



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

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

**ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS
EMPRESAS DEL RUBRO RESTAURANTES ECONÓMICOS,
CASO RESTAURANTE ECLIPSE, DISTRITO DE
QUEROBAMBA, PROVINCIA DE SUCRE, REGIÓN
AYACUCHO, 2019**

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

AUTORA

QUISPE GARIBAY ALCIDA

ORCID: 0000-0002-8850-3264

ASESOR

Mgtr. QUISPE MEDINA WILBER

ORCID: 0000-0002-4052-5018

AYACUCHO – PERÚ

2019

EQUIPO DE TRABAJO

AUTORA

QUISPE GARIBAY ALCIDA

ORCID: 0000-0002-8850-3264

ASESOR

Mgtr. QUISPE MEDINA WILBER

ORCID: 0000-0002-4052-5018

JURADO

MGTR. BERROCAL CHILLCCE JUDITH

ORCID ID: 0000-0002-9569-9824

MGTR. JAUREGUI PRADO ALCIDES

ORCID ID: 0000-0002-6611-9480

MGTR. TIPE HERRERA CARLOS CELSO

ORCID ID: 0000-0002-4439-144

JURADO EVALUADOR Y ASESOR

MGTR. BERROCAL CHILLCCE Judith
PRESIDENTA
ORCID ID: 0000-0002-9569-9824

MGTR. JAUREGUI PRADO Alcides
MIEMBRO
ORCID ID: 0000-0002-6611-9480

MGTR. TIPE HERRERA Carlos Celso
MIEMBRO
ORCID ID: 0000-0002-4439-144

Mgtr. QUISPE MEDINA WILBER
ASESOR
ORCID: 0000-0002-4052-5018

AGRADECIMIENTO

Agradecer de antemano con mucho corazón y honras a mis padres por su esfuerzo y apoyo en esta etapa de mi vida, la cual me conlleva a ser una profesional y no defraudar sus expectativas.

A mi docente tutor por el apoyo continuo y guía con sus conocimientos para la elaboración de la presente tesis, a mis docentes de facultad por compartir sus conocimientos para mi formación profesional.

DEDICATORIA

A Dios, a mis padres, familiares, amigos y docentes por su apoyo en esta etapa de mi formación profesional, a mi persona por no rendirse nunca y seguir a pesar de todos los problemas encontrados en este camino.

RESUMEN

Atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes económicos, caso restaurante eclipse, distrito de Querobamba, provincia de Sucre, región Ayacucho, 2019, es el título de la presente tesis la cual investigó el nivel de satisfacción que tienen los comensales, para ello se planteó el siguiente problema: ¿De qué manera se da la atención al cliente? Como consecuencia se llegó al objetivo general, describir de qué manera se da esa atención al cliente. La presente tesis es de tipo aplicada con enfoque cuantitativo, de un nivel descriptivo y un diseño no experimental con corte transversal, para tales fines se utilizó la técnica de encuesta con un cuestionario de 9 preguntas, aplicado a 384 comensales, se llegó a los siguientes resultados: 35% califican como regular la manera de cómo el mozo los escuchó al momento de realizar su pedido, el 47% calificaron como regular la carta del menú del restaurante, el 40% calificaron como regular el saludo que recibieron al momento de ingresar al restaurant, el 42% calificaron como regular la comida que consumieron y el 44% calificaron como muy satisfactorio el precio de las comidas que ofrece el restaurante. Se pudo llegar a la conclusión, según la mayoría de encuestados mencionan que si aprecian una buena atención por parte del restaurante Eclipse, a través de la forma de comunicación que se les ofrece, con una buena cortesía por parte del restaurante y los comensales están satisfechas por el producto y servicio del restaurante.

PALABRAS CLAVES: Atención al Cliente.

ABSTRACT

Customer service in the micro and small companies of the economic restaurants category, eclipse restaurant case, Querobamba district, Sucre province, Ayacucho region, 2019, is the title of this thesis which investigated the level of satisfaction that diners have, For this, the following problem was raised: How is Customer Service given? As a consequence the general objective was reached, Describe how Customer Service is given. This thesis is applied with a quantitative approach, of a descriptive level and a non-experimental design with a cross-section, for this purpose the survey technique was used with a questionnaire of 9 questions, applied to 384 people, the following were reached Results: 35% qualify as regulating the way the waiter listened to them at the time of placing their order, 47% qualified as regulating the menu of the restaurant menu, 40% qualified as regulating the greeting they received at the time of entering the restaurant, 42% rated the food they consumed as regular and 44% rated the price of the meals offered by the restaurant as very satisfactory. It could be concluded, according to the majority of respondents they mention that if they appreciate a good attention by part of the restaurant Eclipse, through the form of communication offered to them, with a good courtesy from the restaurant and the guests are satisfied chas for the product and service of the restaurant.

KEY WORDS: Customer Service

CONTENIDO

EQUIPO DE TRABAJO	ii
JURADO EVALUADOR Y ASESOR.....	iii
AGRADECIMIENTO.....	iv
DEDICATORIA	v
RESUMEN	vi
ABSTRACT	vii
Contenido	viii
ÍNDICE DE TABLAS	x
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES	xi
I. INTRODUCCIÓN.....	12
II. REVISIÓN DE LITERATURA.....	17
2.1 Antecedentes	17
2.2 Bases teóricas	24
III. HIPÓTESIS	31
IV. METODOLOGÍA.....	31
4.1 El tipo de la investigación.....	31
4.2 Nivel de la investigación	32
4.3 Diseño de la investigación	32
4.4 Población y muestra	32
4.5 Definición y operacionalización de variables	34

4.6 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	35
4.7 Plan de análisis.....	35
4.8 Matriz de consistencia.....	36
4.9 Principios éticos.....	38
V. RESULTADOS.....	39
5.1 Datos Generales.....	39
5.2 Resultados de la variable Atención Al Cliente.....	41
5.2.1 Preguntas referidas a la dimensión Comunicación.....	41
5.2.2 Preguntas referidas a la dimensión Cortesía.....	44
5.2.3 Preguntas referidas a la dimensión Satisfacción.....	47
5.3 PROPUESTA DE MEJORA.....	54
CUADRO DE LA PROPUESTA DE MEJORA.....	57
VI. CONCLUSIONES.....	59
VII. RECOMENDACIONES.....	61
VIII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	63
ANEXOS.....	67
Anexo 01: Cronograma de Actividades.....	67
Anexo 02: Presupuesto.....	69
Anexo 03: Encuesta.....	70
Anexo 04: Evidencias.....	72

ÍNDICE DE TABLAS

*Tabla 1 Edad de los encuestados*39

*Tabla 2 Género de los encuestados*40

*Tabla 3 ¿De qué manera calificaría al mozo cuando escuchó su pedido?*41

*Tabla 4 ¿De qué manera calificaría la presentación del mozo?*42

*Tabla 5 ¿De qué manera calificaría la carta del menú del restaurante?*43

*Tabla 6 ¿De qué manera calificaría el saludo que recibió al momento de ingresar al restaurant?*44

*Tabla 7¿De qué manera calificaría el trato que recibió en el restaurant?*45

*Tabla 8¿De qué manera calificaría la paciencia que tuvo el mozo cuando lo atendió?*46

*Tabla 9¿De qué manera calificaría la comida que consumió?*47

*Tabla 10¿De qué manera calificaría al restaurant?*48

*Tabla 11¿Cuán satisfecho se encuentra con el precio de las comidas?*49

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

*Ilustración 1 Edad de los encuestados*40

*Ilustración 2 Género de los encuestados.*41

*Ilustración 3¿De qué manera calificaría al mozo cuando escuchó su pedido?*42

*Ilustración 4¿De qué manera calificaría la presentación del mozo?*43

*Ilustración 5¿De qué manera calificaría la carta del menú del restaurante?*44

*Ilustración 6¿De qué manera calificaría el saludo que recibió al momento de ingresar al restaurant?*45

*Ilustración 7¿De qué manera calificaría el trato que recibió en el restaurant?*46

*Ilustración 8¿De qué manera calificaría la paciencia que tuvo el mozo cuando lo atendió?*47

*Ilustración 9¿De qué manera calificaría la comida que consumió?*48

*Ilustración 10¿De qué manera calificaría al restaurant?*49

*Ilustración 11¿Cuán satisfecho se encuentra con el precio de las comidas?*50

I. INTRODUCCIÓN

En la presente tesis denominada “Atención al Cliente en las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes económicos, distrito de Querobamba, provincia de Sucre, región Ayacucho, 2019”, surge en base a los lineamientos de investigación de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote “La gestión de calidad con el uso de técnicas modernas administrativas en las micro y pequeñas empresas del Perú.”

Mencionado ya esto es necesario **caracterizar el problema** para poder dar un mejor estudio, Las MYPE surgieron como un fenómeno socioeconómico que busca responder a muchas de las necesidades insatisfechas de los sectores más pobres de la población. En este sentido se constituyeron en una alternativa frente al desempleo, a los bajos recursos económicos y la falta de oportunidades de desarrollo personal. Pero a pesar de estas bondades, el sector aún no ha logrado alcanzar su máxima potencialidad, debido a una serie de factores tales: la falta de apoyo financiero y la poca relevancia real que le dieron y le dan los gobiernos de turno en sus agendas de trabajo.

En la actualidad los restaurantes económicos presentan problemas principalmente en la atención al cliente, esta se refleja en la baja importancia que le dan los dueños así como los colaboradores a la forma, infraestructura, higiene, precio y calidad de su servicio en cuanto a su atención por lo que no llegan a satisfacer las necesidades y expectativas de los comensales.

Por otro lado en el Perú las actividades en el rubro de los restaurantes creció en 4.49% a comparación del año 2018 y continúa creciendo según el Inei. Los grados impulsores de este crecimiento son las pollerías, restaurantes, chifas, comida criolla y comidas rápidas de

reparto a domicilio. Por otro lado las ferias nacionales de conocimiento mundial también contribuyen al crecimiento de este rubro, la promoción de nuestra gastronomía peruana alrededor del mundo proporciona una imagen positiva y de crecimiento a los negocios enfocados en el rubro de la comida en casi todo nuestro país.,

(GESTION, 2018) nos muestra claros ejemplos de grandes empresas que la atención al cliente es la principal receta de su éxito a nivel mundial tal es el caso de Disney, esta empresa menciona que satisfacer las necesidades y los deseos de los cliente es su principal tarea, otro es el caso de Morton's Grille la cual es una cadena de restaurantes de lujo, la cual tiene como receta principal sorprender a su clientela, una anécdota muy especial para este restaurant es la del escritor Peter Shankman quien perdió un vuelo y bromeando le escribió a mortons que tuvo un mal día y que quería un solomillo en el aeropuerto de Newark, al momento de bajar del avión el escritor fue sorprendido por un mozo que lo esperaba con su pedido.

Nuestro país no es ajeno a empresas que tienen como base principal el atender bien al cliente (COMERCIO, 2015) la empresa Sodimac Perú es un empresa en la cual sus trabajadores tiene capacitaciones constantes en la cual se les menciona siempre que la atención para el cliente es primordial, esta empresa hace sentir una experiencia única a sus clientes al momento de acudir a sus establecimientos.

Se puede añadir que los propietarios de los restaurantes en nuestra región administran sus negocios año tras año de la misma manera sin hacer cambios significativos que reflejen mejoras en la atención a sus clientes y con muy poco conocimiento sobre este tema, el plan de gestionar una buen atención al cliente no es una de las prioridades de estos dueños y el

concepto de una buena atención al cliente va desapareciendo cuando empiezan a captar ganancias dentro de sus negocios.

En tal sentido la materia de estudio en esta tesis son las micro y pequeñas empresas del distrito de Querobamba, distrito de Sucre, planteando el siguiente **enunciado** : ¿De qué manera se da la Atención al Cliente en las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes económicos, Distrito de Querobamba, Provincia de Sucre, Región Ayacucho, 2019? Por esto se formula el **objetivo general** que es: Describir de qué manera se da la Atención al Cliente en las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes económicos, caso restaurant Eclipse, Distrito de Querobamba, Provincia De Sucre, Región Ayacucho, 2019. Y **como objetivos específicos**: Primero describir de qué manera se da la Comunicación en las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes económicos, caso restaurant Eclipse, Distrito de Querobamba, Provincia De Sucre, Región Ayacucho, 2019. Segundo describir de qué manera se da la Cortesía en las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes económicos, caso restaurant Eclipse , Distrito de Querobamba, Provincia de Sucre, Región Ayacucho, 2019. Tercero describir de qué manera se da la Satisfacción en las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes económicos, caso restaurant Eclipse, Distrito de Querobamba, Provincia De Sucre, Región Ayacucho, 2019. Para finalmente elaborar un plan de mejora para la Atención al Cliente en las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes económicos, caso restaurant Eclipse, Distrito de Querobamba, Provincia de Sucre, Región Ayacucho, 2019.

Para entender y conocer la atención al cliente en los restaurantes económicos del distrito De Querobamba, caso restaurant Eclipse, Provincia de Sucre, Región Ayacucho, 2019, es imprescindible medir la percepción de los comensales con respecto a los conceptos

específicos como lo es la calidad a la hora de ofrecer sus servicios, esto se logra cuando las necesidades son cubiertas en su totalidad y se colman las expectativas de los clientes. Los consumidores son la razón de ser de toda empresa y son los que determinan el buen servicio ofrecido por la empresa así como la calidad de la atención.

