



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE
CHIMBOTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y
ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA MYPE “TONDEROS
RESTOBAR” DISTRITO DE SULLANA, AÑO 2018**

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

AUTORA:

GUTIÉRREZ CUEVA, GLADYS ESTEFANY

ORCID: 0000-0001-5328-1000

ASESOR:

Mgtr. CARLOS DAVID RAMOS ROSAS

ORCID: 0000-0002-5868-2441

SULLANA – PERÚ

2020

Equipo de trabajo

AUTORA

GUTIÉRREZ CUEVA, GLADYS ESTEFANY

ORCID: 0000-0001-5328-1000

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

ASESOR

MGTR. CARLOS DAVID RAMOS ROSAS

ORCID: 0000-0002-5868-2441

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

JURADO

VILELA VARGAS, VÍCTOR HUGO

ORCID: 0000-0003-2027-6920

ROSILLO DE PURIZACA, MARÍA DEL CARMEN

ORCID: 0000-0003-2177-5676

WONG CERVERA, FELIX

ORCID: 0000-0002-5205-4751

Hoja de firma del jurado y asesor

Mgtr. VÍCTOR HUGO VILELA VARGAS

Presidente del Jurado

Mgtr. MARÍA DEL CARMEN ROSILLO DE PURIZACA

Secretaria del Jurado

Dr. FÉLIX WONG CERVERA

Miembro del Jurado

Mgtr. CARLOS DAVID RAMOS ROSAS

Asesor

Agradecimiento

A dios por darme la dicha de poder vivir esta experiencia para poder culminar mi ciclo académico y las fuerzas que me concede día a día para poder culminar mi carrera profesional.

Agradezco a mis padres por ofrecerme su apoyo en todo momento en el transcurso de la elaboración de mi proyecto.

A la MYPE por brindarme la información requerida para llevar a cabo esta investigación.

Resumen

El presente trabajo de investigación titulado “Caracterización de la gestión de calidad y atención al cliente en Tonderos Restobar, distrito de Sullana, año 2018”, bajo la línea de investigación de la Escuela profesional de Administración, formula la siguiente interrogante: ¿Cuáles son las características de la gestión de calidad y atención al cliente en Tonderos Restobar, distrito de Sullana, año 2018?; planteando como objetivo general: Determinar las características de gestión de calidad y atención al cliente en “Tonderos Restobar” distrito de Sullana, año 2018. La metodología que utilizó fue de tipo cuantitativo, de nivel descriptivo y diseño no experimental, efectuando una encuesta dirigida de 20 preguntas a una muestra de 10 trabajadores y 68 clientes, para su posterior procesamiento en los programas Excel y spss v. 25. Como resultados se obtuvo que el 90% respondió que la empresa si tiene objetivos empresariales establecidos; un 76,5% considera que la empresa le trasmite la confianza necesaria para garantizar su retorno; el 73,5% de ellos respondieron que el encargado de su atención se mostró empático. Se logró concluir que la empresa utiliza algunos de los principios involucrados para la gestión de calidad, hace uso de estrategias como la toma de decisiones, amabilidad y profesionalismo para poder tener a su favor al cliente de Tonderos Restobar. Utiliza factores que contribuya a la mejora, aunque no se logra identificar que haga uso como base los valores en su atención o forma de trato laboral.

Palabras claves: atención al cliente, gestión de calidad, mype.

Abstract

This research paper entitled “Characterization of quality management and customer service in Tonderos Restobar, Sullana district, year 2018”, under the line of research of the Professional School of Administration, asks the following question: What are the characteristics of quality management and customer service in Tonderos Restobar, Sullana district, year 2018 ?; posing as a general objective: To determine the characteristics of quality management and customer service in “Tonderos Restobar” district of Sullana, year 2018. The methodology used was quantitative, descriptive and non-experimental design, conducting a directed survey of 20 questions to a sample of 10 workers and 68 customers, for further processing in Excel programs and spss v. 25. As a result it was obtained that 90% responded that the company does have established business objectives; 76.5% believe that the company transmits the necessary confidence to guarantee their return; 73.5% of them responded that the person in charge of their attention was empathetic. It was concluded that the company uses some of the principles involved for quality management, makes use of strategies such as decision making, kindness and professionalism in order to have Tonderos Restobar's client in its favor. It uses factors that contribute to the improvement, although it is not possible to identify that it makes use as a basis of the values in its attention or form of labor treatment.

Keywords: customer service, quality management, mype.

