



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE  
CHIMBOTE  
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,  
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS  
ESCUELA PROFESIONAL DE  
ADMINISTRACIÓN  
CARACTERIZACIÓN DE LA GESTION DE CALIDAD  
EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE DE LA MYPE, RUBRO  
RESTAURANTE, CASO: “EL HUARCO”, DISTRITO DE  
SAN VICENTE, AÑO 2019.**

**TRABAJO DE INVESTIGACION PARA OPTAR EL  
GRADO ACADEMICO DE BACHILLER EN CIENCIAS  
ADMINISTRATIVAS**

**AUTOR:**

LUYO ANYARIN, FANNY LEDA  
ORCID:0000-0002-2719-2044

**ASESOR:**

RALLI MAGIPO, LIZBETH GIOVANA.  
ORCID: 0000-0002-5034-7024

**CAÑETE – PERÚ**

**2019**

**TÍTULO DE LA TESIS**

**CARACTERIZACIÓN DE LA GESTION DE CALIDAD  
EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE DE LA MYPE, RUBRO  
RESTAURANTE, CASO: “EL HUARCO”, DISTRITO DE  
SAN VICENTE, AÑO 2019**

## **EQUIPO DE TRABAJO**

### **AUTOR:**

LUYO ANYARIN, FANNY LEDA  
ORCID:0000-0002-2719-2044

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

### **ASESOR:**

RALLI MAGIPO, LIZBETH GIOVANA.

ORCID: 0000-0002-5034-7024

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

### **JURADO**

#### **PRESIDENTE**

ZENOZAIN CORDERO, CARMEN ROSA

ORCID ID: 0000-0001-6079-2319

#### **MIEMBRO**

ESPINOSA OTOYA, VICTOR HUGO

ORCID ID: 0000-0002-7260-558

#### **MIEMBRO**

MEZA DE LOS SANTOS, JUAN PABLO

ORCID ID: 0000-0001-8852-134

**FIRMA DEL JURADO Y ASESOR**

---

**ZENOZAIN CORDERO, CARMEN ROSA  
PRESIDENTE**

---

**ESPINOSA OTOYA, VICTOR HUGO  
MIEMBRO**

---

**MEZA DE LOS SANTOS, JUAN PABLO  
MIEMBRO**

---

**RALLI MAGIPO LIZBETH GIOVANNA  
ASESOR**

## **AGRADECIMIENTO**

Me gustaría expresar mi más sincero agradecimiento primeramente a Dios y todas las personas que con su apoyo han colaborado en la realización de esta tesis, en especial a la Mgtr. Ralli Magipo, Lizbeth Giovanna, asesor de esta tesis por su constante apoyo, paciencia, comprensión y confianza en mí, y por sus relevantes críticas, sugerencias y supervisión continua de mi trabajo a lo largo de estos años de investigación, y a mis docentes de mi alma mater de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote

## **DEDICATORIA**

A mi familia, por haber sido mi apoyo a lo largo de toda mi carrera universitaria, y a todas las personas que me acompañaron en esta etapa aportando en mi formación tanto profesional y como ser humano

## **RESUMEN**

El presente trabajo de investigación denominado “Caracterización de la Gestión de Calidad en la Atención al Cliente de la MYPE, Rubro Restaurante, Caso: “EL HUARCO”, Distrito de San Vicente, Año 2019. Planteando el siguiente enunciado del problema ¿Cuáles son las características de la Gestión de Calidad en la Atención al Cliente en la MYPE, Rubro Restaurante, Caso: “EL HUARCO”, Distrito de San Vicente, Año 2019? Buscar establecer los factores de calidad, se planteó el siguiente Objetivo General: Identificar las características de la gestión de calidad en la Atención al Cliente de la MYPE, Rubro Restaurante, Caso: “EL HUARCO”, Distrito de San Vicente, Año 2019. El alcance fue local ya que se desarrolló en el Distrito de San Vicente. Asimismo, metodológicamente, la investigación tiene un enfoque cualitativo, un nivel descriptivo, diseño no experimental, de corte transversal. la muestra fue el caso de estudio la MYPE, “EL HUARCO” se aplicó como técnica la entrevista a través del instrumento guía de entrevista. Como resultado de la entrevista al representante de la MYPE se observó mantiene una buena gestión de calidad para poder satisfacer al cliente al momento que ingresa al establecimiento; como también se brinda un buen servicio en la atención al cliente como sabemos la atención no se puede tocar, pero si sentir y a ello el cliente debe sentirse como en casa. Por lo tanto se concluye que aplicando la gestión de calidad vamos a poder brindar una buena atención a los clientes y poderlos fidelizar.

Palabras clave: Atención, Calidad, Cliente, Gestión, Restaurante.

## **ABSTRACT**

This research paper called “Characterization of Quality Management in Customer Service in the MYPE, Rubro Restaurante, Case:“ EL HUARCO ”, District of San Vicente, Year 2019. Posing the following statement of the problem What are the Characteristics of Quality Management in Customer Service in the MYPE, Rubro Restaurante, Case: “EL HUARCO”, District of San Vicente, Year 2019? To establish quality factors, the following General Objective was proposed: Identify the characteristics of quality management in Customer Service in the MYPE, Restaurant Area, Case: “EL HUARCO”, District of San Vicente, Year 2019. The Scope was local as it was developed in the District of San Vicente. Also, methodologically, the research has a qualitative approach, a descriptive level, non-experimental design, cross-sectional. The sample was the case of the MYPE study, “EL HUARCO” was applied as a technical interview through the interview guide instrument. As a result of the interview with the representative of the MYPE, a good quality management was observed in order to satisfy the client at the time of entering the establishment; as a good service is also provided in customer service as we know the attention can not be touched, but if you feel and the client must feel at home. Therefore, it is concluded that by applying quality management we will be able to provide good customer service and be able to retain them.

Keywords: Attention, Quality, Customer, Management, Restaurant.



## CONTENIDO

TÍTULO DE LA TESIS .....	<i>ii</i>
EQUIPO DE TRABAJO.....	<i>iii</i>
FIRMA DEL JURADO Y ASESOR.....	<i>iv</i>
AGRADECIMIENTO .....	<i>v</i>
DEDICATORIA .....	<i>vi</i>
RESUMEN.....	<i>vii</i>
ABSTRACT .....	<i>viii</i>
CONTENIDO .....	<i>ix</i>
INDICE DE CUADROS .....	<i>xi</i>
<b>I. INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>1</b>
<b>II. REVISIÓN DE LITERATURA .....</b>	<b>4</b>
2.1. Antecedentes .....	4
2.1.1. Antecedentes Internacionales.....	4
2.1.2. Antecedentes Nacionales .....	7
2.2. Bases teóricas de la investigación .....	11
2.2.1. Gestión de Calidad .....	11
2.2.1.1. Definición.....	11
2.2.2. Teoría de la Gestión de Calidad.....	12
2.2.3. Características de la Gestión de calidad.....	13
2.2.4. Principio de la Gestión de Calidad.....	14
2.2.5. Elementos de la Gestión de Calidad.....	16
2.2.6. Atención al Cliente .....	17
2.2.7. Cliente .....	18
2.2.8. Tipo de Cliente.....	18
2.2.9. Estructura en la Atención al cliente.....	19
2.2.10. Objetivo de la Atención al Cliente .....	20
2.2.11. Importancia de la Atención al Cliente .....	20
2.2.12. Como optimizar la atención al cliente.....	20
2.2.13. Necesidades del cliente .....	21
2.2.14. Claves para mejorar la Atención al cliente.....	22

2.2.15. Teoría de la MYPES.....	22
2.3. Marco Conceptual.....	23
<b>III. HIPÓTESIS .....</b>	<b>26</b>
<b>IV. METODOLOGÍA .....</b>	<b>27</b>
4.1. Diseño de la investigación .....	27
4.1.1. El tipo de investigación.....	27
4.1.2. Nivel de la investigación de las tesis.....	27
4.2. Población y muestra.....	28
4.2.1. Población.....	28
4.2.2. Muestra .....	28
4.3. Matriz de Categorización .....	29
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	30
4.4.1. Técnicas.....	30
4.4.2. Instrumentos.....	30
4.5. Plan de análisis.....	30
4.6. Matriz de consistencia .....	32
4.7. Principios éticos .....	33
<b>V. RESULTADOS.....</b>	<b>34</b>
5.1. Resultados .....	34
5.1.1. Matriz de Resultados .....	34
5.1.1. Matriz de Respuestas.....	35
5.2. Análisis de resultados.....	38
5.2.1. Respecto al Objetivo General.....	38
<b>VI. CONCLUSIÓN .....</b>	<b>42</b>
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS .....</b>	<b>44</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>49</b>

## INDICE DE CUADROS

<i>CUADRO 2: Matriz de resultados .....</i>	<b>34</b>
<i>CUADRO 3: Toma de Información – Entrevistado.....</i>	<b>35</b>
<i>CUADRO 4: Toma de Información – Entrevistado.....</i>	<b>35</b>
<i>CUADRO 5: Toma de Información – Entrevistado.....</i>	<b>36</b>
<i>CUADRO 6: Toma de Información – Entrevistado.....</i>	<b>36</b>
<i>CUADRO 7: Toma de Información – Entrevistado.....</i>	<b>37</b>
<i>CUADRO 8: Toma de Información – Entrevistado.....</i>	<b>37</b>
<i>CUADRO 9: Toma de Información – Entrevistado.....</i>	<b>38</b>

## I. INTRODUCCIÓN

A lo largo de los años la MYPE ha tenido gran crecimiento en la economía, generando mas empleo y reduciendo la pobreza en destina partes del mundo. El termino restaurante proviene del francés restaurante, palabras que se utilizó por primera vez en París en el año 1765. El restaurante es un establecimiento que ofrecen diversas comidas y bebidas en donde varias personas concurren, el servicio inicia desde el momento que el cliente ingresa al local, realiza el pedido, hace el pago respectivo por el servicio y se retira del local.