Se **justifica teóricamente** en el hecho de aplicar contenido teórico de diversos autores, teniendo fuentes secundarias para la elaboración del marco teórico y comprobar si la teoría se puede llevar a la práctica y campo de estudio, de tal modo brindar una solución a los problemas hallados en la presente tesis; también se cuenta con una justificación **práctica**, ya que se permitió aplicar un cuestionario en la encuesta para hallar información y determinar cuál es el problema en la presente tesis, y luego aplicar una solución a través de la propuesta de mejora, finalmente la justificación que implica lo **social** que nos permite aportar al crecimiento de nuestra localidad con esta tesis dando apoyo y soluciones a los problemas que puedan tener las MYPEs con respecto a la administración de empresas, y que esta investigación quede como fuente para posteriores trabajos de investigación. La presente tesis contribuirá para tener una visión amplia y descriptiva de la situación en la que se encuentran las empresas del rubro de restaurantes económicos, también en el grado de poder aplicar una propuesta de mejora con respecto a la atención de las mismas.

De tal manera se puede determinar que la **metodología** de la presente tesis fue de tipo aplicada con enfoque cuantitativo, de un nivel descriptivo y un diseño no experimental con corte transversal, para tales fines se utilizó la técnica de encuesta con un cuestionario de 9 preguntas, aplicado a 384 comensales, y como consecuencia se obtuvieron los siguientes **resultados**, el 34% califican como buena la manera de cómo el mozo los escuchó al momento de realizar su pedido, mientras que el 42% calificaron como regular la presentación del mozo,

por otro lado el 47% calificaron como regular la carta del menú del restaurante, mientras que el 24% calificaron como buena la carta del menú del restaurante, también el 40% calificaron como regular el saludo que recibieron al momento de ingresar al restaurant, el 40% calificaron como bueno el trato que recibieron en el restaurant, el 37% calificaron como buena la paciencia que tuvo el mozo al momento de ser atendidos, por otra parte el 42% calificaron como regular la comida que consumieron, mientras que el 50% calificaron como bueno al restaurant y por ultimo el 44% calificaron como muy satisfactorio el precio de las comidas que ofrece el restaurante. Y se llegó a las siguientes **conclusiones**, respecto al objetivo general. , se pudo determinar lo siguiente, según la mayoría de encuestados mencionan que si aprecian una buena atención por parte del restaurante Eclipse, a través de la forma de comunicación que se les ofrece, con una buena cortesía por parte del restaurante y los comensales están satisfechas por el producto y servicio del restaurante. La conclusión con respecto objetivo específico 01, se pudo determinar, que el restaurante eclipse si ofrece una buena comunicación a sus comensales, a través de la forma como los mozos escuchan las peticiones de los comensales, en la presentación de los mozos demostrando uniformes y aseo personal, la carta que ofrece el restaurante, solo una minoría afirma lo contrario. Con respecto a la conclusión del objetivo específico 02, se pudo determinar, que si existe una cortesía de por medio al momento de atender a los comensales, en la forma de que si se les recibe con un cordial saludo, existe una amabilidad en la hora de la atención por el personal del restaurante y existe una paciencia al momento de la atención hacia los clientes, solo una minoría manifiesta lo contrario. Y como última conclusión respecto al objetivo específico 03, se pudo apreciar que en el restaurante Eclipse si existe una satisfacción por parte de los clientes, lo manifestaron a través de que si recibieron una buena comida, que si retornarían

al restaurante ya que calificaron de bueno al restaurante, y que están satisfechos con el precio de las comidas, solo una minoría manifestó lo contrario.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1 Antecedentes

Internacionales

(LOPEZ MOSQUERA, DANIELA CECILIA, 2018) En su tesis titulada “*Calidad del servicio y la satisfacción de los clientes del restaurante Rachy’s de la ciudad de Guayaquil, Ecuador, 2018*” donde tuvo como objetivo general lo siguiente: el determinar la relación de la calidad con el servicio y la satisfacción de los clientes del restaurante Rachy’s de la ciudad de Guayaquil, a través de la investigación de campo para el diseño de estrategias de mejora para el servicio al cliente, donde se tuvo como resultado a través de un cuestionario de 25 preguntas con escala tipo Likert, donde se pudo apreciar que los clientes tiene en cuenta 4 factores más resaltantes al momento de que lo atienden en el restaurante los cuales son:

Respuesta inmediata.

Trato personalizado.

Instalaciones.

Máquinas y equipos modernos.

Después del análisis correspondiente se llegó a la conclusión de que: se debe plantear una propuesta de mejora la cual se basa en dar una respuesta inmediata al cliente con un trato personalizado, en un correcto establecimiento con maquinaria moderna, y brindar una calidad

de servicio para los clientes y mejorar las condiciones del personal en el restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil.

(SANCHEZ ESPAÑA, 2017) En su tesis titulada "*Evaluación De La Calidad De Servicio Al Cliente En El Restaurante Pizza Burger Diner De Gualan, Zacapa*", Guatemala 2017, donde se planteó el objetivo general de Evaluar la calidad de servicio al cliente en el restaurante Pizza Burger Diner de Gualán, y los objetivos específicos de: calcular el índice de calidad del servicio a través del método ServQual, determinar la brecha de insatisfacción de los clientes, según la diferencia entre las expectativas y las percepciones y realizar una evaluación 360°, para así de este modo conocer las percepciones de los trabajadores y directivos del restaurant. Por lo tanto se tuvo los siguientes resultados, a través de 70 preguntas entre los participantes se tuvo a los clientes, colaboradores y directivos del restaurant, y lo que manifestaron los clientes fue que más aprecian la dimensión de confiabilidad, y que valoran la seguridad de los productos y la integridad del personal representa el factor más importante para ellos. Donde se llegó a la conclusión de que el índice de calidad se debe aumentar, ya que existe insatisfacción de los clientes, y que los clientes no cubren con todas sus expectativas al momento de acudir a su establecimiento, los trabajadores de dicho restaurant si comprenden cuales son las expectativas del cliente y que los directivos no lo comprenden, ya que no tiene contacto directo con ellos y no entienden sus necesidades.

(VILLALBA, SILVANA, 2016) En sus tesis titulada "*Análisis De Calidad Del Servicio Y Atención Al Cliente En Azúcar Beach, azúcar Bistro Y Q Restaurant, Y Sugerencias De Mejora*" Quito- Ecuador 2016, donde se tuvo como objetivo general: el analizar la calidad de servicio y la atención al cliente de los tres restaurantes tomados como

objeto de estudio, para la implementación de mejoras, y los objetivos específicos fueron: el determinar las posibles causas que afectan a las expectativas del cliente por el servicio que obtienen en el restaurant, diagnosticar la calidad de servicio y atención al cliente y por ultimo definir estrategias de mejora para un mejor servicio de calidad para el cliente, donde se obtuvo los siguientes resultados que el 61% clientes que acudieron a los 3 establecimientos están satisfechos con la actitud del personal al momento de ejecutar sus funciones y atender a los clientes , lo cual demuestra que los colaboradores están orientados hacia la visión y misión de la organización. También se pudo apreciar que el mesero al tomar la orden si e fue claro y paciente. Esto demuestra que se ofrece una correcta atención al cliente en este restaurant. Por lo tanto se llegó a la conclusión de que se debe plantear una propuesta para la mejora del restaurant la siguiente propuesta tiene como finalidad aumentar los conocimientos de los directivos, administradores, personal del servicio, y que se brinde un servicio de calidad, de igual manera establecer un desarrollo óptimo en el ejercicio de las funciones. Con la implementación y ejecución de la propuesta, se espera que los tres establecimientos obtengan una mayor rentabilidad, una vez fidelizado al cliente mediante un servicio y atención de calidad.

Nacionales

(ÑAHUIRIMA TICA, 2015) En sus tesis titulada “*Calidad De Servicio Y Satisfacción Del Cliente De Las Pollerías Del Distrito De Andahuaylas, Provincia De Andahuaylas, Región Apurímac, 2015*” la cual tuvo como objetivo general, el determinar la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de las pollerías del distrito y provincia de Andahuaylas, región Apurímac, 2015. Y como objetivos específicos, determinar la relación entre las evidencias físicas del servicio y la satisfacción del cliente, la relación de

fiabilidad del servicio y la satisfacción del cliente; y por ultimo determinar la relación entre la empatía de servicio y la satisfacción de los clientes en las pollerías del distrito de Andahuaylas, provincia de Andahuaylas, región de Apurímac. Donde se obtuvo los siguientes resultados a través de un cuestionario de 28 ítems con alternativas definidas.

Donde se pudo apreciar que la mayor parte de los encuestados fueron del género masculino con una equivalencia de 52.87% y el 47.13% fueron mujeres de 348 encuestados, y manifestaron estar casi conformes con la capacidad de respuesta que reciben por parte de las pollerías el 37.64 % de los encuestados, 19.54 % de clientes manifiestan estar casi nunca conforme con la capacidad de respuesta del servicio y algunas veces con la satisfacción del clientes, Por lo tanto se llegó a la conclusión de que si existe una relación entre las variables de calidad de servicio y satisfacción del cliente en las pollerías del distrito de Andahuaylas, en parte de los objetivos específicos se afirma que si existe una relación significativa entre la evidencia física del servicio y la satisfacción del cliente, entre la fiabilidad del servicio y satisfacción del cliente existe también una relación significativa y por ultimo existe relación positiva baja entre la capacidad de respuesta de servicio y satisfacción del cliente.

(ADRIANZEN NUÑEZ, JOHANA, 2018) En su tesis titulada “*Estrategias De Atención Al Cliente Para Incrementar La Demanda En El Restaurante Mi Tierra, San Ignacio*” Pimentel-Lambayeque-Perú 2018, donde se planteó como objetivo general: el diseñar estrategias de atención al cliente para incrementar la demanda en el restaurant Mi Tierra, San Ignacio, y los objetivos específicos fueron: Diagnosticar la situación actual del restaurant, determinar la calidad de atención, determinar la percepción de los clientes respecto a la calidad de atención y definir estrategias de atención para el cliente en el restaurant Mi tierra, San Ignacio. En dicha investigación se obtuvo los siguientes resultados,

que los clientes no se encuentran satisfechos con la atención que brinda el restaurant Mi Tierra y el que brinda el personal de dicho establecimiento, ocasionando necesidades e insatisfacción en los clientes, en la entrevista realizada al gerente se pudo apreciar que en el establecimiento no se han realizado mejoras para la atención al cliente; en el análisis de observación se apreció que el personal carece de estrategias para brindar una correcta atención al cliente . Por lo tanto se llegó a la conclusión de que se debe realizar una propuesta de mejora para brindar y ofrecer métodos al restaurant en el cual se pueda dar una mejor atención al cliente, la cual contiene explicaciones sobre satisfacción del cliente y las ventajas que esta tiene. La estrategia se brindara con la finalidad de proporcionar al restaurante instrumentos eficaces que permiten la satisfacción del cliente y mejora continua para los trabajadores.

(CORONEL ARCE, 2016) En sus tesis que tiene por título “*Calidad De Servicio Y Grado De Satisfacción Del Cliente En El Restaurant Pizza Hut En El Centro Comercial Mega Plaza Lima; 2016*”, Pimentel- Lambayeque, Perú 2016, en la cual se planteó el objetivo general de determinar la calidad de servicio y el grado de la satisfacción del cliente en el restaurant pizza Hut del centro comercial mega plaza lima,2016 , y teniendo como objetivos específicos el analizar la calidad de servicio, determinar el grado de satisfacción de los cliente, y evaluar la influencia entre la calidad de los servicios y la satisfacción en el restaurant pizza Hut del centro comercial mega plaza lima,2016. Por lo tanto se obtuvo los siguientes resultados que los consumidores de este restaurant se encuentran normal satisfechos que equivale al 62.9% de los encuestados, y también se pudo apreciar que mientras mejor sea el nivel de calidad los clientes de este restaurant se encontraran con un nivel de satisfacción alto, el 50.8% de los encuestados mencionan sentirse satisfechos con

los servicios que pizza hut mega plaza lima les ofrece mientras que el 49.2 manifiesta su insatisfacción, por otra parte el 57.1% manifiesta que el tiempo de espera para recibir sus productos es el adecuado , mientras que el 42.9% se encuentra en desacuerdo. Por lo tanto se llegó a la conclusión de que se debe plantear una propuesta de mejora para el restaurant pizza Hut del centro comercial mega plaza lima, con este plan de ayuda para los responsables del área de comercialización de la empresa cuyo giro está relacionado con el negocio de venta de comida rápida, siendo éste un motivo principal para la aplicación de estrategias y técnicas adecuadas de gestión de la calidad, para ofrecer a sus comensales la mejor experiencia de servicio posible en el punto de venta y consumo de sus productos.

Locales

Según (Arapa, 2017) , en su tesis titulada: “*Calidad de servicio e influencia en la satisfacción de clientes en los restaurantes de la ciudad de Ayacucho*”, que tiene como objetivo principal: Realizar estudios acerca de la situación de los restaurantes en la actualidad de la ciudad de Ayacucho, respecto a sus variables de calidad de servicio y satisfacción laboral en sus clientes. Teniendo como resultados que, los clientes o comensales de los restaurantes económicos de la ciudad de Ayacucho, en un 34% manifiestan que la calidad y sabor de la comida así como el servicio siempre han sido agradables, ya que experimentaron un buen trato al ser atendidos, por otro lado el 29%, casi siempre gozan de buena atención, para el 14% de ellos solo algunas veces han sido bien atendidos y el 3% manifiesta que nunca fueron bien atendidos en los restaurantes económicos de la ciudad.