Índice

Equipo de trabajo	ii
Hoja de firma del jurado y asesor	iii
Agradecimiento.....	iv
Resumen.....	v
Abstract	vi
Índice	vii
Índice de tablas	x
Índice de figuras.....	xi
Índice de cuadros	xii
I.- Introducción	1
II.- Revisión de la literatura	10
2.1 Antecedentes	10
2.1.1 Variable gestión de calidad	10
2.1.1.1 Antecedentes internacionales.....	10
2.1.1.2 Antecedentes nacionales	11
2.1.1.3 Antecedentes regionales	14
2.1.2 Variable atención al cliente	17
2.1.2.1 Antecedentes internacionales.....	17
2.1.2.2 Antecedentes nacionales	19
2.1.2.3 Antecedentes regionales	22
2.2.- Bases teóricas de la investigación.....	24
2.2.1.- Gestión de la Calidad	24
2.2.1.1 Sistema de la gestión de calidad	24
2.2.1.2 Principios de gestión de la calidad.....	28

2.2.2.- Atención al cliente.....	31
2.2.2.1 Estrategias de atención al cliente	32
2.2.2.2 Factores que influyen en la atención al cliente	35
IV.- Metodología	38
4.1.- Diseño de la investigación	38
4.2.- El universo y muestra	39
4.2.1 Universo	39
4.2.2 Muestra	39
4.3.- Definición y operacionalización de variables	41
4.4.- Técnicas e instrumentos de recolección de datos	43
4.4.1 Técnicas:	43
4.4.2 Instrumentos:	43
4.5.- Plan de análisis.....	43
4.6.- Matriz de consistencia	44
4.7.- Principios éticos	45
V.- Resultados.....	46
5.1 Resultados de la investigación	46
5.1.1 Variable gestión de calidad	46
5.1.2 Variable atención al cliente	56
5.2 Análisis de resultados.....	66
VI.- Conclusiones	70
Referencias bibliográficas.....	72
Anexos	79
Anexo 1. Presupuesto.....	79
Anexo 2. Cronograma de actividades	80

Anexo 3. Cuestionario.....	81
Anexo 4. Libro de datos	83
Anexo 5. Consentimiento informado	87
Anexo 6. Análisis de fiabilidad	91
Anexo 7. Juicios de expertos.....	97
Anexo 8. Evidencias de la encuesta	100

Índice de tablas

Tabla 1. La empresa tiene establecidos objetivos empresariales	46
Tabla 2. Su organización toma en cuenta políticas en su desarrollo	47
Tabla 3. Cuentan con un organigrama establecido	48
Tabla 4. Es tomado en cuenta la distribución de este organigrama	49
Tabla 5. Existe una persona encargada de supervisar sus funciones	50
Tabla 6. Toman en cuenta documentos para el control desarrollado.....	51
Tabla 7. Como trabajadores otorgan recursos necesarios para la mejora continua	52
Tabla 8. Cumplen con sus actividades establecidas	53
Tabla 9. Sienten conformidad en su desempeño laboral	54
Tabla 10. Su jefe les da buen trato en sus horas laborales.....	55
Tabla 11. Le trasmite una buena imagen la empresa.....	56
Tabla 12. Considera usted que el restaurante cumple con la higiene adecuada	57
Tabla 13. Considera suficiente la variedad de platos que ofrece.....	58
Tabla 14. Se establecen ofertas y bajas de precios en sus compras.....	59
Tabla 15. Considera que el tiempo que espera para ser atendido es el correcto.....	60
Tabla 16. Considera que se le brinda un trato amable	61
Tabla 17. Es accesible a su economía los precios que ofrece.....	62
Tabla 18. La atención del personal es cordial y agradable	63
Tabla 19. Considera que la empresa cumple con la capacidad de exceder sus expectativas.....	64
Tabla 20. Los meseros muestran tener conocimiento acerca de la variedad de platos ofrecidos.....	65