En la actualidad la MYPE influye de manera creciente en la economía de nuestro país, pues estas unidades económicas son consideradas las principales fuentes de generación de empleo e incrementa el espíritu empresarial entre los peruanos. Dentro del Sector Servicios y específicamente en el Rubro Restaurantes, se registró un crecimiento durante el 2018 con un aporte de 3.5%. El Perú es reconocido por tres años consecutivo como el “Mejor destino culinario del mundo”

La gestión de calidad y la atención al cliente son muy importante para brindar un buen servicio; son procedimiento que la empresa debe de cumplir. Teniendo siempre en cuenta la infraestructura, la tecnología y su ámbito que abarca. Porque es la primera imagen que se le brinda a los clientes y logrando obtener un prestigio.

Asimismo, en Cañete la competencia cada día es mayor, ya que es la ciudad que está creciendo en rubro empresarial, entre ellos la empresa objeto de este estudio, teniendo como referencia los problemas expuestos, se ha decidido realizar la presente investigación, planteando el siguiente enunciado del problema ¿Cuáles son las

características de la Gestión de Calidad en la Atención al Cliente en la MYPE, Rubro Restaurante, Caso: “EL HUARCO”, Distrito de San Vicente, Año 2019? Además se plantea el Objetivo general: Identificar las características de la Gestión de Calidad en la Atención al Cliente en la MYPE, Rubro Restaurante, Caso: “EL HUARCO”, Distrito de San Vicente, Año 2019. Considerando Objetivos específicos:

Identificar las características de la Gestión de Calidad en la MYPE, Rubro Restaurante, Caso: “EL HUARCO”, Distrito de San Vicente, Año 2019.

Describir las características del Atención al Cliente en la MYPE, Rubro Restaurante, Caso: “EL HUARCO”, Distrito de San Vicente, Año 2019.

Esta investigación se justifica ya que constituye una fuente de información, conocimientos nuevos, acerca de la gestión de calidad en la atención al cliente en el caso de estudio, ya que será una base para la toma de decisiones en las diferentes empresas tomando como referencia el estudio. También se justifica teóricamente ya que ha empleado diversas teorías existentes con el fin de aportar al conocimiento acerca de la gestión de calidad en atención al cliente, y a la vez mejorar la capacidad de atención del personal para así afrontar sucesos inesperados, implantando las mejores políticas y prácticas para brindar un servicio de calidad.

Asimismo permitirá generar una reflexión en los administradores y/o propietarios de las MYPE en el rubro de restaurantes, en cuanto a la importancia de centrarse en la atención del cliente, para que se realicen las mejoras en la gestión de la calidad de los servicios que brindan.

Metodológicamente, la investigación tiene un enfoque cualitativo, con un nivel descriptivo, diseño no experimental, de corte transversal. Se utilizó una muestra constituida por la MYPE, “EL HUARCO” se aplicó como técnica la entrevista a través del instrumento guía de entrevista. Como resultado de la entrevista al representante de la MYPE se observó mantiene una buena gestión de calidad para poder satisfacer al cliente al momento que ingresa al establecimiento; como también se brinda un buen servicio en la atención al cliente como sabemos la atención no se puede tocar, pero si sentir y a ello el cliente debe sentirse como en casa. Por lo tanto se concluye que aplicando la gestión de calidad vamos a poder brindar una buena atención a los clientes y poderlos fidelizar.

## II. REVISIÓN DE LITERATURA

### 2.1. Antecedentes

#### 2.1.1. Antecedentes Internacionales

**Quezada (2016)** En su trabajo de investigación titulada: “*Propuesta de un modelo de gestión de calidad para la mejora de los restaurantes de la ciudad de Ambato*” tesis para optar el título profesional de Ingeniero en Gestión de Alimentos y Bebida en la Universidad Regional Autónoma de los Andes, Ecuador. Cuyo objetivo General: Proponer un modelo de calidad, para la mejora continua en la presentación de productos y servicios en los restaurantes del Cantón de Ambato, empleó la metodología de la investigación científica, para el desarrollo de este trabajo, mediante la aplicación de encuestas y entrevistas, de la misma forma nos plantea el estudio o análisis de las mismas. Llego a la conclusión de que los restaurante de Ambo le falta mas conocimiento sobre la gestión de calidad , por lo que se le propone el modelo de gestión de calidad P.D.C.A, que coadyuve en la solución de los procesos de producción de empresas dedicadas a la industria de la restauración

**Armijos S. (2016)** En su investigación titulada: *Manual de gestión de calidad para la empresa Comercial Roxana del Cantón Milagro*. Para optar el título de “Ingeniería en Contaduría Pública y Auditoría. Ecuador.

Tiene como objetivo general: Crear un manual de gestión de calidad para el Comercial Roxana que garantice la efectividad operativa y la satisfacción del cliente; La metodología de esta investigación fue cualitativo - cuantitativo. El enfoque cualitativo se aplicó mediante una entrevista a la Encargada de Recursos Humanos para tener una mejor apreciación del objeto de investigación, el enfoque cuantitativo mediante el uso de la encuesta el cual permitió recolectar datos sobre la gestión de calidad. Se utilizó como instrumento de recolección de datos la entrevista y la encuesta. Tiene una población finita de 1000 personas para lo cual se obtuvo una muestra de 278 encuestas para medir el grado de satisfacción de los clientes, y 40 encuesta para los empleados de la empresa ya que eso servirá para conocer la gestión de calidad que tiene Comercial Roxana. Se concluye que, por falta de información y capacitación no se aplica una buena gestión de calidad para, por ende, se debe implementar un manual de gestión de calidad para brindar un buen servicio y así llegar a la satisfacción de los clientes además de dar eficiencia y eficacia a la empresa.

**Jurado (2014).** En su investigación titulada: *“Calidad de la Gestión en el Servicio y Atención al Cliente para el Mejoramiento de las Operaciones Internas en Restaurantes de Lujo en el Centro Histórico de la Ciudad de Quito”*. Para grado de Magister. Se realizó en la ciudad de Quito – Ecuador. Cuyo objetivo general fue: determinar el nivel de



calidad de gestión del servicio y atención al cliente en un restaurante de lujo en la ciudad de Quito, con la finalidad de mejorar los procedimientos internos, utilizando los criterios de la Norma UNE 93200. La investigación tuvo un diseño descriptivo – situacional, con un enfoque cuantitativo de lo cual se aplicando un cuestionario de preguntas para la recolección de datos dirigida hacia los clientes, diseñado bajo el modelo de Servqual y Dineserv con una población de 4504, de lo cual tomo una muestra de 241 clientes. Llego a la conclusión que los clientes se encuentran satisfechos con la calidad del servicio recibido, sin embargo, hay aspectos que mejorar dentro del proceso, así como otros que reestructurar.

**Sánchez (2017)** En su trabajo de investigación denominado “*Evaluación de la calidad de servicio al cliente en el restaurante pizza burger diner de Gualan, Zacapa*”, Para optar el título profesional de Licenciada en Administración en la Universidad Rafael Landívar, México. Cuyo objetivo General: Evaluar la calidad del servicio al cliente en el restaurante Pizza Burger Diner de Gualán. La metodología que utilizo es el método ServQual, con el que se identificó el índice de calidad del servicio y las brechas de insatisfacción de los clientes según las diferencias entre las expectativas y percepciones. Además se realizó una evaluación 360 grados para conocer las percepciones de los colaboradores y directivos del restaurante, se realizó en una muestra de

70 clientes, 14 colaboradores y 4 directivos, calculado con la fórmula para tamaño de muestra de poblaciones conocidas. En total, el tamaño de la muestra utilizada fue de 88 personas. El instrumento diseñado constó de 22 preguntas para medir percepciones y otro de 22 preguntas para medir expectativas. Los resultados y conclusiones fueron que la dimensión con la expectativa más alta es la confiabilidad siendo esta la más utilizada, esta discrepancia indica que los directivos al no comprender las expectativas de los clientes, no conocen lo que estos valoran de un servicio y difícilmente podrán impulsar acciones que den satisfacción a sus necesidades y expectativas.