Por otro lado para (Meneses, 2017), en su tesis titulada: “*Calidad de servicio e influencia en la satisfacción de clientes en los restaurantes de la ciudad de Ayacucho, 2017*”,

que tiene como objetivo hacer estudios acerca de la situación actual de los restaurantes económico de la ciudad de Ayacucho, con respecto a la influencia que ejerce la calidad del servicio brindado en la satisfacción de los comensales, siendo necesario medir las percepciones de los clientes frente a estos restaurantes económicos, enfatizando en la teoría cognitiva afectiva propuesta por el estudiaador Richard Olive, los años 1980 y 1997 con su modelo SERVQUAL. Por consiguiente tuvo como resultados, que el 44% manifestó que nunca toman en cuenta las habilidades interpersonales de los trabajadores, en este caso mozos, no lo consideran como un factor determinante, más al contrario la calidad del servicio y la buena atención al cliente depende mucho de la capacidad que tiene los colaboradores para empatizar con los clientes o comensales y la inteligencia emocional es lo que realmente determina la calidad de servicio y por ende una satisfacción de los clientes.

Finalmente según (Tinco, 2018), en su tesis titulada: *“Percepción de la atención y la calidad del servicio en restaurantes económicos Ayacucho 2018”*, teniendo como objetivo: en qué medida la percepción de los clientes se relaciona con la calidad de servicio del CASE Ayacucho, para esto, determina la relación de la atención y la satisfacción laboral entre otros. Concluyendo que: del total de encuestados, el 48, 3% considera que la calidad de servicio colma todas sus expectativas, siendo excelente, por su parte 26, 7% manifiesta de acuerdo a la encuesta que es bueno, y el 10% sostiene que la atención en los restaurantes es regular por lo que la relación entre la percepción y la calidad de servicio en restaurantes de la ciudad de Ayacucho es considerablemente excelente.

2.2 Bases teóricas

ATENCIÓN AL CLIENTE

La atención al cliente es el conjunto de prestaciones que el cliente espera como consecuencia de la imagen, el precio y la reputación del producto o servicio que recibe. También son actividades que realiza una empresa para atender las necesidades de un público y satisfacer la necesidad de compra, en base a una correcta comunicación y muestra de cortesía, con la finalidad de que el cliente se lleve una buena experiencia. (TORRES, 2010)

De tal manera que la empresa debe contar con diversas fuentes de información sobre las necesidades de los consumidores y de su mercado objetivo, analizando al consumidor y que es lo que desea obtener al momento de obtener un producto o servicio, sin dejar de por medio el trato, la comunicación, la información del producto o servicio que se desea ofrecer. Para determinar todo esto mencionado se debe realizar encuestas y entrevistas con los clientes que suelen concurrir a nuestra empresa.

(TORRES, 2010) Cuando se busca dar una buena atención al cliente se necesita aprender a ver desde la posición del cliente, de tal modo se podrá interpretar sus necesidades y proporcionar un producto que cubra todas sus expectativas, esto nos permitirá desarrollar estrategias y métodos como por ejemplo, calidad de servicio, campañas de publicidad, promociones, atención personalizada, entre otros. Aplicando todo esto se puede llegar a fidelizar a los clientes y así obtener una rentabilidad en forma ascendente, la inversión realizada tendrá resultados óptimos, se desarrollaran nuestros productos, nuestro sistema de servicio, por estos motivos tener en cuenta una buena atención hacia nuestros clientes es fundamental ya que trae beneficio para nuestra empresa.

(VILLADA, MELANY, 2017) Menciona que la atención al cliente es un conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece una empresa con la finalidad de que los clientes obtengan un producto en un lugar y momento adecuado y se asegure un uso correcto de este.

Con los objetivos de, distinguir a los visitantes, que puedan presentarse ante una empresa, utilizando normas adecuadas de cortesía que brinda el personal con los clientes, demostrando honestidad, respeto, sensibilidad entre otros valores para una buena experiencia del cliente en nuestra empresa.

(QUESTIONPRO) Menciona que el servicio al cliente o también conocido como atención al cliente va mucho más allá de brindar un producto o servicio, también hace referencia al momento de que un cliente califica toda la experiencia que se llevó al momento de acudir a un establecimiento, en las etapas de antes durante y después de su compra. Una atención al cliente no solo respecta a responder preguntas de los clientes, también abarca en dar apoyo al cliente antes que haya solicitado nuestra ayuda , adelantarnos a cubrir sus necesidades de una correcta manera eficiente y eficaz, mostrando que nosotros como empresa podemos satisfacer su necesidad en varios aspectos, tanto por el bien o servicio que adquiera en nuestra empresa y también brindarle calidez, amabilidad y calidad, estos elementos también son partes de la atención al cliente.

La finalidad de ofrecer todo esto como empresa trae consigo la felicidad plena en los clientes, y esto nos garantiza que el cliente regrese otra vez por la experiencia que se llevó.

Un cliente feliz por todo lo ofrecido recomendará a su círculo social, y este beneficio será para la empresa, pero todo esto requiere de tiempo y seguimiento a los clientes, con los

avances tecnológicos nos permite como empresa estar en constante contacto con nuestros clientes, escuchando sus opiniones, inquietudes, nuevas necesidades, entre otras. Por este medio también se pueden realizar encuestas, publicidad; para garantizar una buena experiencia antes durante y después de su compra.

(BROWN, 1992) Consiste en simplemente buscar los métodos de cómo hacer feliz a los clientes, desde siempre se buscó competir con las demás empresas para obtener más clientes, la solución para ello fue ofrecer una correcta y buena manera de atender al cliente, durante muchos años se trabajó en este tema y se sigue trabajando, ya que las necesidades y exigencias de los mercados van en crecimiento.

Para dar una correcta atención al cliente primero se busca conocer al cliente y ponernos en sus zapatos, algunas empresas toman al cliente como primer lugar y factor importante para cualquier empresa, esto es según su criterio, la experiencia que se llevará el cliente es muy importante para cualquier empresa, es por eso que se muestra una correcta imagen de nuestra empresa, si el cliente a primera impresión percibe todo de correcta manera, creerá que el factor más importante de nuestra empresa es buena, pero si el cliente tiene un mal aprecio de nuestra empresa, creerá que en nuestro establecimiento damos mayor lugar a lo malo.

Para (FERNANDEZ,S.C., 2012) es identificar las necesidades y gustos del cliente al momento de adquirir un bien para su provecho, para esto es imprescindible manejar el proceso de compra venta de una correcta manera y con beneficio para ambas partes, según Maslow las personas cuentan con diversas necesidades, y es el motivo de las empresas cubrir

con estas necesidades a cambio de una rentabilidad o lucro. De este modo podemos separar o calificar a los clientes y brindar ciertos servicios o productos, ya que todos los clientes no cuentan con la misma necesidad y no a todos les podemos ofrecer el mismo servicio para que estén felices, para esto ya mencionado es necesario tener una correcta comunicación, un buen trato, una calidad en los productos, precios adecuados al mercado.

COMUNICACIÓN CON LOS CLIENTES.

Según (REMICA) la comunicación con el cliente nos permite la fidelización, para esto se apoyan en diversos métodos, como una comunicación directa, puede ser física es el momento en el cual la empresa a través de un trabajador obtiene todas las inquietudes del cliente, o puede ser virtual, con ayuda de las páginas webs o redes sociales, los clientes manifiestan sus inquietudes o nuevas necesidades, en consecuencia a todo esto le permite a la empresa tomar decisiones para que el cliente se lleve una mejor imagen de las empresas y cubran todas sus necesidades.

Una premisa de las empresas es que los mensajes que desean transmitir deben tener coherencia y que el cliente perciba que en esa empresa está todo lo que busca, y que el mensaje debe ir acorde a cada perfil del consumidor. Lo más utilizado por las empresas modernas es el Feedback retroalimentar o seguir proporcionado información al cliente de todo lo que va a encontrar en su empresa, la atención al cliente es la clave para el triunfo de muchas empresas, y para esto se requiere que el consumidor sepa todo acerca de una empresa, ¿qué es lo que ofrece?, ¿cuánto cuesta?, ¿dónde está? Esto es lo que un cliente debe saber para hacer contacto con cualquier empresa.

Para (ELOSEGUI, TRSITAN, 2017) La comunicación es clave ya que nos permite tener un contacto con el cliente, con la comunicación podemos:

- Ponernos en el lugar de los clientes
- Escuchar sus inquietudes y nuevas necesidades
- Hablar en el mismo idioma
- Comprobar la comprensión
- Aplicar metodologías

La base de la comunicación es tener un objetivo concreto, ya sea de transmitir u obtener una información con la finalidad de solucionar un problema. Para el beneficio de algo, en la atención al cliente es muy fundamental tener una constante comunicación, ya sea por parte de la empresa al momento de transmitir algo o la comunicación de los clientes hacia nuestra empresa, con la finalidad de cerrar brechas y tener una buena acción de compra y venta.

CORTESÍA PARA LOS CLIENTES

Para (JIMENEZ, DANIEL, 2011) La cortesía es la reina del servicio, la ausencia de esta elimina el valor que puede tener cualquier servicio, es por este factor que muchos clientes cambian de establecimientos, ya que vivimos en una sociedad donde se evalúa y tiene un mayor valor de cómo se siente el cliente al momento de acudir a una empresa.

La cortesía está conformada por: la amabilidad, respeto, atención, cordialidad, esto debe ser aplicado por los trabajadores hacia los clientes, todo esto mencionado llega al cerebro de cliente y se transformará o tomara acción sobre esto, en forma de protección o sentido de seguridad en esa empresa, la finalidad es que el cliente sienta seguridad y se sienta cómodo en nuestra empresa, será muy importante que los trabajadores apliquen estos valores

para que el cliente se lleve una buena experiencia. Para ello se debe realizar las siguientes actividades:

- Hacer sistemas y documentos de políticas para la atención al cliente, apoyado de frases para el correcto trato al cliente.
- Planificar y realizar capacitación al personal.
- Evaluar constantemente la calidad del servicio por terceros expertos.
- Crear mecanismos orientados al personal que motiven a brindar un correcto trato de cortesía hacia los clientes.

Según (TORRES DIAZ, LUZ ANGELICA;) La cortesía es el arte de expresar buenas costumbres frente otras personas teniendo como base las normas de convivencia, es importante mostrar cortesía en las relaciones humanas y más aún cuando se da atención a una persona cuando acude a una empresa, en las organizaciones y empresas la cortesía es la norma más sobresaliente cuando se trata de atender al cliente. En muchas empresas se aprecia el servicio acompañado de descortesía, la cortesía viene acompañado de un saludo, una pregunta de: ¿cómo se encuentra uno? , ¿De qué es lo que espera al momento de realizar su compra?

Muchos clientes buscan un añadido por parte del vendedor o persona que lo atiende en un establecimiento, esto no quiere decir que el producto debe ser muy abundante o caro, mas es el hecho de como este personal te trata, te brinda información, te asesora al momento de realizar la compra, la educación que refleja, todo esto hace que el cliente se sienta en un clima donde pueda desenvolverse, y a causa de esto regrese por el producto o servicio que se le ofreció.

SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

(GONZALES, HUGO, 2011) lo define como la percepción que tiene un cliente sobre el grado en cual se ha cumplido sus expectativas, , un indicador que puede medir esto son las quejas de los clientes, si existe esto es un claro indicador de baja satisfacción, y según esto podemos hacer un análisis interno para determinar en qué se está fallando y eliminar esos malos hábitos de la empresa, también se puede definir como el resultado de las comparaciones que realiza el cliente antes y después de recibir un producto o servicio, si cumplió o no con sus expectativas previstas antes del momento de adquirir un bien. De tal modo es recomendable conocer lo que el cliente busca para así determinar si se está cumpliendo o no con satisfacer al cliente.

Kotler P. citado por (GONZALES, HUGO, 2011) *“que es un nivel de estado de ánimo de una persona que resulta al comparar el rendimiento percibido por un servicio o producto con sus expectativas.”*

La norma ISO 9001 promueve una adopción de enfoque destinado a aumentar la satisfacción del cliente, en base a esto se definen requisitos para que las empresas lleven una iniciativa de programas para satisfacer al cliente, de este modo se busca estar en contacto con el cliente para saber si lo que se le está brindando es lo adecuado.

La satisfacción al cliente es un tema muy amplio de conocer ya que se mide el grado subjetivo de las personas frente a un servicio o producto que adquiere, de tal manera que es necesario preguntar al cliente para conocer su nivel de satisfacción.

III. HIPÓTESIS

Según (Gonzales, 2016), nos explica que la hipótesis es una respuesta tentativa a una pregunta relacionada al problema de investigación, esto solamente es de carácter tentativo y que esta hipótesis tiene que ser sometida a comprobación mediante la experimentación. Por eso la hipótesis no se formula en estudios de tipo descriptivo, mientras que en estudios de tipo experimental.

Según (Hernandez, 2014), nos menciona que el hecho de formular la hipótesis o no depende del alcance inicial del estudio. Las investigaciones que contemplan hipótesis son las de tipo correlacional o las explicativas, o aquellas que son descriptivas pero que al final tiene como objetivo pronosticar una cifra o un hecho concreto y real.

IV. METODOLOGÍA

4.1 El tipo de la investigación

La presente tesis fue de tipo Aplicada con enfoque cuantitativo.

Aplicada porque nos basamos en teorías ya existentes de diversos autores.

