora el segundo borrador del informe final levantando las observaciones Lista de verificación.			X												
4	Primer Borrador De Artículo Científico - Elabora el primer borrador del artículo científico en coherencia con el avance de la redacción del informe final.				X											
5	Mejoras A La Redacción Del Informe Final Y Artículo Científico - Continúa con el levantamiento de observaciones al borrador del informe final. - Sigue con el levantamiento de las observaciones del primer borrador del artículo científico.					X										
6	Revisión Y Mejora Del Informe Final - Elabora el tercer borrador del informe final, el porcentaje máximo del 15% de similitud se realiza a través del Turnitin. Lo presenta a través del EVAMOIC en la asesoría personalizada. - Elabora el primer borrador de la ponencia - Entrega el segundo borrador del artículo científico.									X						
7	Revisión Y Mejora Del Artículo Científico - Elaboran el tercer borrador del artículo científico.										X					

	- Prepara el segundo borrador de la ponencia																				
8	El Dt Realiza La Metacognición De Los Componentes Del Informe Final Y Artículo Científico.																				
9	Redacción Del Artículo Científico Y Sustentación Del Informe Final - Entrega los documentos que contiene el informe final, artículo científico y ponencia para calificación por el DT, teniendo en cuenta la calidad de la presentación que incluye redacción, ortografía y coherencia estadística de los resultados.																				
10	Calificación Sustentación Del Informe Final, Artículo Científico Y Ponencia Por El Ji. - Presenta el informe final para una segunda revisión por el Ji, previo pago de la tasa respectiva, incluye coherencia estadística, redacción, ortografía y límite de similitud utilizando el Turnitin. - Sustenta el informe final aprobado por el Ji, en la primera revisión, en la fecha y hora programada por el DT.																				

	- Entrega la ponencia para ser revisada por el JI.																						
11	<p>Calificación Y Sustentación Del Informe Final Y Artículo Científico Por El Ji (2da. Revisión)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Levanta las observaciones del informe final de acuerdo a las indicaciones del JI, y lo presenta para una segunda revisión por el JI previo pago de la tasa respectiva. - Continúa con la sustentación del informe final según corresponda en fecha y hora programada por el DT. - El docente tutor asegura que los mejores artículos tengan la autorización firmada por los estudiantes. 																					X	
12	<p>Calificación Y Sustentación Del Informe Final Y Artículo Científico Por El Ji (2da. Revisión)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Levanta las observaciones del informe final de acuerdo a las indicaciones del JI, y lo presenta para una segunda revisión por el JI previo pago de la tasa respectiva. - Continúa con la sustentación del informe final según corresponda en fecha y hora programada por el DT. 																						X
13	<p>Calificación Y Sustentación Del Informe Final Y Artículo Científico Por El Ji (2da. Revisión)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Levanta las observaciones del informe final de acuerdo a las indicaciones del JI, y lo presenta para una segunda revisión por el JI previo pago de la tasa respectiva. - Continúa con la sustentación del informe final según corresponda en fecha y hora programada por el DT. 																						X

14	<p>Calificación Y Sustentación Del Informe Final Y Artículo Científico Por El Ji (2da. Revisión)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Levanta las observaciones del informe final de acuerdo a las indicaciones del JI, y lo presenta para una segunda revisión por el JI previo pago de la tasa respectiva. - Continúa con la sustentación del informe final según corresponda en fecha y hora programada por el DT. 																					
15	<p>Calificación Y Sustentación Del Informe Final Y Artículo Científico Por El Ji (2da. Revisión)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Levanta las observaciones del informe final de acuerdo a las indicaciones del JI, y lo presenta para una segunda revisión por el JI previo pago de la tasa respectiva. - Continúa con la sustentación del informe final según corresponda en fecha y hora programada por el DT. 																					
16	<p>El DT publica en el libro de calificaciones el promedio final de la asignatura.</p>																					X