### **2.1.2. Antecedentes Nacionales**

**Cuenca (2019)** En su investigación denominada: *Caracterización de la Gestión de Calidad y Satisfacción del cliente en las MYPE's del Sector Servicio Rubro Restaurante en el mercado de Tumbes, 2018*. Para optar el título de licenciado en administración. Tuvo como objetivo general: Determinar la caracterización de la gestión de calidad y satisfacción del cliente en las MYPES, sector servicio rubro restaurantes en el mercado de Tumbes, 2018. La metodología de esta investigación fue de un enfoque cuantitativo, tipo descriptivo y diseño no experimental; se aplicó la encuesta y cuestionario como instrumento; con una población de 68 clientes de las Mypes dedicada al rubro de restaurante. Se concluyó que el

dueño y el personal no están comprometido en ofrecer sus productos de calidad y que la empresa no evalúa sus indicadores.

**Campos (2019)** En su investigación titulada: *Caracterización de la Gestión de Calidad y la Atención al Cliente en las micro y pequeñas empresas de servicios Rubro Restaurante en el Distrito de Sullana, Año 2018*. Para optar el título profesional de licenciada en administración. Cuyo objetivo general: Determinar las características de la gestión de calidad y la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas de servicios rubro restaurantes en el distrito de Sullana año 2018. La metodología de esta investigación fue tipo descriptivo, nivel cuantitativo, diseño no experimental de corte transversal. La población para la variable de la gestión de calidad está conformada por 40 empresas de restaurantes y la población para la variable de atención al cliente fue infinita con una muestra estadística de 384 clientes. Aplicándose una técnica de encuesta, para recoger información por medios de un cuestionario prediseñado. Llego a la conclusión que aplican las características de gestión de calidad para el mejoramiento y satisfacción de los clientes, a través de la identificación de clientes, definiendo objetivos de acuerdos a sus necesidades de los clientes, evaluando y proponiendo nuevas estrategias sobre el liderazgo de costos, haciendo uso de la retroalimentación con la finalidad de mejorar las infraestructuras y tener mejor tecnología para ofrecer un buen equipo de trabajo. También se aplicó los principios de la

gestión de calidad se enfoca en los clientes, en el proceso; considerando que los clientes son elementales para el crecimiento de una organización, ha demás ha mejorado las herramientas de trabajo que ha implementado con la finalidad de satisfacer las necesidades y supera sus expectativas de los clientes. Así mismo se mide la optimización de la atención al cliente, siguiendo las normas básicas por medios de utilización de técnicas y formas para que el servicio sea eficiente y efectivo

**Almestar (2017)** En su investigación titulada “*Caracterización de la competitividad y atención al cliente en las MYPE del rubro pollerías en la urbanización Ignacio Merino – Piura, año 2017*”. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, filial Piura. La presente tuvo objetivo: Determinar las características de la competitividad y atención al cliente en las MYPE del rubro pollerías en la urbanización Ignacio Merino – Piura, año 2017. Se utilizó la metodología descriptiva, nivel cuantitativo, diseño no experimental, de corte transversal. Y entre sus conclusiones respecto a atención de calidad se obtuvo: que las características que presenta son: una deficiencia en la atención y la resolución de dudas o consultas, por lo que la fidelidad de la cual no cuentan las pollerías, los dueños necesitaran plantearse como saber que necesitan los clientes, porque hay un sector que piensa que no ha mejorado en lo absoluto para aumentar su participación en el mercado.

**Luna (2016)** En su investigación denominado: *Caracterización de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio–rubro restaurantes en el distrito de nuevo chimbote, 2013*. Para optar el título de licenciado en Administración. Cuyo objetivo general: Determinar las principales características de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro restaurantes en el distrito de Nuevo Chimbote, 2013. La metodología fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo y diseño no experimental transversal. Con una población de 90 y una muestra de 23 micro y pequeña empresa, quienes se les aplicó la técnica de la encuesta. Llegó a la conclusión que la mayoría de las MYPE's está formalizada, pero la mayoría de los trabajadores son formales, la totalidad desconocen sobre los estándares de calidad y ponen en práctica una gestión de calidad.

**Sánchez (2014)** En su investigación titulada: *“Capacitación en Habilidades de atención al cliente para mejorar la calidad del servicio brindado en “El restaurant Mar Picante” de la ciudad de Trujillo*. Universidad Privada Antenor Orrego. Cuyo objetivo general: Elaborar un plan de capacitación en habilidades de atención al cliente para mejorar la calidad del servicio brindado en “El restaurant Mar Picante” de la ciudad de Trujillo, Medir la calidad del servicio que se brinda en la actualidad en el restaurant Mar Picante ciudad de Trujillo. Se utilizó el instrumento del cuestionario, y se concluyó: La capacitación en habilidades de atención al cliente mejoró de manera positiva la calidad del servicio brindado en el

restaurant Mar Picante de la ciudad de Trujillo Al medir la calidad del servicio en el restaurant Mar Picante antes de la implementación del plan de capacitación, encontramos que este era calificado por los clientes como una calidad de servicio deficiente, concluyendo que el enunciado del problema planteado para la presente investigación tuvo fundamento real, ya que la calidad de servicio no estaba bien visto por los clientes y tuvo que plantearse una medida para revertir la situación.

## **2.2. Bases teóricas de la investigación**

### **2.2.1. Gestión de Calidad**

#### **2.2.1.1. Definición**

Según Pérez y Gardey (2014) denomina la gestión de calidad como un mecanismo operativo de una organización para optimizar sus procesos. El objetivo es orientar la información, la maquinaria y el trabajo de manera tal que los clientes estén conformes con los productos y/o los servicios que adquieren. Por lo tanto, apunta a la coordinación de procedimientos y recursos para mejorar la calidad de la oferta. Un cliente satisfecho siempre implica un beneficio para la empresa, mayores ganancias, fidelidad, menos gastos en resolución de problemas, etc. (p.56)

## 2.2.2. Teoría de la Gestión de Calidad

### A. Teoría de William Edwards Deming

**Deming** (Como se citó por Nava, 2005) Nos habla que “la gestión de calidad implica una filosofía de gestión. para satisfacción a los clientes a través de la orientación total de la empresa de ferretería es el de la calidad. calidad es entregar a los clientes y a nuestros compañeros de trabajo productos y servicios sin defectos y hacerlos a tiempos. en este caso, considera dos tipos de clientes los internos y externos”. (p.35)

Deming (Como se citó por Nava, 2005) propone un Círculo de mejora continua, que consiste en cuatro pasos esenciales para mejorar la calidad en la empresa:

**Planear:** Esto considera hacia donde se quiere llegar, un diagnóstico actual de la empresa, luego una posible solución y por ultimo un plan de trabajo a efectuar en la empresa. (p.36)

**Hacer:** En esta etapa se aplicará el plan de trabajo establecido y se tendrá que controlar que todo el proceso siga su cauce según lo proyectado por la empresa. (p.36)

**Verificar:** Se tiene que identificar los problemas que se van formando en el proceso, también evaluar los efectos y recoger los resultados. (p.36)

**Actuar:** Ello implica que se van analizar los resultados, confirman los cambios y se inicia con el mejoramiento de la empresa. (p.36)

### **2.2.3. Características de la Gestión de calidad**

Según Camison Cesar (2006) la gestión de calidad cuenta con cuatro características.

**2.2.3.1. PLANEAMIENTO DE CALIDAD:** las organizaciones son las responsables de la Gestión de una atractiva calidad que pueda brindar un producto al consumidor, el cual será de mucha importancia para el prestigio y confesión dentro del mercado. (p.44).

**2.2.3.2. CONTROL DE CALIDAD:** esta se basa precisamente en el procedimiento de problemas que puedan existir dentro de un producto por el deterioro de calidad, y que no se llega a cumplir las cualidades esperadas. (p.44).

**2.2.3.3. ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD:** está en seguimiento de líneas de actuación planificada y sistemática dentro de un sistema de gestión de calidad de la organización, lo cual debe ser confirmado con objeto de obligación de confianza adecuada, tanto para la empresa como para los consumidores y proveedores. (p.44).

**2.2.3.4. MEJORAS EN LA CALIDAD:** es incrementos día a día para que las organizaciones ofrezcan un buen producto y satisfaga de una manera eficiente a sus consumidores, esto también engloba al servicio que puedan tener sus colaboradores dentro de la organización. (p.44)



#### **2.2.4. Principio de la Gestión de Calidad.**

Según Miranda (2013). Los principios de gestión de la calidad deberían ser la herramienta de trabajo de directivos para llevar a su organización hacia la mejora en el desempeño. La evaluación objetiva sobre si los principios se están usando en una entidad y la medición de los resultados de su aplicación son dos variables imprescindibles en el correcto funcionamiento de un Sistema de Gestión de la Calidad y son:

**2.2.4.1. ENFOQUE AL CLIENTE:** Se prioriza las necesidades de sus clientes fieles y futuras debido a que se debe a ellos propios, por lo tanto, debe conocer cuáles son sus posibilidades, que le gustaría que la organización le ofreciera, que cambios debería tener el producto o servicio, para conseguir que todas las empresas deben dedicarse a sus clientes específicamente, estar al tanto de los cambios o nuevas expectativas que aparecen dentro del mercado y dar respuesta de solución a los diferentes cambios que se dan dentro del rubro. (p.28).