Enfoque cuantitativo porque tiene una forma medible numérica a través de la recolección de datos y presentar los resultados de manera estadística.

4.2 Nivel de la investigación

El nivel de la presente tesis fue de nivel descriptivo, ya que solo se describieron las variables de estudio, los cuales no sufrieron algún cambio. Se tuvo en cuenta diferentes bases teóricas como sustento de la investigación.

4.3 Diseño de la investigación

La presente tesis tiene un diseño No Experimental de forma transversal, esto nos quiere decir que no se manipularon las variables de estudio, mas solo se observó el uso y la forma de la variable en el objeto de estudio, dado en un año específico, para luego ser analizados.

4.4 Población y muestra

Población

Para el estudio de dicha tesis se tomó en cuenta la población infinita en lo que respectan a comensales de restaurantes económicos.

Para el estudio de esta tesis se realizó la encuesta a través de un cuestionario a los clientes del restaurante Eclipse del distrito de Querobamba, provincia de Sucre de la región de Ayacucho. En tal sentido se determinó el tamaño de muestra utilizando la siguiente fórmula estadística.

Muestra

Para la siguiente investigación se aplicó el muestreo aleatorio, para determinar el tamaño de muestra del distrito de Querobamba, Provincia de Sucre, Región de Ayacucho. La fórmula que se empleó fue la siguiente:

$$n = \frac{Z^2 * p * q}{e^2}$$

n= 384 clientes.

- Margen de error 0.05 %

- Nivel de confianza 95%

- Valor de p y q =0.05

Por lo tanto se tiene:

n= X

n= 384

Z= 1.96

p= 0.50

q= 0.50

e= 0.05

$$n = \frac{(1.96)^2(0.50)(0.50)}{0.05^2}$$

n= 384 clientes del restaurante Eclipse, distrito de Querobamba, provincia de Sucre,
Región Ayacucho, 2019.

4.5 Definición y operacionalización de variables

VARIABLE	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS
ATENCIÓN AL CLIENTE	La atención al cliente es el conjunto de prestaciones que el cliente espera como consecuencia de la imagen, el precio y la reputación del producto o servicio que recibe. También son actividades que realiza una empresa para atender las necesidades de un público y satisfacer la necesidad de compra, en base a una correcta comunicación y muestra de cortesía, con la finalidad de que el cliente se lleve una buena experiencia. (TORRES, 2010)	La atención al cliente es el acto u hecho de que manera se brinda un producto o servicio, con apoyo de varios factores y con la finalidad de brindar una cómoda, cálida y buena experiencia para el cliente al momento de realizar una compra. De tal modo que ambas partes en la actividad de compra y venta sean beneficiados, tanto como el comprador llegue a la satisfacción plena de su necesidad y el vendedor obtenga rentabilidad, garantizando que el cliente retorne.	Comunicación	Escuchar	¿De qué manera calificaría al mozo cuando escuchó su pedido?
				Presentación de los mozos	¿De qué manera calificaría la presentación del mozo?
				Carta del menú	¿De qué manera calificaría la carta del menú del restaurante?
			Cortesía	Saludo	¿De qué manera calificaría el saludo que recibió al momento de ingresar al restaurant?
				Amabilidad	¿De qué manera calificaría el trato que recibió en el restaurant?
				Paciencia	¿De qué manera calificaría la paciencia que tuvo el mozo cuando lo atendió?
			Satisfacción	Buena comida	¿De qué manera calificaría la comida que consumió?
				Retorno para el consumo	¿De qué manera calificaría al restaurant?
				Precio	¿Cuán satisfecho se encuentra con el precio de las comidas?

4.6 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para la recopilación de datos se utilizó la técnica de encuesta, con el instrumento de recopilación de información denominado cuestionario, que se aplicó a 384 clientes del restaurante económico Eclipse del distrito de Querobamba, Provincia de Sucre, Región Ayacucho, 2019.

4.7 Plan de análisis

Se recopiló los datos por medio del instrumento que en este caso es el cuestionario, aplicado a los clientes del restaurant económico Eclipse del distrito de Querobamba, Provincia de Sucre, región Ayacucho, con preguntas debidamente validadas y respaldadas por los expertos en la materia. Finalmente se procedió a recopilar, tabular, interpretar y realizar gráficos estadísticos de forma ordenada y de acuerdo a la variable y sus respectivas dimensiones descritas en esta investigación, para ofrecer una propuesta de mejora en el tema investigado.

Se empleó la estadística descriptiva para calcular los porcentajes y frecuencias, utilizando programas y/o herramientas como: Microsoft Office Word, Microsoft Office Excel, SPSS, Power Point y Turnitin.

4.8 Matriz de consistencia

ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL RUBRO RESTAURANTES ECONÓMICOS, CASO RESTAURANTE ECLIPSE, DISTRITO DE QUEROBAMBA, PROVINCIA DE SUCRE, REGIÓN AYACUCHO, 2019.				
PROBLEMAS	OBJETIVOS	VARIABLE Y DIMENSIONES	HIPÓTESIS	METODOLOGÍA
<p>PROBLEMA GENERAL ¿De qué manera se da la Atención al Cliente en las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes económicos, caso restaurante Eclipse, Distrito De Querobamba, Provincia De Sucre, Región Ayacucho, 2019?</p> <p>PROBLEMAS ESPECIFICOS - ¿Cómo se da la comunicación en las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes económicos, caso restaurante Eclipse, Distrito De Querobamba, Provincia De Sucre, Región Ayacucho, 2019? - ¿Cómo se da la cortesía en las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes económicos, caso restaurante Eclipse, Distrito De Querobamba, Provincia De Sucre, Región Ayacucho, 2019? - ¿Cómo se da la satisfacción en las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes</p>	<p>OBJETIVO GENERAL Describir de qué manera se da la Atención al Cliente en las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes económicos, caso restaurante Eclipse, distrito de Querobamba, provincia de Sucre, Región Ayacucho, 2019.</p> <p>OBJETIVOS ESPECIFICOS - Describir de qué manera se da la comunicación en las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes económicos, caso restaurante Eclipse, Distrito De Querobamba, Provincia De Sucre, Región Ayacucho, 2019. - Describir de qué manera se da la cortesía en las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes económicos, caso restaurante Eclipse, Distrito De Querobamba, Provincia De Sucre, Región Ayacucho, 2019.</p>	<p>VARIABLE Atención al Cliente</p> <p>DIMENSIONES Comunicación Cortesía Satisfacción</p>	<p>Según (Hernandez, 2014), nos dice que Las investigaciones que contemplan hipótesis son las de tipo correlacional o las explicativas, o aquellas que son descriptivas pero que al final tiene como objetivo pronosticar una cifra o un hecho concreto y real.</p>	<p>TIPO DE INVESTIGACIÓN. Aplicada de enfoque Cuantitativo</p> <p>NIVEL DE INVESTIGACIÓN. Descriptivo.</p> <p>DISEÑO DE INVESTIGACIÓN. No Experimental con corte Transversal.</p> <p>POBLACIÓN. Infinita con lo que respecta a los comensales del rubro restaurantes económicos, caso restaurante Eclipse, Distrito De Querobamba, Provincia</p>

<p>económicos, caso restaurante Eclipse, Distrito de Querobamba, provincia de Sucre, Región Ayacucho, 2019?</p> <p>- ¿Cómo implementar el plan de mejora para la Atención al Cliente en las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes económicos, caso restaurante Eclipse, Distrito de Querobamba, Provincia De Sucre, Región Ayacucho, 2019?</p>	<p>- Describir de qué manera se da la satisfacción en las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes económicos, caso restaurante Eclipse, Distrito de Querobamba, provincia de Sucre, Región Ayacucho, 2019.</p> <p>- Elaborar plan de mejora para la Atención al Cliente en las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes económicos, caso restaurante Eclipse, distrito de Querobamba, provincia de Sucre, Región Ayacucho, 2019.</p>			<p>De Sucre, Región Ayacucho, 2019.</p> <p>MUESTRA. 384 clientes del rubro restaurantes económicos, caso restaurant Eclipse, Distrito De Querobamba, Provincia De Sucre, Región Ayacucho, 2019.</p> <p>TÉCNICA. Encuesta.</p> <p>INSTRUMENTO. Cuestionario.</p>
---	---	--	--	--

4.9 Principios éticos

Son un conjunto de reglas y menciones que sirven como una guía que ayuda a direccionar de forma positiva, bajo los parámetros de la verdad y la justicia de nuestras conductas, La Universidad Católica Los Ángeles De Chimbote en su política de educación brinda un manual de ética para los investigadores, la cual se debe respetar para que las investigaciones tengan una constitución verídica y con aporte a la sociedad, por esto existen muchos principios éticos dentro de nuestra sociedad y los individuos que conforman una sociedad lo aceptan y respetan por mutuo acuerdo. La finalidad de los principios éticos dentro de la presente investigación es demostrar que los resultados brindados mediante la aplicación de las encuestas y estas no serán manipulados, ni distorsionados, respetando las opiniones y respuestas vertidas.

Donde se tendrá en cuenta los principios de verdad, honestidad, valores, integridad, el principio de justicia, y el de beneficencia.

V. RESULTADOS

En la siguiente investigación se aplicó 384 cuestionarios a personas mayores de 15 años hasta 60 años, entre ellos varones y mujeres, para determinar el tema a tratar “Atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes económicos, caso restaurante Eclipse, distrito de Querobamba, provincia de sucre, región Ayacucho, 2019.” Y se obtuvieron los siguientes resultados.

5.1 Datos Generales

Edad

Tabla 1 Edad de los encuestados

Edades	Cantidad	Porcentaje
15-25 años	75	20%
26-35 años	105	27%
36-45 años	140	36%
46-60 años	64	17%
Total	384	100%

FUENTE: Elaboración propia

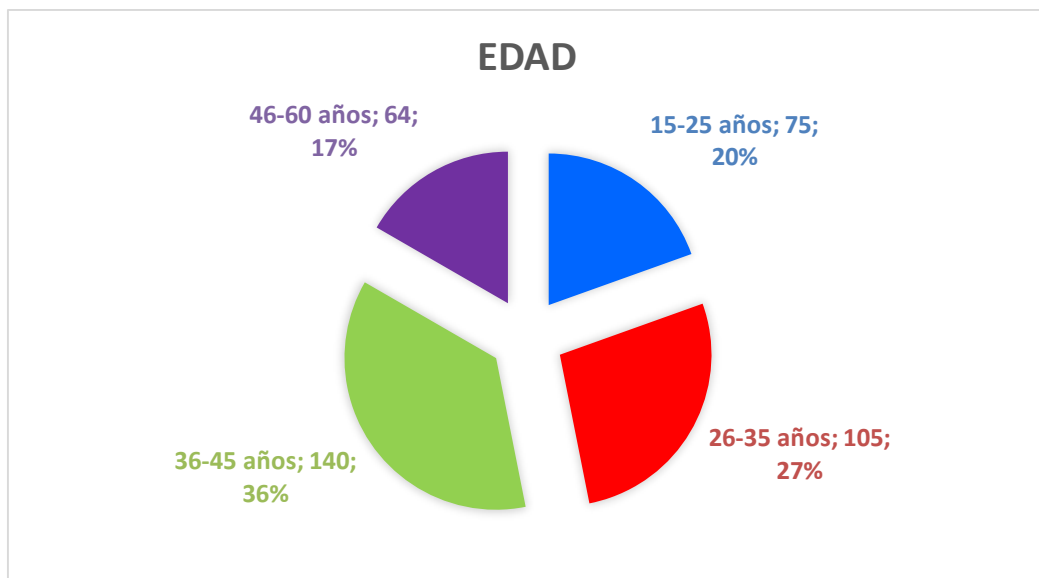


Ilustración 1 Edad de los encuestados

FUENTE: Elaboración propia

En la ilustración 1 podemos apreciar que, el 36% de los encuestados tienen edades entre 36 a 45 años, mientras que el 27% tienen edades entre 26 a 35 años, el 20% tiene entre 15 a 25 años de edad y por último el 17% tienen edades entre 46 a 60 años.

Género

Tabla 2 Género de los encuestados

Género	Cantidad	Porcentaje
Masculino	183	48%
Femenino	201	52%
Total	384	100%

FUENTE: Elaboración propia

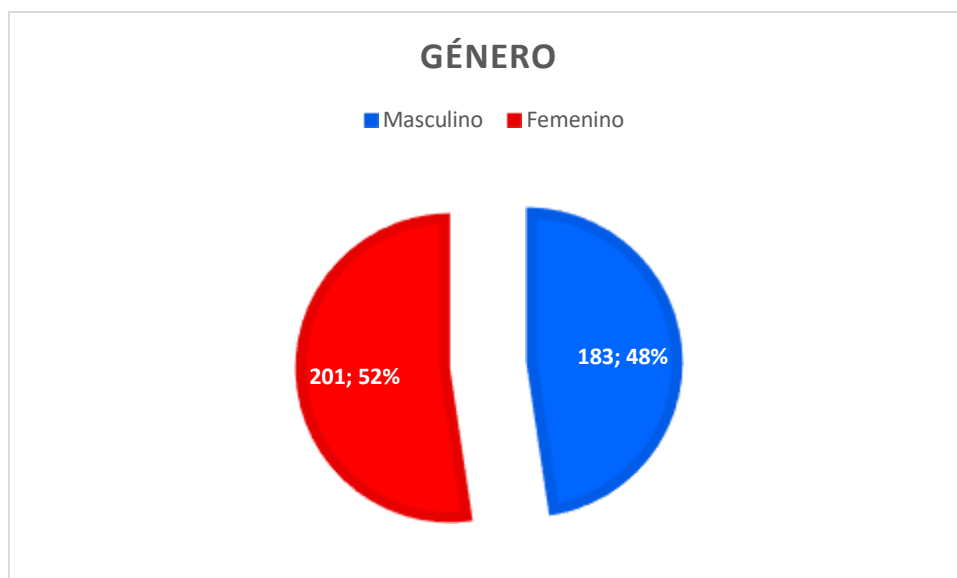


Ilustración 2 Género de los encuestados.