Anexo 2: Presupuesto

Recursos	Unidad	Cantidad	Costo Unit. (S/.)	Costo Total (S/.)
Asesoramiento	Asesor	1	500.00	500.00
			Sub Total	500.00
Materiales				
Papel Bond A4		30 Hojas	5.00	22.00
Lapicero color Azul y Rojo	Unidad	2	2.00	4.00
Cuaderno de 100 Hojas	Unidad	1	4.00	4.00
Memoria USB 4 gigas	Unidad	1	30.00	30.00
Fotocopias		30 hojas	15.00	15.00
			Sub Total	75.00
Servicios				
Alquiler de Computadora	Unidad	1	400.00	400.00
Impresora	Unidad	1	150.00	150.00
Tinta para impresora	Unidad	2	5.00	10.00
Internet		45 horas	1.00	45.00
			Sub Total	605.00
Pasajes ida y vuelta al centro de investigación				
Pasajes ida y Vuelta			6 veces	60.00
Alimentación			5.00	50.00
			Sub Total	110.00
			Costo Total	1290.00

Anexo 4: Encuestax

Encuesta aplicada al cliente



El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación titulado:

Atención Al Cliente Como Factor Relevante Para La Gestión De La Calidad De Las Micro Y Pequeñas Empresas Rubro Gastronomía, Ignacio Escudero, Sullana, 2019. Para obtener el grado académico de bachiller en ciencias administrativas. Se le agradece anticipadamente la información que usted proporcione.

Referente A La Atención Al Cliente

1- Considera usted que la atención al cliente es un factor relevante para brindarle una buena Atención

- a) Si
- b) No

2- Qué tan importante considera usted la atención que deberían brindarle en el restaurante

- a) Muy importante
- b) Poco
- c) N.A

3- El servicio que le brindan en el restaurante satisface sus necesidades

- a) Si
- b) No

4-El empleado es amistoso a la hora de atenderlo

- a) Si

b) No

5- A la hora de irse del restaurante los empleados le agradecen por su visita

a) Siempre

b) Casi siempre

c) A veces

d) Casi nunca

e) Nunca

6- Al momento de atenderlo le muestran respeto los empleados

a) Si

b) No

7- Los empleados lo escuchan a usted como cliente ante algún reclamo hacia el restaurante

a) Si

b) No

8- Cuando usted necesita un favor en el restaurante el empleado le responde y le soluciona las dificultades que se le presentan

a) Si

b) No

9- El personal que lo atiende le pide retroalimentación acerca de la Atención que le ofrecen en el restaurante

a) Siempre

b) Casi siempre

c) A veces

d) Casi nunca

e) Nunca

10-El empleado cumple con lo prometido generándole confianza en restaurante a usted como cliente

a) Si

b) No

11- Los empleados muestran una actitud de servicio positiva ante situaciones de algún pedido incorrecto

a) Si

b) No

12- el personal del restaurante le ofrece una atención personalizada ante algún

inconveniente

- a) Si
- b) No

13- Cree que los empleados del restaurante deben estar bien informados para resolver sus dudas

- a) Si
- b) No

14- Cree usted que el local y la Atención que ofrecen en el restaurante cumple con sus expectativas

- a) Si
- b) No

Encuesta aplicada a los propietarios de la mypes



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación titulado:

Atención Al Cliente Como Factor Relevante Para La Gestión De La Calidad De Las Micro Y Pequeñas Empresas Rubro Gastronomía, Ignacio Escudero, Sullana, 2019. Para obtener el grado académico de bachiller en ciencias administrativas. Se le agradece anticipadamente la información que usted proporcione.

Referente A La Gestión De Calidad

1- Qué tan importante cree usted que es aplicar la gestión de calidad

- Muy importante
- Poco
- N. A

2- La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazados por la empresa

- Si
- No
- A veces

3- Considera que en su restaurante se tiene la responsabilidad y los objetivos establecidos para poder diferenciarse de la competencia

- a) Si
- b) No

4- Dentro del restaurante usted verifica que sus empleados cumplan con su trabajo correctamente

- a) Si
- b) No

5-Al aplicar la gestión de calidad en su restaurante le cambia la manera de manipular las técnicas existentes para el bien de la empresa

- a) Siempre
- b) Casi siempre
- c) A veces
- d) Casi nunca
- e) Nunca

6-Aplica en la mype los principios de la gestión de calidad para poder conocerlas necesidades de los clientes