**2.2.4.2. LIDERAZGO:** Es un vínculo que involucra a todo el equipo de la organización y sobre todo a la alta conducta quienes comprometido de los logros obtenidos en equipo para poder logra los objetivos ya de cada uno de nosotros y también de la organización. (p.28).

**2.2.4.3. PARTICIPACIÓN DEL PERSONAL:** El personal es principal en una organización, ya que para poder lograr los objetivos planteados,

esto debido a que la empresa explota las habilidades y responsabilidad del participante y que sirven para el beneficio de la empresa, por tal razón la empresa debe tener muy de cerca al personal brindarte atención, confianza y hacerle sentir que es muy importantes detros de la empresa. (p.28).

**2.2.4.4. ENFOQUE BASADO EN PROCESOS:** Dentro de una organización se valora los resultados obtenidos, todo esto se logra cuando las actividades y los recursos se desarrollan de una manera muy eficiente y hace posible que los procesos sea la parte fundamental de cada beneficio obtenido. (p.28).

**2.2.4.5. ENFOQUE DE SISTEMA PARA LA GESTIÓN:** La organización debe identificar y sobre todo, gestionar para tener un sistema que contribuya en la eficiencia, eficacia de la empresa por el cual será muy importante detectar y gestionar de una forma muy específica cada proceso que se desarrollara y que hará permisible el logro de los objetivos planteados. (p.28).

**2.2.4.6. MEJORA CONTINUA:** La organización está obligada a un avance permanente debido a la competencia y aparecimiento de nuevas posibilidades, por ello sedeben aplicar procesos para lograr tener resultados, es muy importante dentro de la organización el saber planificar, hacer, verificar y actuar para tener una mejora permanente. (p.28).

**2.2.4.7. ENFOQUE BASADO EN ECHOS PARA LA TOMA DE DECISIÓN:** Adentro de la organización siempre es importante tomar

decisiones para corregir cada proceso, para ello es importante basarse en análisis de datos de información obtenidos que puedan ayudar a evitar cualquier caos dentro de la organización. (p.28).

#### **2.2.4.8. RELACIONES MUTUAMENTE CON EL PROVEEDOR:**

Para la organización es muy importante tener una comunicación asertiva con sus proveedores, debido a que le permite agrandar la capacidad para crear valor y el proceso de nuevas estrategias que hace posible mejorar la productividad y rentabilidad de ambos. El sistema de gestión de calidad se basa en una decisión estratégica que opta en tomar cada dirección de la empresa. (p.28).

### **2.2.5. Elementos de la Gestión de Calidad**

Segun Gonzales (2015) Todos estos elementos están relacionados entre sí y su vez son gestionados a partir de los procesos mencionados anteriormente.

- A. **La estructura Organizacional:** Es la jerarquía de funciones y responsabilidades que pauta una organización para lograr sus objetivos. En donde muestra la manera en que la empresa ha organizado al personal, de acuerdo a sus funciones y tareas, definiendo el papel que desarrollan en la misma. (p.85)
- B. **Planificación:** Constituye al conjunto de actividades que permiten trazar un mapa para llegar al logro de los objetivos

planteados. Debe responder las siguientes preguntas en una ¿A dónde se quiere llegar? ¿Qué hacer para lograrlo? ¿Cómo se va a hacer? ¿Qué se necesita para lograrlo? (p.85)

C. **Recursos:** Es alcanzar los objetivos de la organización; equipo, infraestructura, personas, dinero para invertir, materia, etc (p.85).

D. **Procesos:** Son el conjunto de actividades que transforman materiales en productos o servicios. Es por ello que se debe identificar cada proceso dentro de la organización, estos procesos requieren a su vez de recursos, procedimientos, planificación. (p.85)

E. **Procedimientos:** Son la forma de llevar a cabo un proceso. Es el conjunto de pasos detallados a seguir para poder transformar la materia en producto o servicio. Estos pueden documentarse para llevar el control de su cumplimiento. (p.85).

### **2.2.6. Atención al Cliente**

Blanco (como se citó en Pérez, 2007). “Es el conjunto de actividades desarrolladas por las organizaciones con orientación al mercado, encaminadas a identificar las necesidades de los clientes en la compra para satisfacerlas, logrando de este modo cubrir sus expectativas, y por tanto, crear o incrementar la satisfacción de nuestros clientes” (p.46).

### **2.2.7. Cliente**

Para Bastos (2006) define al cliente “como la persona que adquiere un bien o servicio para uso propio o ajeno a cambio de un precio determinado por la empresa y aceptado socialmente” (p. 2).

### **2.2.8. Tipo de Cliente**

#### **2.2.8.1. Cliente Ocasional**

Muñiz, L (2017). El autor indica que “estos clientes nos compran, pero lo hacen muy pocas veces. Hay que analizar las necesidades reales que tiene estos clientes para saber por qué nos compran o requieren nuestros servicios. Hay que analizar los motivos de su compra esporádica: están insatisfechos con los productos o servicios, solo les interesa por su precio. El objetivo es hacer que estos clientes regresen y para ello hay que dedicarles tiempo y recursos si es necesario” (p. 9).

#### **2.2.8.2. Cliente Genérico o Promedio**

Muñiz, L (2017). El autor indica que “estos clientes están en el medio de toda la clasificación. Por lo general, compra bastante a menudo, pero pocas cantidades. Pero a un cliente genérico hay que prestarle atención en base a su importancia comercial. El hecho de tener muchos clientes promedio es porque tienes un buen producto o servicio, pero se está

fallando en la forma de gestionar las acciones comerciales o ventas” (p. 9).

### **2.2.8.3. Clientes Fieles**

Muñiz, L (2017). El autor indica que “estos clientes son los que por lo general es más fácil venderles porque están contentos con nuestros productos o servicios. Por lo general estos clientes están ahí no por sus precios sino porque comparten y valoran la actividad de la empresa. Es importante conocer a estos clientes y como se les puede ofrecer, más productos o nuevos servicios” (p. 9).

## **2.2.9. Estructura en la Atención al cliente**

### **Orientación al mercado:**

Blanco (2013) Nos menciona que toda organización que busque la competitividad y eficiencia debe enfocarse en sus estrategias hacia el mercado y considerar las opiniones de los clientes. (p.60).

### **Expectativas de los clientes:**

Blanco (2013) Nos menciona que los clientes van a un negocio con una expectativa determinada sobre el servicio o productos que desea adquirir. El personal debe conocer dichas expectativas para dar una respuesta de inmediata y poderles cumplir con sus expectativas de los clientes. (p.60).

### **Satisfacción de los clientes**

Blanco (2013) si la organización se enfoca en cumplir todas las expectativas de los clientes, y el cliente se va sentir satisfecho con la compra realizada. (p.60).

#### **2.2.10. Objetivo de la Atención al Cliente**

Zelada, L. (2016) plantea los siguientes objetivos: “Escuchar al cliente activamente para atenderlo oportunamente, Asesorarlo y presentarle la mejor opción disponible, Definir con él aquellos beneficios que desea o necesita, Responder todas sus inquietudes, Aclarar sus dudas, Ofrecer todas las garantías y referencias, Coordinar con el cliente todo acerca de su compra, Efectuar un seguimiento tanto de satisfacción del cliente por el producto o servicio brindado, entre otros” (p. 13).

#### **2.2.11. Importancia de la Atención al Cliente**

Zelada, L. (2016) nos dice que la importancia de la atención al cliente “en la actualidad se ha vuelto una importante ventaja competitiva que permite dentro del mercado mantenerse y crecer, así como también la obtención de la rentabilidad” (p. 13).

#### **2.2.12. Como optimizar la atención al cliente**

Para Soto (2015) nos menciona que la atención al cliente es uno de los aspectos más importante de la empresa. Manifiesta lo siguiente:

- A. Ofrecerle la mejor atención brindándole una sonrisa, ser amable y cordial.
- B. Ofrecer asesoramiento a los clientes con respecto a lo que ofrece la empresa e incluso dar indicaciones de como se utiliza el producto.
- C. En algunos casos es tener presencia y en otras se necesita habilidades de marketing.
- D. Se debe utilizar un lenguaje claro y adecuado hacia los clientes
- E. El personal tiene que estar capacitado para atender al cliente, con un trato de acuerdo a la forma de actuar de la empresa. Para que lo clientes se encuentre familiarizado con la empresa.
- F. La empresa ha de ser única este aspecto y darle su propio toque personal que le diferencie de los demás.
- G. El tiempo que se da para la atención al cliente debe ser rápido de inmediato.
- H. Cuidar los detalles, porque el cliente es importante para el crecimiento de la empresa.(p.45).