FUENTE: Elaboración propia.

En la ilustración 2 podemos apreciar que, el 52% de encuestadas pertenecen al género femenino, mientras que el 48% corresponden al género masculino.

5.2 Resultados de la variable Atención Al Cliente

5.2.1 Preguntas referidas a la dimensión Comunicación.

Tabla 3 ¿De qué manera calificaría al mozo cuando escuchó su pedido?

Alternativa	Varones	Mujeres	Total	Porcentaje
Muy mala	16	23	39	10%
Mala	18	23	41	11%
Regular	68	66	134	35%
Buena	67	63	130	34%
Muy buena	14	26	40	10%
Total	183	201	384	100%

Fuente: Elaboración propia.

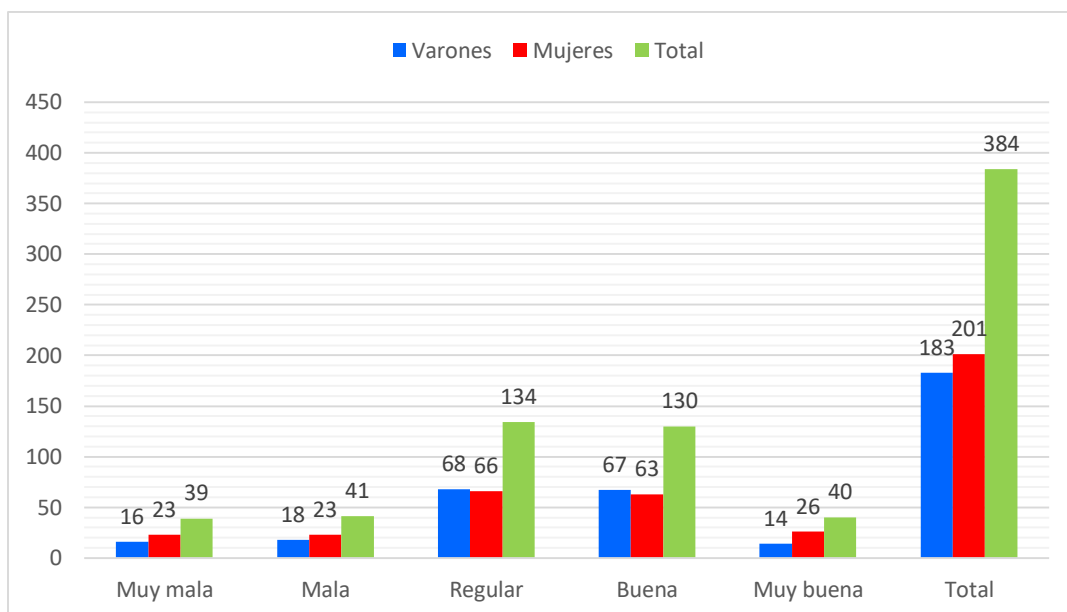


Ilustración 3 ¿De qué manera calificaría al mozo cuando escuchó su pedido?

Fuente: Elaboración propia.

Con respecto a la ilustración 3, de la totalidad de personas encuestadas 100% (384 clientes), se pudo apreciar lo más resaltante y es lo siguiente: el 35% (134 personas) califican como regular la manera de cómo el mozo los escuchó al momento de realizar su pedido, mientras que el 34% (130 personas) califican como buena la manera de cómo el mozo los escuchó al momento de realizar su pedido.

Tabla 4 ¿De qué manera calificaría la presentación del mozo?

Alternativa	Varones	Mujeres	Total	Porcentaje
Muy mala	16	17	33	9%
Mala	18	23	41	11%
Regular	81	81	162	42%
Buena	46	50	96	25%
Muy buena	22	30	52	14%
Total	183	201	384	100%

Fuente: Elaboración propia.

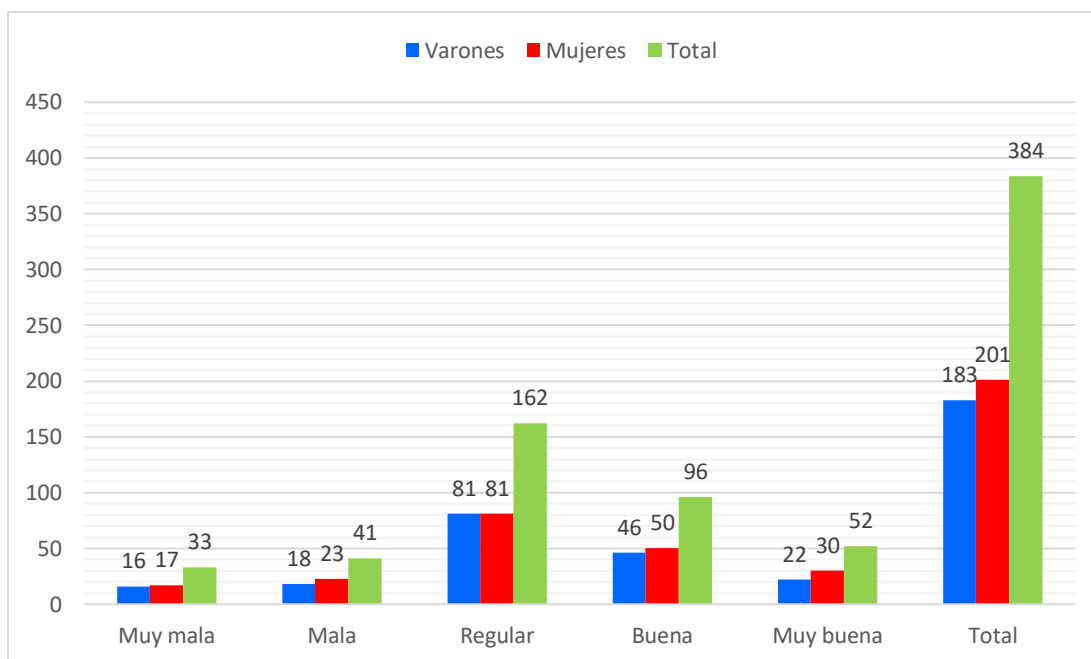


Ilustración 4; De qué manera calificaría la presentación del mozo?

Fuente: Elaboración propia.

Con respecto a la ilustración 4, de la totalidad de personas encuestadas 100% (384 clientes), se pudo apreciar lo más resaltante y es lo siguiente: El 42% (162 personas) calificaron como regular la presentación del mozo, mientras que el 25% (96 personas) calificaron como buena la presentación del mozo.

Tabla 5 ¿De qué manera calificaría la carta del menú del restaurante?

Alternativa	Varones	Mujeres	Total	Porcentaje
Muy mala	16	19	35	9%
Mala	14	19	33	9%
Regular	93	86	179	47%
Buena	46	48	94	24%
Muy buena	14	29	43	11%
Total	183	201	384	100%

Fuente: Elaboración propia.

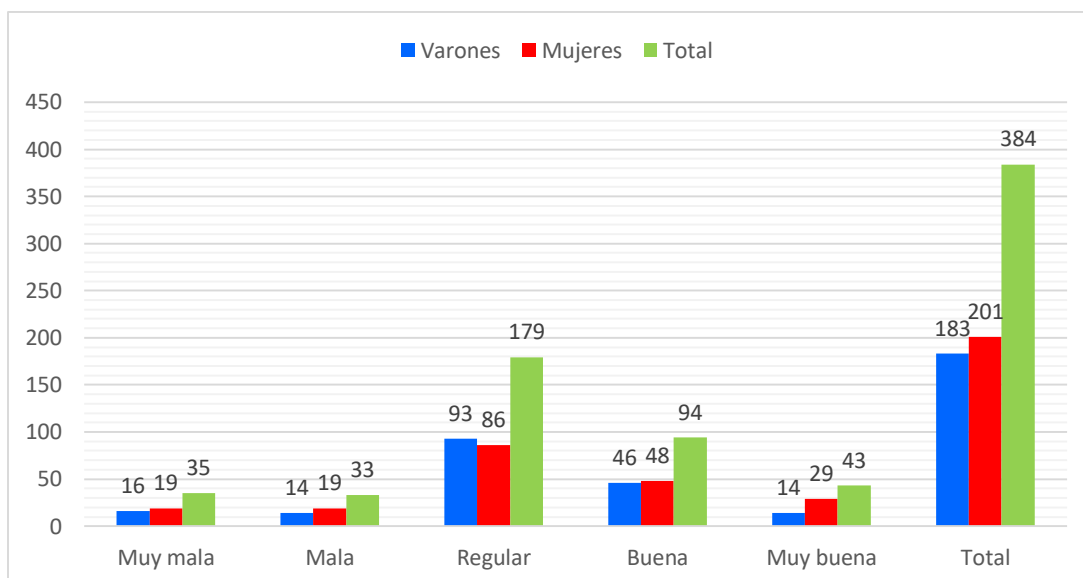


Ilustración 5 ¿De qué manera calificaría la carta del menú del restaurante?

Fuente: Elaboración propia.

Con respecto a la ilustración 5, de la totalidad de personas encuestadas 100% (384 clientes), se pudo apreciar lo más resaltante y es lo siguiente: El 47% (179 personas) calificaron como regular la carta del menú del restaurante, mientras que el 24% (94 personas) calificaron como buena la carta del menú del restaurante.

5.2.2 Preguntas referidas a la dimensión Cortesía.

Tabla 6 ¿De qué manera calificaría el saludo que recibió al momento de ingresar al restaurant?

Alternativa	Varones	Mujeres	Total	Porcentaje
Muy mala	16	17	33	9%
Mala	16	23	39	10%
Regular	83	72	155	40%
Buena	50	60	110	29%
Muy buena	18	29	47	12%
Total	183	201	384	100%

Fuente: Elaboración propia.

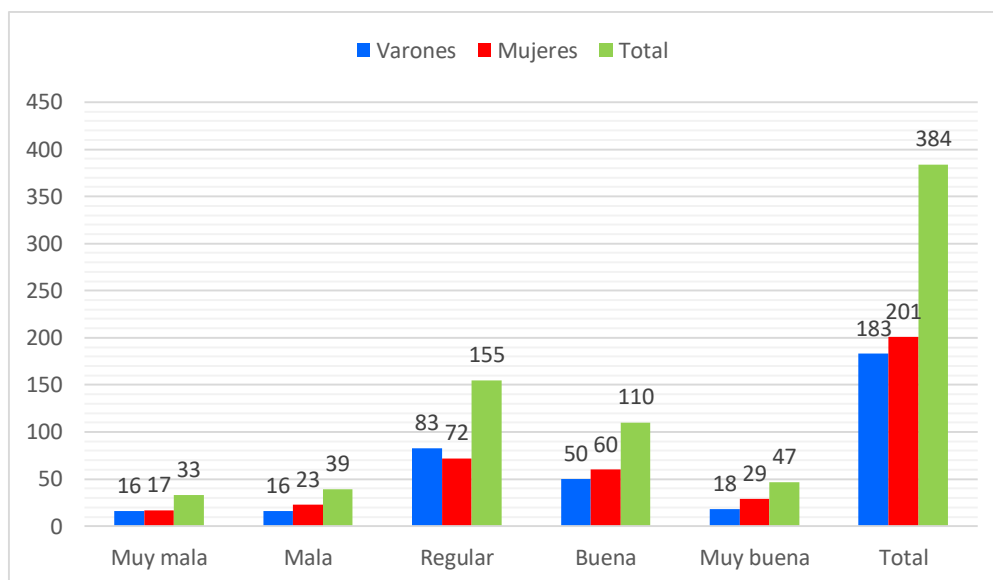


Ilustración 6 ¿De qué manera calificaría el saludo que recibió al momento de ingresar al restaurant?

Fuente: Elaboración propia.

Con respecto a la ilustración 6, de la totalidad de personas encuestadas 100% (384 clientes), se pudo apreciar lo más resaltante y es lo siguiente El 40% (155 personas) calificaron como regular el saludo que recibieron al momento de ingresar al restaurant, mientras que el 29% (110 personas) calificaron como bueno el saludo que recibieron al momento de ingresar al restaurant.

Tabla 7 ¿De qué manera calificaría el trato que recibió en el restaurant?

Alternativa	Varones	Mujeres	Total	Porcentaje
Muy mala	16	17	33	9%
Mala	16	23	39	10%
Regular	57	64	121	32%
Buena	80	74	154	40%
Muy buena	14	23	37	10%
Total	163	175	338	100%

Fuente: Elaboración propia.