- a) Siempre
- b) Casi siempre
- c) A veces
- d) Casi nunca
- e) Nunca


7- Qué principios de la gestión de calidad usted aplica dentro de la Mype

- a) Enfoque al cliente
- b) Liderazgo
- c) Participación del personal
- d) Enfoque a los procesos
- e) Enfoque de sistema para la gestión
- f) Mejora continua
- g) Gestión de las relaciones
- h) Todas las anteriores

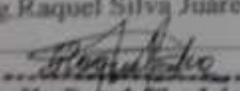
8-Que tan importante considera usted aplicar los principios de gestión de calidad en su restaurante

- a) Muy importante
- b) Poco
- c) N. A

Anexo 5: Validación:

Ítem	CRITERIOS A EVALUAR										Observaciones (si debe eliminarse o modificarse un ítem por favor indique)	
	Claridad en la redacción		Coherencia interna		Inducción a la respuesta (Sesgo)		Lenguaje adecuado con el nivel del informante		Mide lo que pretende			
	Sí	No	Sí	No	Sí	No	Sí	No	Sí	No		
	X		X		X		X		X			
Aspectos Generales									Sí	No		
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario.									X			
Los ítems permiten el logro del objetivo de la investigación									X			
Los ítems están distribuidos en forma lógica y secuencial									X			
El número de ítems es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta, sugiera los ítems a añadir									X			
Validez												
Aplicable				X	No aplicable							
Aplicable atendiendo a las observaciones												
Validado por: Exilda Elena Peña Alvarado						c.i.:12812			Fecha: 08-04-2021			
Firma:  Mg. Exilda Elena Peña Alvarado LIC. EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS CLAD - 12812						Teléfono:955606492			ele2000pe@yahoo.com.mx			

Ítem	CRITERIOS A EVALUAR										Observaciones (si debe eliminarse o modificarse un ítem por favor indique)	
	Claridad en la redacción		Coherencia interna		Inducción a la respuesta (Sesgo)		Lenguaje adecuado con el nivel del informante		Mide lo que pretende			
	Sí	No	Sí	No	Sí	No	Sí	No	Sí	No		
1	X		X		X		X		X			
Aspectos Generales										Sí	No	
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario.										X		
Los ítems permiten el logro del objetivo de la investigación										X		
Los ítems están distribuidos en forma lógica y secuencial										X		
El número de ítems es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta, sugiera los ítems a añadir										X		
Validez												
Aplicable					X	No aplicable						
Aplicable atendiendo a las observaciones												
Validado por: Mag. Wilmer Fermín Castillo Márquez						c.i.:01846			Fecha:08-04-2021			
Firma: 						Teléfono:944629082			E-mail: wilcas1411@hotmail.com			
 <small>IN. CP. MAG. WILMER FERMIN CASTILLO MARQUEZ</small> <small>DIR. DIRC. DE COLAB. Nº 1846</small>												

Ítem	CRITERIOS A EVALUAR										Observaciones (si debe eliminarse o modificarse un ítem por favor indique)	
	Claridad en la redacción		Coherencia interna		Inducción a la respuesta (Sesgo)		Lenguaje adecuado con el nivel del informante		Mide lo que pretende			
	Sí	No	Sí	No	Sí	No	Sí	No	Sí	No		
	X		X		X		X		X			
Aspectos Generales										Sí	No	
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario.										X		
Los ítems permiten el logro del objetivo de la investigación										X		
Los ítems están distribuidos en forma lógica y secuencial										X		
El número de ítems es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta, sugiera los ítems a añadir										X		
Validez												
Aplicable					X	No aplicable						
Aplicable atendiendo a las observaciones												
Validado por: Mg. Raquel Silva Juárez						c.i.: 01899			Fecha: 08-04-2021			
Firma:  Mg. Raquel Silva Juárez LIC. EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS						Teléfono: 945023058			Email: raquelhibajurez@gmail.com			

EVIDENCIAS FOTOGRÁFICAS



Introducción, Bases teóricas, resultados, análisis de resultados y conclusiones

INFORME DE ORIGINALIDAD

0%

INDICE DE SIMILITUD

0%

FUENTES DE INTERNET

0%

PUBLICACIONES

4%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias < 4%

Excluir bibliografía

Activo