### **2.2.13. Necesidades del cliente**



Blanco, (2013) menciona que los clientes manifiestan sus necesidades en el mercado en forma de demanda. Es fundamental que la organización deba conocer sus orígenes y componentes para dar a los clientes una buena atención. El personal debe estar capacitado para poder atender las necesidades de los clientes y poderles ofrecer aquellos productos que satisfagan sus necesidades. (p.59)

#### **2.2.14. Claves para mejorar la Atención al cliente**

Para Chamorro (2016) nos menciona unas claves para mejorar la atención al cliente:

- A. El cliente es lo primero.
  - B. Escuchar de manera activa las necesidades de los clientes.
  - C. Transmitir una imagen. Confianza. Diligencia y profesionalidad.
- (p.62)

#### **2.2.15. Teoría de la MYPES.**

En el Perú las MYPES enfrentan dificultades para convertirse en unidades productivas y competitivas. Las dificultades que se observan se centran en acceso al mercado, rentabilidad; financiamiento; tecnológica; innovación y transferencia; capacitación y asesoría. El problema mayor de las MYPES es su dificultad de acceder al mercado. Para enfrentar esta limitación se han desarrollado diversos mecanismos como información

sobre mercados, la oferta a través de consorcios, ruedas de negocios que contribuyen al encuentro entre oferta y demanda, o venta de servicios a través de subcontratación.

Según la Ley N° 28015. Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa, nos menciona lo siguiente:

Art.4 El estado promueve un entorno favorable para la creación, formalización, desarrollo y competitividad de las MYPES y el apoyo a los nuevos emprendimientos, a través de los Gobiernos Nacionales, Regionales y Locales y establece un marco legal e incentiva la inversión privada, generando o promoviendo una oferta de servicios empresariales destinados a mejorar los niveles de organización, administración, tecnificación y articulación productiva y comercial de las MYPE, estableciendo políticas que permiten la organización y asociación empresarial para el crecimiento económico con empleo sostenido

### **2.3. Marco Conceptual**

#### **Atención al cliente**

(Diaz, 2016) “La atención es el proceso a través del cual podemos dirigir nuestros recursos mentales en algunos aspectos del entorno. Se refiere al estado de observación y alerta que nos permite tomar conciencia de lo que sucede en el entorno. La atención controla la actividad mental y conductual.” (p.26)

## **Calidad**

Fontalvo y Vergara (2010) “la calidad es el conjunto de características inherentes de un bien o servicio que satisfacen las necesidades y expectativas de los clientes” (p.22).

## **Gestión de Calidad**

Para Chicana (2017) Nos indica que la gestión de calidad es una de las herramientas que permiten a las empresas a planear, ejecutar y controlar las actividades de la empresa con el objetivo de contribuir al cumplimiento integral de las metas de las organizaciones. (p.36).

## **Cliente.**

Para Bastos (2006) define al cliente “como la persona que adquiere un bien o servicio para uso propio o ajeno a cambio de un precio determinado por la empresa y aceptado socialmente” (p. 2).

## **Expectativas**

Lovelock (2004) Las expectativas de las personas sobre los servicios están influenciadas por varios aspectos: sus experiencias previas, comentarios de otros clientes, necesidades personales, etc (p.35)

## **Servicio**

Según Fisher y Navarro (1994) nos dice que es “un tipo de bien económico, constituye lo que denomina el sector terciario, todo el que trabaja y no produce bienes se supone que ofrece servicios”. (p. 185)

## **Restaurantes**

Para Atencio (2007) “un restaurante es considerado como un establecimiento público donde a cambio de un precio se sirven comidas y bebidas para consumir” (p.35).

### **III. HIPÓTESIS**

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014) refiere: toda investigación que resulta descriptiva, porque no se manipulan sus características, no requiere de la aplicación de hipótesis. Razón por lo que la presente investigación no presenta desarrollo de hipótesis. (p. 93).

## IV. METODOLOGÍA

### 4.1. Diseño de la investigación

Para la elaboración del presente trabajo de investigación se utilizará el diseño No Experimental – Transversal

**No experimental**, Según Bernal (2010) Se realizará sin operar premeditadamente las variables, es decir, se observará el fenómeno tal como se encuentra dentro de su contexto. (p.43).

**Es Transversal**, Para Sampieri (2010) Nos indica que el estudio se realizará en un determinado espacio de tiempo. (p.151).

#### 4.1.1. El tipo de investigación

El tipo de investigación usado es cualitativa .

Blasco y Pérez (2007) Señalan que la investigación cualitativa estudia la realidad en su contexto natural y cómo sucede, sacando e interpretando fenómenos de acuerdo con las personas implicadas. (p.25).

#### 4.1.2. Nivel de la investigación de las tesis.

El nivel es descriptiva , para Hernández, Fernández y Baptista (2014) porque busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. (p.126).

## **4.2. Población y muestra**

### **4.2.1. Población**

Hernández, Fernández & Baptista (2014) afirma que la población es: “conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones” (p. 174).

La población está conformada por todas las Mypes del rubro restaurante, Distrito de San Vicente, Año 2019.

### **4.2.2. Muestra**

Palomino, Peña, Zevallos y Orizano (2015) la muestra “es un subconjunto representativo de una población (p.140).

La muestra estuvo conformada por la MYPE, “EL HUARCO”, Distrito de San Vicente, Año 2019.

**4.3. Matriz de Categorización**  
**Tabla 1: Matriz de Categorización**

UNIDAD TEMÁTICA	CATEGORÍAS	CONCEPTUALIZACIÓN	SUB CATEGORÍAS	CONCEPTUALIZACIÓN	ÍTEMS	
<b>CARACTERIZACION DE LA GESTION DE CALIDAD EN LA ATENCION AL CLIENTE DE LA MYPE, RUBRO RESTAURANTE, CASO: “EL HUARCO”, DISTRITO DE SAN VICENTE, AÑO 2019</b>	<b>GESTION DE LA CALIDAD</b>	<p>Pérez y Gardey (2014) denomina la gestión de calidad como un mecanismo operativo de una organización para optimizar sus procesos. El objetivo es orientar la información, la maquinaria y el trabajo de manera tal que los clientes estén conformes con los productos y/o los servicios que adquieren. Por lo tanto, apunta a la coordinación de procedimientos y recursos para mejorar la calidad de la oferta. Un cliente satisfecho siempre implica un beneficio para la empresa, mayores ganancias, fidelidad, menos gastos en resolución de problemas, etc. (p.56)</p>	<b>PLANEAMIENTO DE CALIDAD</b>	<p>Camisón (2006) Las organizaciones son las responsables de la Gestión de una atractiva calidad que pueda brindar un producto al consumidor, el cual será de mucha importancia para el prestigio y confesión dentro del mercado. (p.44).</p>	<p>¿Cuáles son los factores que toman en cuenta para entregar un servicio acorde a las necesidades del cliente?</p>	
			<b>CONTROL DE CALIDAD</b>	<p>Camisón (2006) Esta se basa precisamente en el procedimiento de problemas que puedan existir dentro de un producto por el deterioro de calidad, y que no se llega a cumplir las cualidades esperadas. (p.44).</p>	<p>¿Cuál es el procedimiento para evaluar el desempeño del servicio que brinda a sus clientes?</p>	
			<b>MEJORA DE CALIDAD</b>	<p>Camisón (2006) Es incrementos día a día para que las organizaciones ofrezcan un buen producto y satisfaga de una manera eficiente a sus consumidores, esto también engloba al servicio que puedan tener sus colaboradores dentro de la organización. (p.44)</p>	<p>¿Si tiene un plan o un proyecto de mejoramiento de infraestructura o equipamiento?                      ¿Cuál es su plan de capacitación a los empleados?</p>	
	<b>ATENCIÓN AL CLIENTE</b>		<p>Blanco (Como se citó en Pérez, 2007). Nos dice que “es el conjunto de actividades desarrolladas por las organizaciones con orientación al mercado, encaminadas a identificar las necesidades de los clientes en la compra para satisfacerlas, logrando de este modo cubrir sus expectativas y, por tanto, crear o incrementar la satisfacción de nuestros clientes” (p. 46).</p>	<b>ASESORAMIENTO</b>	<p>Soto (2015) los clientes con respecto a lo que ofrece la empresa e incluso dar indicaciones de cómo se utiliza el producto (p.45)</p>	<p>¿ Qué información brinda su personal a los clientes con respecto al servicio ?</p>
				<b>LENGUAJE DEL PERSONAL</b>	<p>Soto (2015) Se debe utilizar un lenguaje claro y adecuado hacia los clientes (p.45)</p>	<p>¿Cómo es el lenguaje usado por el personal cuando atiende a los clientes?</p>
				<b>NORMAS BASICAS</b>	<p>Soto (2015) El personal tiene que estar capacitado para atender al cliente, con un trato de acuerdo a la forma de actuar de la empresa. Para que lo clientes se encuentre familiarizado con la empresa (p.45).</p>	<p>¿Cuál es el protocolo que sigue el personal para atender al cliente?</p>

Fuente: Elaboración propia



#### **4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

En la investigación se requiere contar con técnicas e instrumentos que nos permitan recolectar información confiable y válida. En esta etapa se realiza trabajo de campo y la información obtenida permitirá responder a nuestras preguntas de investigación y lograr nuestros objetivos planteados.

##### **4.4.1. Técnicas**

Para la siguiente investigación se utilizó como técnica de recolección de datos la entrevista. Según Galindo (1998), nos dice que “las entrevistas y el entrevistar con elementos esenciales en la vida contemporánea, es comunicación primaria que contribuye a la construcción de la realidad, es eficaz y de gran precisión en la medida que se fundamenta en la interrelación humana” (p. 277).