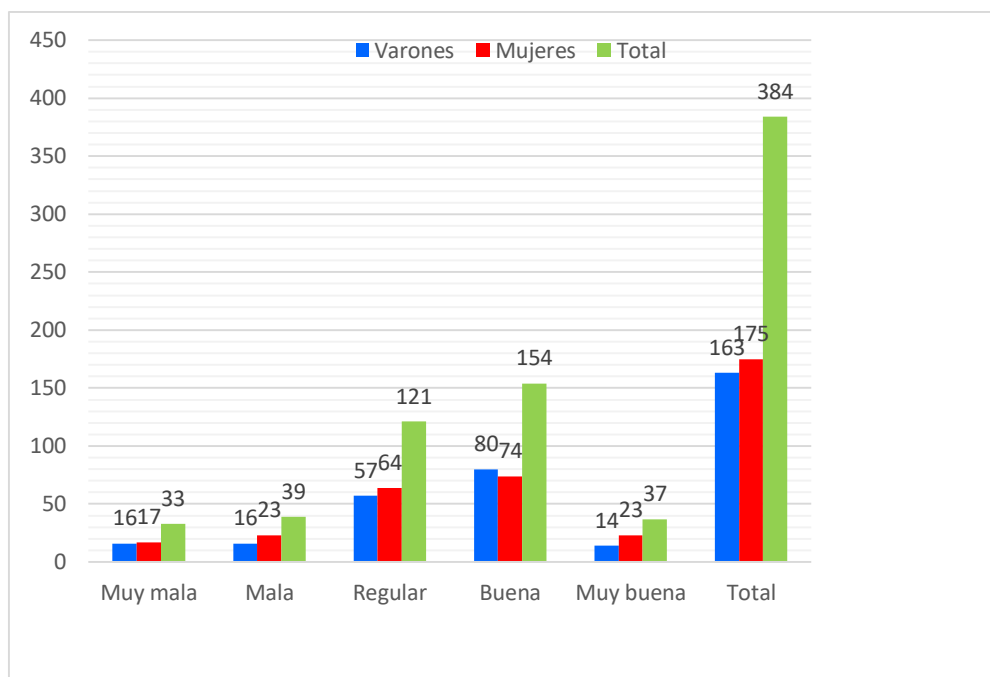


Ilustración 7¿De qué manera calificaría el trato que recibió en el restaurant?

Fuente: Elaboración propia.

Con respecto a la ilustración 7, de la totalidad de personas encuestadas 100% (384 clientes), se pudo apreciar lo más resaltante y es lo siguiente: El 40% (154 personas) calificaron como bueno el trato que recibieron en el restaurant, mientras que el 32% (121 personas) calificaron como regular el trato que recibieron en el restaurant.

Tabla 8¿De qué manera calificaría la paciencia que tuvo el mozo cuando lo atendió?

Alternativa	Varones	Mujeres	Total	Porcentaje
Muy mala	16	19	35	9%
Mala	14	19	33	9%
Regular	64	66	130	34%
Buena	69	73	142	37%
Muy buena	20	24	44	11%
Total	163	175	384	100%

Fuente: Elaboración propia.

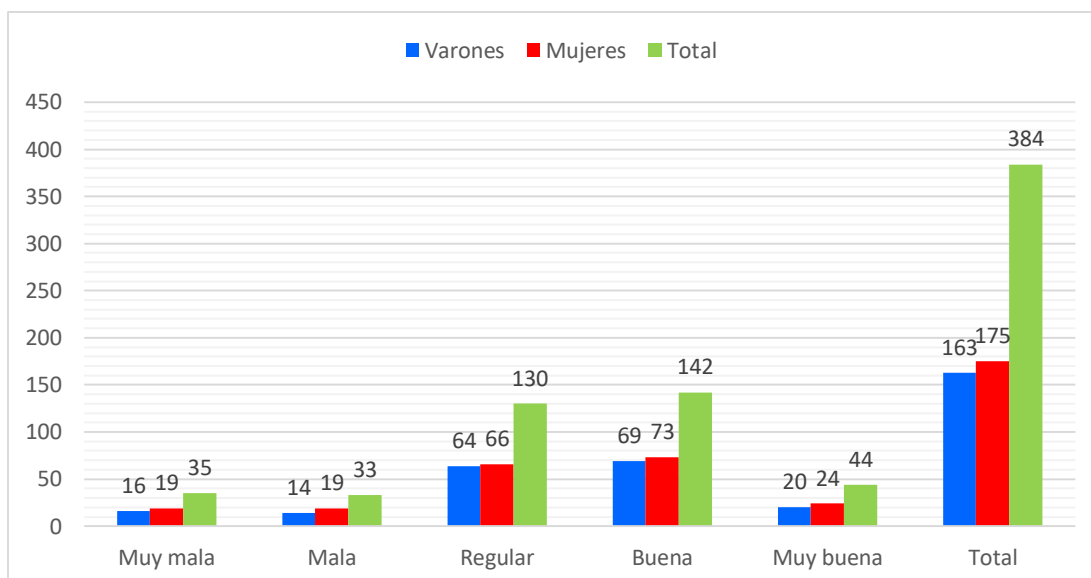


Ilustración 8; De qué manera calificaría la paciencia que tuvo el mozo cuando lo atendió?

Fuente: Elaboración propia.

Con respecto a la ilustración 8, de la totalidad de personas encuestadas 100% (384 clientes), se pudo apreciar lo más resaltante y es lo siguiente: El 37% (142 personas) calificaron como buena la paciencia que tuvo el mozo al momento de ser atendidos, mientras que el 34% (130 personas) calificaron como regular la paciencia que tuvo el mozo al momento de ser atendidos.

5.2.3 Preguntas referidas a la dimensión Satisfacción.

Tabla 9; De qué manera calificaría la comida que consumió?

Alternativa	Varones	Mujeres	Total	Porcentaje
Muy mala	16	23	39	10%
Mala	14	17	31	8%
Regular	94	67	161	42%
Buena	40	64	104	27%
Muy buena	19	30	49	13%
Total	163	175	384	100%

Fuente: Elaboración propia.

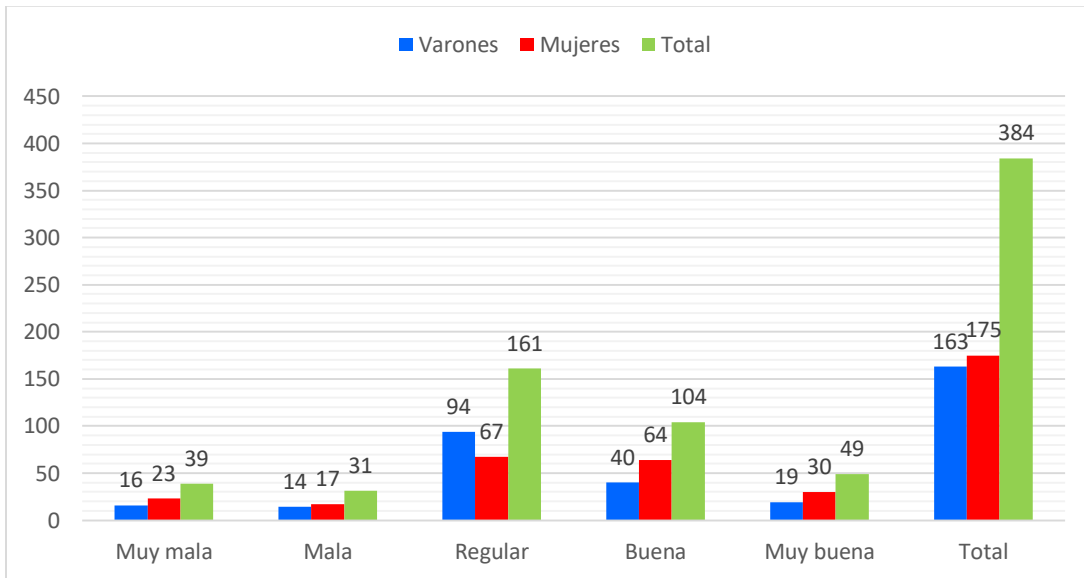


Ilustración 9; De qué manera calificaría la comida que consumió?

Fuente: Elaboración propia.

Con respecto a la ilustración 9, de la totalidad de personas encuestadas 100% (384 clientes), se pudo apreciar lo más resaltante y es lo siguiente: El 42% (161 personas) calificaron como regular la comida que consumieron, mientras que el 27% (104 personas) calificaron como buena la comida que consumieron.

Tabla 10; De qué manera calificaría al restaurant?

Alternativa	Varones	Mujeres	Total	Porcentaje
Muy mala	16	19	35	9%
Mala	14	19	33	9%
Regular	22	30	52	14%
Buena	99	94	193	50%
Muy buena	33	38	71	18%
Total	163	175	384	100%

Fuente: Elaboración propia.

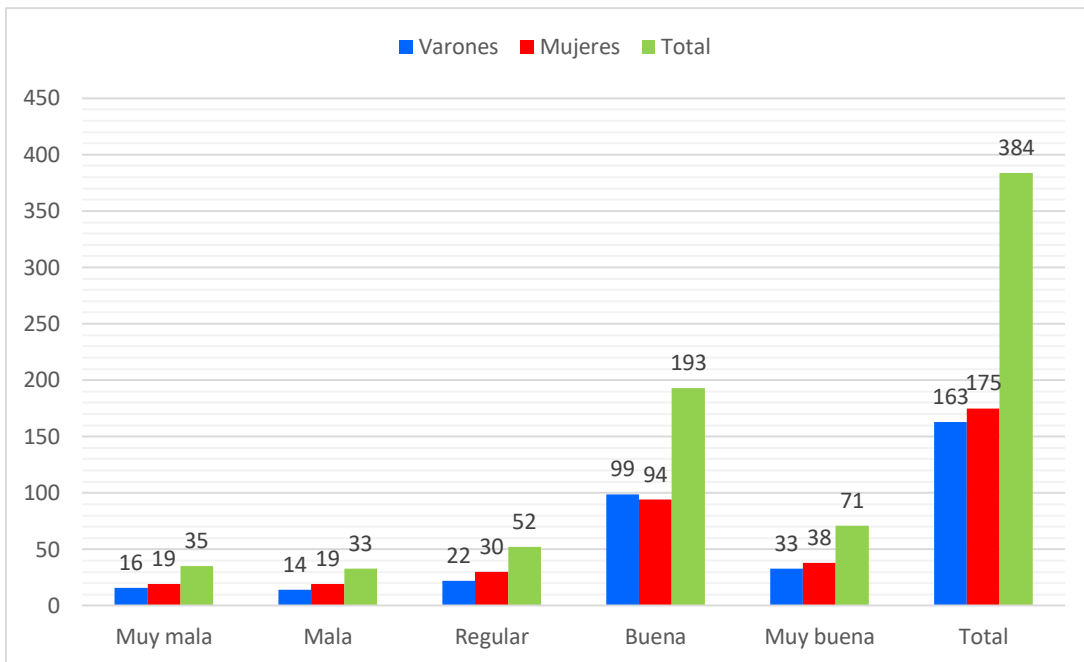


Ilustración 10; De qué manera calificaría al restaurant?

Fuente: Elaboración propia.

Con respecto a la ilustración 10, de la totalidad de personas encuestadas 100% (384 clientes), se pudo apreciar lo más resaltante y es lo siguiente: El 50% (193 personas) calificaron como bueno al restaurant, mientras que el 18% (71 personas) calificaron como muy bueno al restaurant.

Tabla 11; Cuán satisfecho se encuentra con el precio de las comidas?

Alternativa	Varones	Mujeres	Total	Porcentaje
Nada satisfactorio	16	17	33	9%
Poco satisfactorio	14	15	29	8%
Regular	23	41	64	17%
Satisfactorio	44	45	89	23%
Muy satisfactorio	86	83	169	44%
Total	163	175	384	100%

Fuente: Elaboración propia.

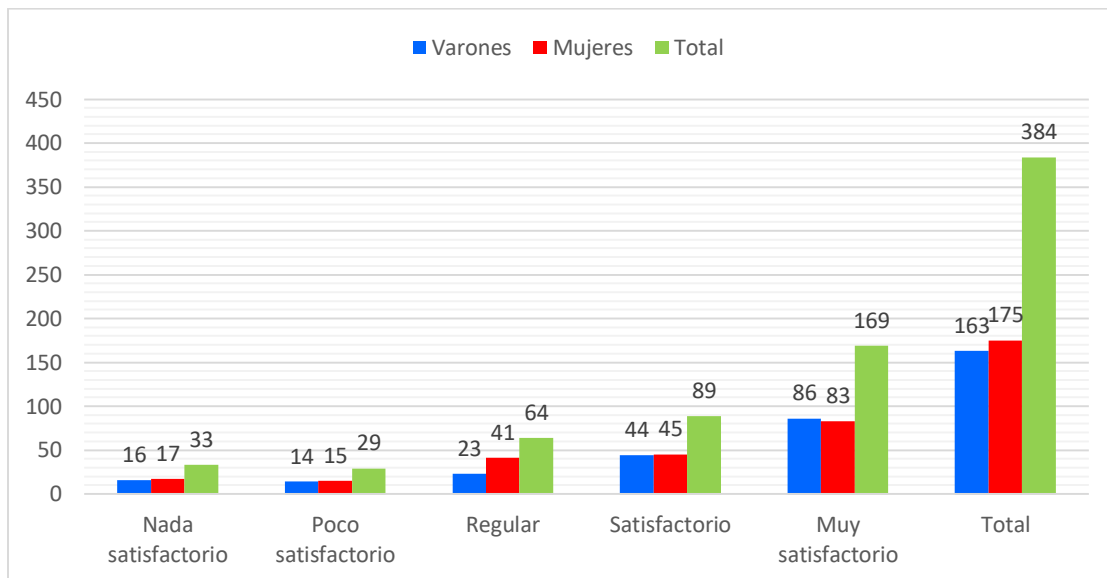


Ilustración 11 ¿Cuán satisfecho se encuentra con el precio de las comidas?

Fuente: Elaboración propia.

Con respecto a la ilustración 11, de la totalidad de personas encuestadas 100% (384 clientes), se pudo apreciar lo más resaltante y es lo siguiente: El 44% (169 personas) calificaron como muy satisfactorio el precio de las comidas que ofrece el restaurante, mientras que el 23% (89 personas) calificaron como satisfactorio el precio de las comidas que ofrece el restaurante.

5.2 ANALISIS DE RESULTADOS

Con respecto al objetivo específico 01, Describir qué manera se da la Comunicación en las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes económicos, Distrito De Querobamba, Provincia De Sucre, Región Ayacucho, 2019.

En la Tabla 12 ¿De qué manera calificaría al mozo cuando escuchó su pedido? el 35% califican como regular la manera de cómo el mozo los escuchó al momento de realizar su pedido, mientras que el 34% califican como buena la manera de cómo el mozo los escuchó al momento de realizar su pedido. Estos resultados nos muestran que los mozos si prestan atención al momento de atender a los comensales y existe una satisfacción buena y regular en este aspecto ya que un 69% están conformes.

Mientras que en la Tabla 13 ¿De qué manera calificaría la presentación del mozo?: El 42% (162 personas) calificaron como regular la presentación del mozo, mientras que el 25% (96 personas) calificaron como buena la presentación del mozo. Se pudo apreciar que una mayoría está conforme (67%) con la presentación del mozo calificando de regular y buena la presentación que los mozos reflejan con respecto a sus uniformes y aseo personal.

De tal forma en la *Tabla 14* ¿De qué manera calificaría la carta del menú del restaurante? El 47% calificaron como regular la carta del menú del restaurante, mientras que el 24% calificaron como buena la carta del menú del restaurante. Estos resultados obtenidos nos muestran que hay una conformidad (71%) con lo que respecta a la carta del menú ya que evaluaron de regular y buena la carta.

Con respecto al objetivo específico 02, Describir qué manera se da la Cortesía en las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes económicos, Distrito De Querobamba, Provincia De Sucre, Región Ayacucho, 2019.

En la Tabla 15 ¿De qué manera calificaría el saludo que recibió al momento de ingresar al restaurant? Con respecto a la ilustración 4, El 40% calificaron como regular el saludo que recibieron al momento de ingresar al restaurant, mientras que el 29% calificaron como bueno el saludo que recibieron al momento de ingresar al restaurant. Estos resultados obtenidos son positivos (69%) está satisfecho, debido a que se obtuvieron regulares y buenos resultados

De tal manera la Tabla 16¿De qué manera calificaría el trato que recibió en el restaurant?: El 40% calificaron como bueno el trato que recibieron en el restaurant, mientras que el 32% calificaron como regular el trato que recibieron en el restaurant. Estos resultados son positivos (72%) están conformes con el trato, ya que calificaron entre bueno y regular el trato que recibieron.

Por consiguiente en la *Tabla 17*¿De qué manera calificaría la paciencia que tuvo el mozo cuando lo atendió? El 37% calificaron como buena la paciencia que tuvo el mozo al momento de ser atendidos, mientras que el 34% calificaron como regular la paciencia que tuvo el mozo al momento de ser atendidos. Los resultados obtenidos en esta pregunta son de carácter positivo (71%) calificaron entre bueno y regular la paciencia que reflejo el mozo al momento de atenderlos.

Con respecto al objetivo específico 03, Describir qué manera se da la Satisfacción en las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes económicos, Distrito De Querobamba, Provincia De Sucre, Región Ayacucho, 2019.

En la Tabla 18¿De qué manera calificaría la comida que consumió?: El 42% calificaron como regular la comida que consumieron, mientras que el 27% calificaron como buena la comida que consumieron. Este resultado es positivo (69%) ya que se pudo apreciar que los clientes aprecian entre regular y buena la comida que consumieron.

Por lo tanto en la Tabla 19¿De qué manera calificaría al restaurant?, El 50% calificaron como bueno al restaurant, mientras que el 18 % calificaron como muy bueno al restaurant. Estos resultados son positivos ya que un 50% considera bueno al restaurant y si se toma en cuenta un (68%) están conformes con el restaurant ya que se obtuvieron resultados de bueno y de regular en la forma de como calificaron al restaurant

Por ultimo en la Tabla 20¿Cuán satisfecho se encuentra con el precio de las comidas? El 44% calificaron como muy satisfactorio el precio de las comidas que ofrece el restaurante, mientras que el 23% calificaron como satisfactorio el precio de las comidas que ofrece el restaurante. Estos resultados son buenos (67%) están satisfechos con los precios de las comidas en el restaurante.

5.3 PROPUESTA DE MEJORA

La propuesta de mejora consta en ofrecer un plan para poder mejorar los puntos o aspectos con déficit en la empresa, en dicha ocasión es una empresa que si cuenta con buena atención al cliente, pero existen puntos que se requieren fortalecer para llegar a una excelente atención al cliente, ya que existen clientes insatisfechos en su minoría y como objetivo de cualquier empresa es de índole primordial que los clientes en su totalidad estén satisfechos en todos los aspectos que podemos ofrecer.

Actividades De La Empresa

La empresa Restaurant Eclipse, es una empresa que se encarga de ofrecer el producto y servicio de alimentación en base a ser un restaurant económico en el Distrito De Querobamba, Provincia De Sucre, Región Ayacucho. Y por lo apreciado en la encuesta ofrecen una buena atención al cliente pero de tal forma existen puntos en los cuales se deben de fortalecer para cumplir la satisfacción total de todos sus comensales. Se pudo apreciar en varios resultados que la satisfacción es regular y por lo tanto se requiere llegar a una buena satisfacción para los clientes y así llegar a ser una mejor empresa.

Objetivos del plan de mejora.

- Capacitar a los mozos y encargados de atención directa a los comensales en técnicas de atención.
- Reestructurar la carta del menú.
- Mejorar la forma de elaboración y sazón de las comidas para el menú del día.

- Mejorar las cortesías para el saludo y agradecimiento a los comensales.

Alcance del plan de mejora

- Trabajadores encargados de tener contacto directo con los comensales y dueño, para posterior capacitación a los nuevos trabajadores.

Fines del plan de mejora

- Mozos capacitados en una correcta atención al cliente.
- Evaluación constante de como es el trato hacia los comensales.
- Compromiso de los trabajadores.
- Actualizar la carta del menú del restaurante, mínimo semestralmente.
- Mejorar la indumentaria y uniforme de los mozos para una correcta presentación, que es igual a muestra de higiene y salud.
- Capacitación semestral sobre la atención al cliente.

Requerimiento para la propuesta

- Participantes: mozos, personal en contacto directo con los comensales y dueño.
- Infraestructura: una sala para la capacitación.
- Materiales: bandejas, mezas, comandas, uniformes, pizarra, plumones.
- Equipo tecnológico: laptop.
- Asesor encargado: Profesional externo en cuestión de atención al cliente en restaurantes.

- Presupuesto: S/. 1 800.00 soles (precio para 3 charlas en el año, con duración de 4 horas cada una, incluye pasaje y estadía para el profesional encargado) alimentación a cargo del restaurant.

CUADRO DE LA PROPUESTA DE MEJORA

Problema encontrado	Causa	Solución para el problema encontrado	Responsables para la solución.	Se mejorará
35% califican como regular la manera de cómo el mozo los escuchó al momento de realizar su pedido	Los mozos nunca recibieron capacitación previa al momento de ingresar a laborar a la empresa.	Capacitación y orientación para el mejor trato hacia la atención del cliente, con técnicas modernas de atención que aplican restaurantes potencias y líderes del mercado.	Dueño.	Que los comensales estén más satisfechos y mejor escuchados al momento de realizar sus pedidos, parte de esto nos garantiza que retornen ya que los restaurantes económicos no dan énfasis en este aspecto.
47% calificaron como regular la carta del menú del restaurante	No existió una asesoría de un profesional para elaborar la carta del restaurante	Reestructurar la carta con la asesoría de un especialista (chef).	Dueño.	Que la carta sea de mejor entendimiento, y no existan muchas consultas por parte de los comensales y realicen un mejor pedido.

<p>El 40% calificaron como regular el saludo que recibieron al momento de ingresar al restaurant.</p>	<p>Los mozos no tuvieron una capacitación previa de como recibir al comensal</p>	<p>Capacitación en cordialidad y atención al cliente, antes, durante y después de que el cliente ingrese al restaurant, en base a modelos de restaurantes de gran reconocimiento.</p>	<p>Dueño.</p>	<p>Que los comensales estén satisfechos antes durante y después de ingresar al restaurant, ya que fueron saludados, escuchados y despedidos de la forma correcta.</p>
<p>El 42% calificaron como regular la comida que consumieron</p>	<p>Los cocineros no tienen capacitaciones en relación al menú que se va a realizar, y no se capacitan con nuevas recetas para elaborar comidas.</p>	<p>Charlas y capacitaciones para los encargados de preparar el menú, orientándolos con nuevas recetas y métodos de cocinar, para realizar mejores comidas.</p>	<p>Dueño</p>	<p>Que exista una variedad de comidas en el menú con una buena sazón, y que los comensales tengan una experiencia gustosa al momento de ingerir sus alimentos.</p>

VI. CONCLUSIONES

6.1 Conclusión respectiva al objetivo general.

Describir de qué manera se da la Atención al Cliente en las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes económicos, caso restaurante Eclipse, Distrito de Querobamba, Provincia de Sucre, Región Ayacucho, 2019, se pudo determinar lo siguiente: según la mayoría de encuestados mencionan que si aprecian una buena atención por parte del restaurante Eclipse, a través de la forma de comunicación que se les ofrece, con una buena cortesía por parte del restaurante y los comensales están satisfechas por el producto y servicio del restaurante.

6.2 Conclusión respectiva al objetivo específico 01.

Describir de qué manera se da la Comunicación en las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes económicos, caso restaurante Eclipse, Distrito de Querobamba, Provincia de Sucre, Región Ayacucho, 2019, se pudo determinar lo siguiente: que el restaurante eclipse si ofrece una buena comunicación a sus comensales, a través de la forma como los mozos escuchan las peticiones de los comensales, en la presentación de los mozos demostrando uniformes y aseo personal y la carta que ofrece el restaurante, solo una minoría afirma lo contrario.

6.3 Conclusión respectiva al objetivo específico 02.

Describir de qué manera se da la Cortesía en las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes económicos, caso restaurante Eclipse, Distrito de Querobamba, Provincia de Sucre, Región Ayacucho, 2019, se pudo determinar lo siguiente: que si existe una cortesía de por medio al momento de atender a los comensales, en la forma

de que si se les recibe con un cordial saludo, existe una amabilidad en la hora de la atención por el personal del restaurante y existe una paciencia al momento de la atención hacia los clientes, solo una minoría manifiesta lo contrario.

6.4 Conclusión respectiva al objetivo específico 03.

Describir de qué manera se da la Satisfacción en las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes económicos, caso restaurante Eclipse, Distrito de Querobamba, Provincia de Sucre, Región Ayacucho, 2019. Se pudo apreciar lo siguiente: que en el restaurante Eclipse si existe una satisfacción por parte de los clientes, lo manifestaron a través de que si recibieron una buena comida, que si retornarían al restaurante ya que calificaron de bueno al restaurante, y que están satisfechos con el precio de las comidas, solo una minoría manifestó lo contrario.

VII. RECOMENDACIONES

7.1 Recomendación al objetivo general.

Con respecto a la conclusión N° 1, se recomienda seguir atendiendo a los comensales de la misma forma y tomando énfasis a la minoría que no percibe una buena o excelente atención, sugiriéndoles muestren sus insatisfacciones con el encargado del restaurante o contando con un buzón de sugerencias.

7.2 Recomendación al objetivo específico 01.

Con respecto a la conclusión N° 2, se recomienda que el restaurante que realice un cambio en su carta del menú y no caer en lo rutinario, y que los mozos sigan mostrando ese interés al momento de atender con una correcta vestimenta y uniformidad, ya que es un factor que refleja higiene y salubridad.

7.3 Recomendación al objetivo específico 02.

Con respecto a la conclusión N° 3, se recomienda que sigan ofreciendo esa cortesía que ya vienen teniendo en práctica, a través de un saludo y muestra de cordialidad antes y durante de su consumo, y un agradecimiento por su consumo, también que el mozo esté atento a lo que pueda faltar en alguna meza al momento de atender a los comensales, y seguir practicando la amabilidad para cualquier cosa o sugerencia que puedan tener los clientes.

7.4 Recomendación al objetivo específico 03.

Con respecto a la conclusión N° 4, se recomienda que sigan ofreciendo el menú al mismo precio, pero dando una variedad en el menú e innovación de las comidas, con distintos toques de sazón al momento de elaborar las comidas para así lograr una

plena satisfacción del cliente y una buena experiencia en el momento de su consumo, ya que esto garantiza el retorno continuo para el consumo.