##### **4.4.2. Instrumentos**

La guía de entrevista fue el instrumento de recolección de datos, la misma que constó de 08 preguntas que se le realizó a la representante de la MYPE “EL HUARCO”

#### **4.5. Plan de análisis**

Para la siguiente investigación se realizó un estudio sobre la gestión de calidad en la atención al cliente de un restaurante del distrito de San Vicente, en la cual se aplicó una guía de entrevista estructurada para la recopilación de datos, para luego ser evaluados e interpretados mediante una matriz. Analizarlo y

compararlos con los antecedentes y el marco teórico para dar un resultado;  
finalmente se procedió a  
realizar la conclusión de la investigación.

#### 4.6. Matriz de consistencia

**Tabla 2: Matriz de Consistencia**

CARACTERIZACION DE LA GESTION DE CALIDAD EN LA ATENCION AL CLIENTE DE LA MYPE, RUBRO RESTAURANTE, CASO: “EL HUARCO”, DISTRITO DE SAN VICENTE, AÑO 2019.				
ENUNCIADO DEL PROBLEMA	OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	CATEGORÍA	SUB CATEGORÍA	METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN
¿Cuáles son las características de la Gestión de Calidad en la Atención al Cliente en la MYPE, Rubro Restaurante, Caso: “EL HUARCO”, Distrito de San Vicente, Año 2019?	<b>Objetivo General</b>	<b>Gestión de Calidad</b>	<b>PLANEAMIENTO DE CALIDAD</b>  <b>CONTROL DE CALIDAD</b>  <b>MEJORA DE CALIDAD</b>	<b>Diseño de la investigación</b>  No experimental Transversal  <b>Tipo de la investigación</b>  Cualitativa  <b>Nivel de investigación</b>  Descriptivo  <b>Técnica</b>  Entrevista  <b>Instrumento</b>  Guía de entrevista
	Identificar las características de la Gestión de Calidad en la Atención al Cliente en la MYPE, Rubro Restaurante, Caso: “EL HUARCO”, Distrito de San Vicente, Año 2019			<b>Población</b> la población estuvo conformada por todas las Mypes del Rubro restaurante del Distrito de San Vicente, Año 2019  <b>Muestra</b>  Está conformada por la MYPE “EL HUARCO”, Rubro restaurante del Distrito de San Vicente, Año 2019
	<b>Objetivos Específicos</b>	<b>Atención al Cliente</b>	<b>ASESORAMIENTO</b>  <b>LENGUAJE AL PERSONAL</b>  <b>NORMAS BASICAS</b>	
	Identificar las características de la Gestión de Calidad en la MYPE, Rubro Restaurante, Caso: “EL HUARCO”, Distrito de San Vicente, Año 2019.			
	Describir las características del Atención al Cliente en la MYPE, Rubro Restaurante, Caso: “EL HUARCO”, Distrito de San Vicente, Año 2019.			

**Fuente:** Elaboración propia

#### 4.7. Principios éticos

**Aprobado por acuerdo del consejo Universitario con Resolución N° 0108-2016-CU-ULADECH católica, de fecha 25 de enero de 2016**

**Protección a las personas.** La persona necesita un grado de protección en la investigación ya que es el fin y no el medio con la finalidad que tenga un beneficio.

**Beneficencia y no mal eficiencia.** – Se debe resguardar el bienestar de los investigadores.

**Justicia.** Se debe otorgar la equidad y justicia a todas las personas que participen en la investigación derecho a obtener los resultados.

**Integridad científica.**- La integridad o rectitud deben regir no sólo la actividad científica de un investigador, sino que debe extenderse a sus actividades de enseñanza y a su ejercicio profesional.

**Consentimiento informado y expreso.**- En toda investigación se debe contar con la manifestación de voluntad, informada, libre, inequívoca y específica; mediante la cual las personas como sujetos investigadores o titular de los datos consienten el uso de la información para los fines específicos.

## V. RESULTADOS

### 5.1. Resultados

#### 5.1.1. Matriz de Resultados

**CUADRO 1: Matriz de resultados**

Objetivos	Preguntas	Entrevistado 1	Convergencia	Interpretación
<b>Objetivo General</b>	1.- ¿Cuáles son los factores que toman en cuenta para entregar un servicio acorde a las necesidades del cliente?	El entrevistado nos manifiesta que desde el cliente ingresa al restaurante observamos cuales son su gustos y que es lo que necesita para satisfacer sus necesidades y lograr de fidelizarlo al negocio. Como ya saben lo que el cliente busca ya solo se encarga de atenderlos.		Para el restaurante “EL HUARCO” es importante brindar una buena atención cumpliendo sus necesidades de los clientes para lograr satisfacerlo y poder fidelizarlo a la empresa.
Identificar las características de la Gestión de Calidad en la Atención al Cliente en la MYPE, Rubro Restaurante, Caso: “EL HUARCO”, Distrito de San Vicente, Año 2019				
<b>Objetivos Específicos</b>	2.-¿Cuál es el procedimiento para evaluar el desempeño del servicio que brinda a sus clientes?	El entrevistado manifiesta que el objetivo son los clientes, ya que depende de ellos el crecimiento del negocio. Por eso capacita a sus colaboradores y lo evalúa periódicamente. Con clientes incognito y así lograra mejorar la atención.		Las capacitaciones son periódicamente con la finalidad de brindarle una buena atención al cliente, ya que depende de ellos el crecimiento o decrecimiento de la empresa.
Identificar las características de la Gestión de Calidad en la MYPE, Rubro Restaurante, Caso: “EL HUARCO”, Distrito de San Vicente, Año 2019.	3.- ¿Si tiene un plan o un proyecto de mejoramiento de infraestructura o equipamiento?	El entrevistado manifiesta que si cuenta con un plan de modernización en las infraestructura y utensilios para el área de cocina. Y el mejoramiento del sistema que se utiliza para el pedidos		El uso de equipos tecnológico ayuda a que puedan cumplir con sus pedidos en tiempo acordado y brinda una máxima seguridad.
Describir las características del Atención al Cliente en la MYPE, Rubro Restaurante, Caso: “EL HUARCO”, Distrito de San Vicente, Año 2019.	4. Cuál es su plan de capacitación a los empleados?	La entrevistada menciona que el personal cuenta con capacitaciones periódicamente para brindar un buen servicio.		Si el personal se encuentra capacitado brindara un mejor servicio hacia el cliente.
	5. ¿Qué información brinda su personal a los clientes con respecto al servicio?	El entrevistado manifiesta que desde el inicio los colaboradores interactúan con los clientes ellos está capacitados para responder cualquier duda o dar a solución a los problemas que se pueda presentar y brindarle una buena atención al cliente.		Desde que los clientes ingresan al restaurante los colaboradores ya están interactuando con ellos dando una buena atención y resolviendo cualquier duda o problema que se presente. Y brindándole una buena atención al cliente.
	6. ¿Cómo es el lenguaje usado por el personal cuando atiende a los clientes?	El entrevistado nos manifiesta que todos los colaboradores saben que la empresa tiene como estrategia cumplir con todas las necesidades de los clientes, porque la atención no se puede ver sino sentir y observar. Utilizando un lenguaje adecuado.		Una de las estrategias del restaurante “EL HUARCO” para fidelizar a sus clientes, fue ofreciéndole una buena atención con leguajes adecuados.
	7. ¿Cuál es el protocolo que sigue el personal para atender al cliente?	El entrevistado nos manifiesta que todo los trabajadores están capacitados con el protocolo que brinda la empresa en donde inicio de la atención a hasta el final que se interactúa con el cliente, con la finalidad de brindarle una satisfacción.		Desde que el cliente ingresa al restaurante, los colaboradores le dan la bienvenida, los atiende de la mejor manera, cumple con los tiempos prometidos y en la hora del retiro se termina despidiendo. Con la finalidad de hacerlo sentir como si estuviera en casa.

**Fuente:** Elaboración Propia

### 5.1.1. Matriz de Respuestas

**CUADRO 2: Toma de Información – Entrevistado**

<b>Pregunta</b>	<b>Entrevistado</b>
1. <b>¿Cuáles son los factores que toman en cuenta para entregar un servicio acorde a las necesidades del cliente?</b>	Desde que el cliente ingresa al negocio ya se le está observando para poder ver de qué manera podemos satisfacer sus necesidades, y lograr cumplir con todas sus necesidades y teniendo la oportunidad de fidelizarlo al negocio. Tenemos los que llamamos los clientes fieles, que son aquellos que siempre vienen, quienes incluso ya no necesitan de hacer los pedidos porque sabemos lo que van a querer servirse, y también a los que llamamos clientes pasajeros que son los que llegan de paso o de vez en cuando y quienes muchas veces toman sus tiempos para hacer sus pedidos y digamos hay que tenerles una atención más personalizada.