VIII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ADRIANZEN NUÑEZ, JOHANA. (2018). *http://repositorio.uss.edu.pe*. Recuperado el SETIEMBRE de 2019, de *http://repositorio.uss.edu.pe/handle/uss/4553*
- Arapa, E. (2017). *Calidad de servicio e influencia en la satisfacción de clientes en los restaurantes de la ciudad de Ayacucho*. U.N.S.C.H, Ayacucho.
- BROWN, A. (1992). *GESTION DE LA ATENCION AL CLIENTE*. DIAZ DE SANTOS.
- COMERCIO. (MARZO de 2015). *https://elcomercio.pe*. Recuperado el AGOSTO de 2019, de *https://elcomercio.pe/economia/peru/descubre-empresas-premiadas-atencion-cliente-186579*
- CORONEL ARCE, C. S. (2016). *http://repositorio.uss.edu.pe*. Recuperado el AGOSTO de 2019, de *http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/uss/2707/CAROLINA-SOLEDAD-CORONEL-ARCE%20TESIS.pdf?sequence=1&isAllowed=y*
- ELOSEGUI, TRSITAN. (12 de MARZO de 2017). *https://tristanelosegui.com*. Recuperado el AGOSTO de 2019, de *https://tristanelosegui.com/2017/03/13/claves-de-una-comunicacion-efectiva-con-tus-clientes/*
- FERNANDEZ,S.C. (2012). *ATENCION AL CLIENTE EN EL PROCESO COMERCIAL*. EDITORIAL PARANINFO.

GESTION. (28 de MARZO de 2018). <https://gestion.pe>. Recuperado el SETIEMBRE de 2019, de <https://gestion.pe/publiirreportaje/cuatro-empresas-destacan-innovar-servicio-cliente-230236-noticia/>

Gonzales. (2016). *Metodología de la investigación*.

GONZALES, HUGO. (2011). <http://calidad-gestion.com.ar>. Recuperado el SETIEMBRE de 2019, de 2019

Hernandez, R. (2014). *Metodología de la investigación*. México: McGrawHill education.

JIMENEZ, DANIEL. (01 de ENERO de 2011). <https://www.pymesycalidad20.com>. Recuperado el AGOSTO de 2019, de <https://www.pymesycalidad20.com/como-utilizar-la-cortesia-en-el-servicio-al-cliente-en-pymes.html>

LOPEZ MOSQUERA, DANIELA CECILIA. (2018). <http://repositorio.ucsg.edu.ec>. Recuperado el AGOSTO de 2019, de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/9867/1/T-UCSG-POS-MAE-160.pdf>

Meneses, M. (2017). *Calidad de servicio e influencia en la satisfacción de clientes en los restaurantes de la ciudad de Ayacucho, 2017*. ULADECH, Ayacucho.

ÑAHUIRIMA TICA, Y. (2015). repositorio.unajma.edu.pe. Recuperado el SETIEMBRE de 2019, de http://repositorio.unajma.edu.pe/bitstream/handle/123456789/240/Yanina_%C3%91ahuirima_Tesis_Titulo_2016.pdf?sequence=1&isAllowed=y

QUEROBAMBA, M. (SETIEMBRE de 2019). <https://www.districto.pe/>. Recuperado el SETIEMBRE de 2019, de <https://www.districto.pe/districto-querobamba.html>

QUESTIONPRO. (s.f.). <https://www.questionpro.com>. Recuperado el SETIEMBRE de 2019, de <https://www.questionpro.com/es/servicio-al-cliente.html>

REMICA. (s.f.). <https://remicaatencionalcliente.es>. Recuperado el AGOSTO de 2019, de <https://remicaatencionalcliente.es/comunicacion-con-el-cliente/>

SANCHEZ ESPAÑA, A. L. (2017). <http://recursosbiblio.url.edu.gt>. Recuperado el AGOSTO de 2019, de <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesisjcem/2017/01/01/Sanchez-Aby.pdf>

Tinco, Y. (2018). *Percepción de la atención y la calidad del servicio de restaurantes*. UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO, Ayacucho.

TORRES DIAZ, LUZ ANGELICA;. (s.f.). <https://es.calameo.com>. Recuperado el AGOSTO de 2019, de <https://es.calameo.com/books/004418694e9166d69a96e>

TORRES, V. (2010). *CALIDAD TOTAL EN LA ATENCION AL CLIENTE*. IDEASPROPIAS EDITORIAL SL.

VILLADA, MELANY. (01 de JUNIO de 2017). <es.calameo.com/>. Recuperado el SETIEMBRE de 2019, de <https://es.calameo.com/books/005206299d80ed59665a0>

VILLALBA, SILVANA. (17 de MARZO de 2016). <http://repositorio.puce.edu.ec>. Recuperado el SETIEMBRE de 2019, de

<http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/11384/TESIS%20FINAL%20CON%20FORMATO%20DISE%C3%91ADO2.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

ANEXOS

Anexo 01: Cronograma de Actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES – ELABORACIÓN DE TESIS															
PLAN DE ACTIVIDADES	FECHAS CORRESPONDIENTES		DURACIÓN	Setiembre				Octubre				Noviembre			Diciembre
				Semanas											
				1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Análisis de resultados, conclusiones y recomendaciones, introducción y resumen.	02/09/19	08/09/19	5 horas	x											
Cronograma de trabajo y Antecedentes.	09/09/19	15/09/19	4 horas		x										
Análisis de resultados – Revisión de análisis de resultados.	16/09/19	22/09/19	4 horas			x									
Revisión de la literatura.	23/09/19	29/09/19	4 horas				x								
Presentación de análisis de resultados.	30/09/19	6/10/19	4 horas					x							
Mejoras a la ejecución del trabajo.	07/10/19	13/10/19	3 horas						x						
Conclusiones y recomendaciones.	14/10/19	20/10/19	5 horas							x					

Introducción y resumen abstract.	21/10/19	27/10/19	3 horas									X						
Revisión análisis de resultados, conclusiones, introducción y resumen.	28/10/19	03/11/19	3 horas									X						
Calificación de la redacción de análisis de resultados, conclusiones, recomendaciones, introducción y resumen.	04/11/19	10/11/19	4 horas										X					
Levantar observaciones de acuerdo a las indicaciones al DTI.	11/11/19	17/11/19	4 horas											X				
Análisis de resultados.	18/11/19	24/11/19	4 horas												X			
Levantar recomendaciones del DTI y evidenciar el cumplimiento del porcentaje mínimo.	25/11/19	01/12/19	4 horas													X		
Presentación del Pre Informe.	02/12/19	08/12/19	1 hora														X	
Calificaciones finales y promedios.	09/12/19	16/12/19	1 hora															X

Anexo 02: Presupuesto

PRESUPUESTO DESEMBOLSABLE (ESTUDIANTE)			
CATEGORÍA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL (S/.)
Impresiones	150	S/. 0.10	S/. 15.00
Anillado Papel bond A-4 (25 hojas)	2 anillados	S/. 4.00	S/. 8.00
Lapiceros (azul, rojo, negro)	3	S/. 0.50	S/. 1.50
Escaneo	10	S/. 1.00	S/. 10.00
Resaltador	2	S/. 1.00	S/. 2.00
Libro atención al cliente	1 unidad	S/. 15.00	S/. 15.00
Copias para la encuesta	400 hojas	S/. 0.50	S/. 20.00
Servicios			
Cabina de internet	20 horas	S/. 1.00	S/. 20.00
Pasajes	Ida y vuelta	S/. 10.00	S/. 20.00
Pasajes para encuesta (2 veces)	Ida y vuelta	S/. 10.00	S/. 40.00
Turnitin	1 servicio	S/. 50.00	S/. 50.00
Sub total	Sub total		
Total (S/.)			S/. 201.50

Anexo 03: Encuesta



ENCUESTA DIRIGIDA A LOS CLIENTES DEL RUBRO RESTAURANTES ECONOMICOS, DISTRITO DE QUEROBAMBA, PROVINCIA DE SUCRE, REGION AYACUCHO, 2019.

La presente encuesta está dirigida a los clientes y comensales de los Restaurantes Económicos, caso restaurante Eclipse Distrito de Querobamba, Provincia de Sucre, Región Ayacucho, 2019. De tal manera la siguiente encuesta es anónima y con la finalidad de mejorar la atención a los clientes, se les agradece de antemano por su colaboración.

DATOS DEL ENCUESTADO

Edad

- a) 15-25 años b) 26-35 años c) 36-45 años d) 46 -60 años

Género

- a) Masculino. b) Femenino.

INSTRUCCIONES

Marcar en el recuadro con una (x) según la apreciación que se tiene sobre la respuesta.

N°	ITEMS	VALORACION				
		1	2	3	4	5
“ATENCIÓN AL CLIENTE”						
1.	¿Cómo calificaría al mozo en su forma de hablar y expresarse al momento de atender?					
2.	¿De qué manera calificaría la presentación del mozo?					
3.	¿De qué manera calificaría la carta del menú del restaurante?					
4.	¿De qué manera calificaría el saludo que recibió al momento de ingresar al restaurant?					
5.	¿De qué manera calificaría el trato que recibió en el restaurant?					
6.	¿De qué manera calificaría la paciencia que tuvo el mozo cuando lo atendió?					
7.	¿De qué manera calificaría la comida que consumió?					
8.	¿De qué manera calificaría al restaurant?					
9.	¿Cuán satisfecho se encuentra con el precio de las comidas?					

De la pregunta Número 1 al 8.

ESCALA DE VALORACIÓN				
1	2	3	4	5
Muy mala	Mala	Regular	Buena	Muy buena

Pregunta Número 9.

ESCALA DE VALORACIÓN				
1	2	3	4	5
Nada satisfactorio	Poco satisfactorio	Regular	Satisfactorio	Muy satisfactorio

GRACIAS.

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo.....DAVID BALVÍN RAMÍREZ.....
identificado con DNI N°.....09883224.....Licenciado (a) en
.....ADMINISTRACIÓN.....CARNET DE COLEGIO PROFESIONAL
N°.....09971.....

Por medio del presente hago constar que he revisado con fines de validación el (los) instrumentos de recolección de datos: encuesta, elaborado por el (la) Bachiller en Administración.....ALCADA QUISPE GARCÍA..... con DNI N°, para efecto de su aplicación a los sujetos de la población-muestra seleccionada para la tesis, tituladaATENCIÓN AL CLIENTE EN LA TIENDA Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SUR DE RESTAURANTES ECONÓMICAS: CASA RESTAURANTE ECURSE, DISTRITO DE QUEROBAMBA, PROVINCIA DE SUR, REGIÓN AYACUCHA, 2019....., que se encuentra realizando. Luego de hacer la revisión correspondiente se recomienda al estudiante tener en cuenta las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar los resultados.

Ayacucho, 23 de OCTUBRE del 2019


.....
DAVID BALVÍN RAMÍREZ
LIC. ADMINISTRACIÓN
CLAD: 09971

Anexo 04: Evidencias

4.1. Solicitud a la municipalidad Provincial de Sucre

MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE SUCRE
GERENCIA DE DESARROLLO
ECONÓMICO LOCAL GDEL
RECIBIDO

EXP. N° 031 FOLIOS: 01
FECHA: 16/09/19 HORA: 10:35
FIRMA: *[Firma]*

"Año de la Lucha Contra la Corrupción y la Impunidad"

SOLICITO: LA RELACIÓN DE LOS RESTAURANTES
DEL DISTRITO DE QUEROBAMBA
CAPITAL DE LA PROVINCIA SUCRE.

SEÑOR: LIC. AGUSTÍN HUAMANÍ LUJAN
GERENTE DE DESARROLLO SOCIAL DE LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE SUCRE

Yo, QUISPE GARIBAY Alcida, identificada con DNI N° 44074347 con domicilio en el Centro Poblado CCollocabamba – Querobamba, EGRESADA (Bachiller) de la UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE, ante usted me presento y expongo:

Que en cumplimiento de las normas académicas de la UNIVERSIDAD y con la finalidad de completar mis estudios superiores en la Facultad de ADMINISTRACIÓN, solicito a Ud. me brinde la información respecto a la cantidad de Restaurantes en la Ciudad de Querobamba, capital de la provincia Sucre ya que este dato me es indispensable para realizar mi tesis y poder optar el grado de Licenciada en Administración.

Por lo expuesto

Señor, ruego a Ud. acceda mi petición por ser justa.

Querobamba, 16 de setiembre del 2019

[Firma]
.....
QUISPE GARIBAY, Alcida
DNI 44074347

[Firma]
Fecha: 16/09/19
Hora: 10:35 AM

4.2. Solicitud pidiendo permiso para realizar trabajo de investigación

"Año de la Lucha Contra la Corrupción y la Impunidad"

SOLICITO: PERMISO PARA REALIZAR TRABAJO DE INVESTIGACIÓN.

**SEÑOR. NAZARENO POMAHUALCA RAMIREZ
GERENTE GENERAL DEL RESTAURANTE "ECLIPSE" DEL SISTRITO DEQUEROBAMBA, SUCRE,
AYACUCHO.**

Yo, QUISPE GARIBA Alcida, identificada con DNI N° 44074347 con domicilio en el Centro Poblado Ccoliccabamba – Querobamba, EGRESADA (Bachiller) dela UNIVERSIDAD CATOLICA LOS ANGELES DE CHIMBOTE, ante Usted me presento y expongo:

Que habiendo culminado la carrera profesional de ADMINISTRACION y la finalidad de completar mis estudios solicito, a Ud. Permiso para realizar trabajo de investigación en su restaurante sobre "ATENCION AL CLIENTE" para poder optar el grado de Licenciada en Administración. Así mismo establecimiento como parte de mi compromiso que la información que se me facilite será confidencial.

Por lo Expuesto.

Señor, ruego a Ud. Acceda mi petición por ser justa.

Querobamba, 19 de agosto de 2019.


Alcida, QUISPE GARIBAY
DNI 44074347


NAZARENO POMAHUALCA RAMIREZ
DNI 60151389

4.3 Evidencias fotográficas:





5. Turnitin