**CUADRO 3: Toma de Información – Entrevistado**

<b>Pregunta</b>	<b>Entrevistado</b>
2. <b>¿Cuál es el procedimiento para</b>	El objetivo son nuestros clientes; que ellos se sientan satisfechos con lo que le

<p><b>evaluar el desempeño del servicio que brinda a sus clientes?</b></p>	<p>ofrecemos. Por eso capacitamos a nuestros colaboradores, ya que ellos son los que interactúan directamente con el cliente. Por lo tanto, son evaluados periódicamente con clientes incognito y así tratamos de mejorar en la atención al cliente.</p>
--	--

**CUADRO 4: Toma de Información – Entrevistado**

<b>Pregunta</b>	<b>Entrevistado</b>
<p>3. <b>¿Si tiene un plan o un proyecto de mejoramiento de infraestructura o equipamiento?</b></p>	<p>Si, Cuenta con planes de mejorar el infraestructura del local, comprar nuevos utensilios de cocina y nuevos inmobiliario. También se va mejorar el sistema instalado para el pedido de los platos y también se va implementar cámaras de vigilancia para la seguridad de los trabajadores.</p>

**CUADRO 5: Toma de Información – Entrevistado**

<b>Pregunta</b>	<b>Entrevistado</b>
<p>4. <b>¿Cuál es su plan de capacitación a los empleados?</b></p>	<p>El plan de capacitación hacia los empleados son periódicamente y rindiendo unos examen de evaluación por cada capacitación para corroborar</p>

	que el colaborador allá entendido la capacitación y saber que ha sido buna inversión dicho programa. Se realizan cada trimestre.
--	--

#### **CUADRO 6: Toma de Información – Entrevistado**

<b>Pregunta</b>	<b>Entrevistado</b>
5. <b>¿Qué información brinda su personal a los clientes con respecto al servicio?</b>	Desde el inicio los colaboradores están interactuando con los clientes para saber sus necesidades y poderlos cumplir en pocos tiempo. Le brinda información desde que productos desea saber, cuales son los servicios que ofrecemos Están capacitados para responder cualquier duda o dar a solución a los problemas que se pueda presentar.

#### **CUADRO 7: Toma de Información – Entrevistado**

<b>Pregunta</b>	<b>Entrevistado</b>
6. <b>¿Cómo es el lenguaje usado por el personal cuando</b>	Como sabemos existen características de atención al cliente que debemos de cumplir y poner en práctica al momento que se



<b>atiende a los clientes?</b>	tiene contacto con ellos; porque la atención no se puede ver sino sentir y observar. Utilizando un lenguaje adecuado.
--------------------------------	---

### **CUADRO 8: Toma de Información – Entrevistado**

<b>Pregunta</b>	<b>Entrevistado</b>
<b>7. ¿Cuál es el protocolo que sigue el personal para atender al cliente?</b>	Desde que el cliente ingresa al restaurante, los colaboradores le dan la bienvenida, los atiende de la mejor manera, cumple con los tiempos prometidos y en la hora del retiro se termina despidiendo. Con la finalidad de hacerlo sentir como si estuviera en casa.

## **5.2. Análisis de resultados**

### **5.2.1. Respecto al Objetivo General**

**Identificar las características de la Gestión de Calidad en la Atención al Cliente en la MYPE, Rubro Restaurante, Caso: “EL HUARCO”, Distrito de San Vicente, Año 2019.**

De acuerdo a los resultados se identificó las características de la gestión de calidad en la atención del cliente, lo cual el restaurant EL HUARCO mantiene una buena gestión de calidad para poder satisfacer al cliente al momento que ingresa al establecimiento; como

también se brinda un servicio en la atención al cliente como sabemos la atención no se puede tocar, pero si sentir y a ello el cliente debe sentirse como en casa. Comparado con Campos (2019) quien concluye que las características de gestión de calidad son importante para el mejoramiento y satisfacción de los clientes, a través de la identificación de clientes. Dichos resultados se fundamentan con el autor Chicana (2017) Nos indica que la gestión de calidad es una de las herramientas que permiten a las empresas a planear, ejecutar y controlar las actividades de la empresa con el objetivo de contribuir al cumplimiento integral de las metas de las organizaciones.

#### **5.2.2. Respecto al Objetivo Específico 1**

##### **Identificar las características de la Gestión de Calidad en la MYPE, Rubro Restaurante, Caso: “EL HUARCO”, Distrito de San Vicente, Año 2019.**

De acuerdo a la entrevista en el restaurante “EL HUARCO” se encuentra una buena gestión de calidad; a través del planeamiento de calidad podemos saber cuáles son los factores que se toman en cuenta para entregar un buen servicio, la identificación de clientes, definiendo objetivos de acuerdo a sus necesidades de los clientes, a través del control de calidad se evalúa y propone nuevas estrategias. Con la mejora de calidad se basa en mejorar las infraestructuras, mejores inmobiliarios y tener mejor tecnología para ofrecer un buen equipo de trabajo. Comparado con Campos (2019) quien concluye que las

características de gestión de calidad son importantes para el mejoramiento y satisfacción de los clientes, a través de la identificación de clientes. Dichos resultados se fundamentan con el autor Chicana (2017) Nos indica que la gestión de calidad es una de las herramientas que permiten a las empresas a planear, ejecutar y controlar las actividades de la empresa con el objetivo de contribuir al cumplimiento integral de las metas de las organizaciones.

### **5.2.3. Respecto al Objetivo Específico 2**

**Describir las características de la Atención al Cliente en la MYPE, Rubro Restaurante, Caso: “EL HUARCO”, Distrito de San Vicente, Año 2019.**

De acuerdo a la entrevista del restaurante “ EL HUARCO” se encuentra que aplica las características del atención al cliente con la finalidad de poder lograr fidelizarlo y mantenerlo satisfecho. Los colaboradores están capacitado para seguir el protocolo de la empresa, desde el ingreso de los clientes los colaboradores tienen que recibirle con una bienvenida y luego atender sus necesidades y en caso tenga alguna duda o problema deben tratar de solucionar lo más antes posible, siempre la atención tiene que ser con un lenguaje claro y hacerlo sentir como en su propia casa. Así se logrará convertir en un cliente fiel hacia el restaurante. Comparados con Campos (2019) quien concluye que para medir la optimización de la atención al cliente, es mediante una series de proceso, siguiendo las normas

básicas por medios de utilización de técnicas y formas para que el servicio sea eficiente y efectivo. Dichos resultados se fundamentan con el autor (Diaz, 2016) “La atención es el proceso a través del cual podemos dirigir nuestros recursos mentales en algunos aspectos del entorno. Se refiere al estado de observación y alerta que nos permite tomar conciencia de lo que sucede en el entorno. La atención controla la actividad mental y conductual”. (p.26)

## **VI. CONCLUSIÓN**

### **Respecto al objetivo general**

Llegando a la conclusión que el restaurante “EL HUARCO” aplica una buena gestión de calidad como son: ( el planeamiento de calidad, control de calidad, mejora de calidad) se identifica el mejoramiento de su imagen, al mejoramiento de la posición competitiva porque siempre están mejorando sus productos y servicios por los sistemas implementados y refuerzan la confianza en la empresa y las relaciones existentes con ellos. Dichos resultados se fundamentan con el autor Chicana (2017) Nos indica que la gestión de calidad es una de las herramientas que permiten a las empresas a planear, ejecutar y controlar las actividades de la empresa con el objetivo de contribuir al cumplimiento integral de las metas de las organizaciones.

### **Respecto al objetivo específico 1:**

Llegando a la conclusión que el restaurante “EL HUARCO” se encuentra una buena gestión de calidad; a través de la identificación de clientes, definiendo objetivos de acuerdo a sus necesidades de los clientes, evaluando y proponiendo nuevas estrategias, haciendo uso de la capacitación con la finalidad de mejorar las infraestructuras y tener mejor tecnología para ofrecer un buen equipo de trabajo.

### **Respecto al objetivo específico 2:**

Llegando a la conclusión que el restaurante “EL HUARCO” aplica las características de la atención al cliente con la finalidad de poder lograr fidelizarlo y mantenerlo satisfecho. Los colaboradores están capacitados para

seguir el protocolo de la empresa, desde el ingreso de los clientes los colaboradores tienen que recibirle con una bienvenida y luego atender sus necesidades y en caso tenga alguna duda o problema deben tratar de solucionar lo más antes posible, siempre la atención tiene que ser con un lenguaje claro y hacerlo sentir como en su propia casa. Así se logrará convertir en un cliente fiel hacia el restaurante

## REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

**Almestar, (2017)** “*Caracterización de la competitividad y atención*

*al cliente en las MYPE del rubro pollerías en la urbanización Ignacio Merino – Piura, año 2017*”. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, filial Piura. Obtenido de:

<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/2370>

**Atencio, C. (2007)** *Restaurante, tipos y categorización*. (1er ed.). Bogotá, Colombia.

Ecoe

**Bastos, A. (2006)**. *Fidelización del cliente*. España: Ideas propias.

**Blasco y Perez (2007)** *Metodologías de investigación en las ciencias de la actividad*

*física y el deporte: ampliando horizontes*. San Vicente (Alicante) :

Editorial Club Universitario, 2007. ISBN 978-84-8454-616-0, 347 p.

**Blanco (como se citó en Pérez, 2007)**. *Cliente a la empresa* (2ª. ed.). México D.F.,

México. McGraw – Hill.

**Camison Cesar (2006)** *Gestión de la Calidad: Conceptos, Enfoques, Modelos y*

Sistemas

**Campos (2019)** En su investigación titulada: *Caracterización de la Gestión de*

*Calidad y La Atención al Cliente en las micro y pequeñas empresas de servicios Rubro Restaurante en el Distrito de Sullana, Año 2018*. Para

optar el título profesional de licenciada en administración. Obtenido de: <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/10566>

**Cuenca (2019)** En su investigación denominada: *Caracterización de la Gestión de Calidad Y Satisfacción del cliente en las MYPE´s del Sector Servicio Rubro Restaurante en el cercado de Tumbes, 2018*. Para optar el título de licenciado en administración. Obtenido de:

<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/10650>

**Fisher, L. y Navarro, V. (1994).** *Introducción a la investigación de mercado*. 3ª edición, México: McGraw-Hill Interamericana S.A. de C.V

**Fontalvo, T. y Vergara, J. (2010).** *La gestión de la calidad en los servicios ISO 9001*. Madrid: B – EUMED

**Galindo, J. (1998).** *Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación*. México. Addison Wesley Logman.

**Gómez, A. (2015).** *Los 8 principios de gestión de la calidad*. Etiquetas: HERRAMIENTAS, UNE EN ISO 9001:2015

**Hernández, R, Fernández, C y Baptista P. (2014).** *Metodología de la investigación* (6. ed.). México: McGRAW-HILL/ INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.

**Hernández, R., Fernández C. & Batista P. (2010).** Metodología de la



investigación 4ta Edición. Izquierdo, R. (2018). ¿Por qué es tan importante la atención al cliente en una empresa?. Revista Integria IMS.

**Jurado (2014).** En su investigación titulada: *Calidad de la Gestión en el Servicio y Atención al Cliente para el Mejoramiento de las Operaciones Internas en Restaurantes de Lujo en el Centro Histórico de la Ciudad de Quito*. Para grado de Magister. Se realizó en la ciudad de Quito – Ecuador. Obtenido de: <http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/8010>

**Kotler, P. y Keller, K. (2009).** *Dirección de Marketing (12 ed.)*. México: Pearson Educación

**Lovelock, C. Reynoso, J. Andrea, G. y Huete, L. (2004).** *Administración de servicios. Estrategias de Marketing de Operaciones y Recursos Humanos*. (1 ed.). México: Pearson Educación, S.A.

**Luna (2016)** En su investigación denominado: *Caracterización de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio– rubro restaurantes en el distrito de nuevo chimbote, 2013*. Para optar el título de licenciado en Administración. Obtenido de: <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/1374>

**Miranda . I. (2014).** “El control es un proceso de retroalimentación en el que intervienen un mecanismo sensor en la empresa. Lima: Editorial H & B.”

**Muñiz, L. (2017).** *Como clasificar y segmentar clientes*. Editorial SisConGes & Estrategia. S.L.

**Nava, C. V. (2005).** *¿Qué es la calidad? Conceptos, gurús y modelos Fundamentales*. México: Limusa. S.A

**Ñahuirima (2015).** En su tesis titulada: *Calidad de servicio y satisfacción del cliente de las pollerías del distrito de Andahuaylas, periodo 2015*. Para optar el título Lic. Administración. Realizado en la ciudad de Andahuaylas – Perú. Obtenido de:

<http://repositorio.unajma.edu.pe/handle/123456789/240>

**Pérez, J. (2014).** Definición de capacitación. Obtenido de <http://definicion.de/capacitacion/>

**Palomino, F. (2018).** *Calidad de servicio y Satisfacción en los clientes de un restaurante, Ate, 2018* (tesis de pregrado). Universidad César Vallejo, Perú

**Pérez, V. (2006).** *Calidad Total en la Atención al Cliente*. España: Ideaspropias

**Quezada (2016)** En su trabajo de investigación titulada: “Propuesta de un modelo de gestión de calidad para la mejora de los restaurantes de la ciudad de Ambato” tesis para optar el título profesional de Ingeniero en Gestión de Alimentos y Bebida en la Universidad Regional Autónoma de los Andes, Ecuador. Obtenido de: <http://dspace.uniandes.edu.ec/handle/123456789/5749>

**Sánchez (2014)** En su investigación titulada: *Capacitación en Habilidades de atención al cliente para mejorar la calidad del servicio brindado en El restaurant Mar Picante de la ciudad de Trujillo*. Universidad Privada Antenor Orrego. Obtenido de: <http://repositorio.upao.edu.pe/handle/upaorep/351?mode=full>

**Sánchez (2017)** En su trabajo de investigación denominado “*Evaluación de la calidad de servicio al cliente en el restaurante pizza burger diner de Gualan, Zacapa*”, Para optar el título profesional de Licenciada en Administración en la Universidad Rafael Landívar, México. Obtenido de: <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesisjcem/2017/01/01/Sanchez-Aby.pdf>

**Soto, B. (2015).** *Cómo mejorar la atención al cliente*. Gestión.Org.

**Villalba (2016).** Según su estudio “*Análisis de calidad del servicio y atención al cliente En azuca beach, azuca bistro y q restaurant, y sugerencias de mejora*”. En la ciudad de Quito – Ecuador. Para optar el título de Ingeniería en Gestión Hotelera. Obtenido de: <http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/11384>

**Zelada, L. (2016).** *Atención al Cliente y su Influencia en el nivel de ventas de la Ferretería Solano E.I.R.L. en el primer semestre del 2016 del distrito de Trujillo* (Tesis de Pre Grado). Universidad Nacional de Trujillo, Trujillo, Perú. Obtenido de: <http://dspace.unitru.edu.pe/handle/UNITRU/5296>

# ANEXOS

## 1. GUIA DE ENTREVISTA

### Guía de Entrevista

**TÍTULO: CARACTERIZACIÓN DE LA GESTION DE CALIDAD EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE DE LA MYPE, RUBRO RESTAURANTE, CASO: “EL HUARCO”, DISTRITO DE SAN VICENTE, AÑO 2019**


1. ¿Cuáles son los factores que toman en cuenta para entregar un servicio acorde a las necesidades del cliente?
2. ¿Cuál es el procedimiento para evaluar el desempeño del servicio que brinda a sus clientes?
3. ¿Si tiene un plan o un proyecto de mejoramiento de infraestructura o equipamiento?
4. ¿Cuál es su plan de capacitación a los empleados?
5. ¿Qué información brinda su personal a los clientes con respecto al servicio?
6. ¿Cómo es el lenguaje usado por el personal cuando atiende a los clientes?
7. ¿Cuál es el protocolo que sigue el personal para atender al cliente?

## 2. SUNAT

### CONSULTA RUC - SUNAT

Número de RUC:	20514892092 - HUARCO HOTEL SOCIEDAD ANONIMA CERRADA		
Tipo Contribuyente:	SOCIEDAD ANONIMA CERRADA		
Nombre Comercial:	.		
Fecha de Inscripción:	05/01/2007	Fecha de Inicio de Actividades:	05/01/2007
Estado del Contribuyente:	ACTIVO		
Condición del Contribuyente:	HABIDO		
Dirección del Domicilio Fiscal:	CAL.52 NRO. 123 (ESPALDA CORA 9 DE AV PRINCIPAL) LIMA - LIMA - SAN ISIDRO		
Sistema de Emisión de Comprobante:	MANUAL	Actividad de Comercio Exterior:	SIN ACTIVIDAD
Sistema de Contabilidad:	MANUAL		
Actividad(es) Económica(s):	55104 - HOTELES, CAMPAMENTOS Y OTROS. ▼		
Comprobantes de Pago c/aut. de impresión (F. 806 u 816):	FACTURA ▼		
Sistema de Emisión Electrónica:	.		
Emisor electrónico desde:	.		
Comprobantes Electrónicos:	.		

### 3. REMYPE




**PERÚ**


Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo

**REMYPE**

Registro Nacional de la Micro y Pequeña Empresa



**REMYPE**  
Busqueda por Número de R.U.C



Regresar

**REGISTRO NACIONAL DE MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA - REMYPE**

Desde 15 octubre 2009

Nº DE RUC.	RAZÓN SOCIAL	FECHA SOLICITUD	ESTADO/CONDICIÓN	FECHA DE ACREDITACIÓN	SITUACIÓN	FECHA DE BAJA
20514892092	HUARCO HOTEL SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	13/02/2010	ACREDITADO COMO MICRO EMPRESA	12/03/2012	REGISTRADO	... ..

**REGISTRO NACIONAL DE EMPRESAS ACOGIDAS AL REGIMEN ESPECIAL LABORAL - LEY 28015 (Hasta octubre 2008)**

Nº DE RUC.	RAZÓN SOCIAL	Estado	Fecha
		...	

Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo - Oficina de Informática / V 1.2 - Módulo de consultas REMYPE.  
Consultas al 630-6000 anexo 1093 (Lima Metropolitana) - 6012 (otros departamentos)

## 4. EVIDENCIAS