Índice de figuras

Figura 1. Gráfico circular de los objetivos de la empresa	46
Figura 2: Grafico circular de las políticas de desarrollo para mejora de la empresa ..	47
Figura 3: Gráfico circular del organigrama establecido en la empresa	48
Figura 4: Gráfico circular de la distribución del organigrama.....	49
Figura 5: Gráfico circular del encargado de la supervisión	50
Figura 6: Gráfico circular de documentos de control desarrollado	51
Figura 7: Gráfico circular de recursos de mejora continua.....	52
Figura 8: Gráfico circular de actividades laborales establecidas	53
Figura 9: Gráfico circular de la conformidad en el desempeño laboral.....	54
Figura 10: Gráfico circular del trato en horas laborales	55
Figura 11: Gráfico circular de la imagen de la empresa	56
Figura 12: Gráfico circular del nivel de higiene	57
Figura 13: Gráfico circular de la variedad de platos ofrecidos.....	58
Figura 14: Gráfico circular de ofertas y bajas de precios	59
Figura 15: Gráfico circular del tiempo de espera	60
Figura 16: Gráfico circular del trato amable brindado	61
Figura 17: Gráfico circular de la accesibilidad de precios.....	62
Figura 18: Gráfico circular de la atención cordial y agradable.....	63
Figura 19: Gráfico circular de la capacidad de exceder expectativas del cliente	64
Figura 20: Gráfico circular del conocimiento de los trabajadores.....	65

Índice de cuadros

Cuadro 1. Matriz de operacionalización	41
Cuadro 2. Matriz de operacionalización de la variable atención al cliente	42
Cuadro 3. Matriz de consistencia.....	44

I.- Introducción

La mayoría de las empresas tiene como propósito fundamental, alcanzar el éxito y ser altamente competitivos para tener un mejor posicionamiento en el mercado se toma en cuenta que cada recurso humano es importante para el logro de los objetivos propuestos de las empresas, pero muchas de las empresas en los últimos años solo se enfocan en ser mejores y poco les importa el bienestar y la calidad que ellos pueden ofrecer y satisfacer las necesidades que el cliente pide.

La capacidad de las empresas que debe adquirir para solventar los cambios del día a día significará la supervivencia en este el rubro restaurante en un mercado demandante; el cual debe adaptarse a la variabilidad de su territorio, ya que afectan directamente a su sector financiero e incluso a su clientela. Teniendo como enfoque principal en la investigación la gestión de calidad y la atención al cliente, las cuales se consideran como hábitos del día a día, de los cuales podemos decir que son elemento de importancia esencial para marcar la diferencia en este sector.

En esta investigación hablaremos acerca de la empresa “**Tonderos Restobar**” ubicada en calle Alfonso Ugarte n°498, que presenta una visión: “ser el mejor restaurante representando a nuestra región brindando una experiencia de nuestros sabores en los paladares exigentes de nuestros clientes del Perú y del mundo, mostrando las riquezas naturales de nuestra región, plasmadas en nuestros deliciosos potajes”, y **misión:** “buscar la mejor sazón en la preparación de la comida norteña con los mejores productos de nuestra zona y una excelente atención satisfaciendo las necesidades gastronómicas del exigente paladar de nuestros clientes”. Su N° de Ruc es: 10449066273 e inicio sus actividades el 24 de mayo del 2014.

A continuación, se mencionarán los factores que influyen y a la vez afectan el éxito de una empresa. Para ello se aplica la técnica PESTEL, herramienta que nos permitirá sustentar lo ya antes mencionado, pero de manera detallada.

En el factor político legal se menciona que, los gobiernos ocupan un lugar preferencial en el análisis del entorno, motivado por varios aspectos, desde su poder de compra, pasando por su poder legislativo y su capacidad de apoyar a nuevos sectores mediante políticas de subvenciones, sin olvidar la incidencia de sus políticas en nuevas inversiones. Por ello es importante desde el punto de vista del análisis del entorno evaluar las tendencias y sus posibles consecuencias para la empresa a corto y medio plazo. (best business service, 2001).

Cuando en los países se generan ambientes políticos inestables, derivados de conflictos de intereses entre los distintos gobiernos, se genera un ambiente negativo para hacer negocios y se frena tanto la inversión nacional como la extranjera. Con la falta de inversión en el país, significaría el aumento en los costes de los insumos primarios para la elaboración del producto final.

Según el factor económico, la marcha económica de un restaurante tiene efectos directos en la economía estructurada entorno al mercado. De hecho, afecta directamente a la renta disponible de las familias y por lo tanto su capacidad de gasto. Que el desempleo aumente provoca, por un lado, que se reduzca el número de clientes potenciales, y sin embargo que aumente la mano de obra disponible. En definitiva, tarde o temprano la evolución de las variables macroeconómicas y los famosos ciclos económicos acaban repercutiendo en alguna forma a la marcha del restaurante. (valdez, 2017).

Los cambios en la economía son los que más generan impacto directo en los restaurantes, porque si la gente no recibe una remuneración que le permita cubrir todos los gastos difícilmente irá a un restaurante. (Herrera, 2017).

Según el factor socio cultural, los cambios demográficos afectan en gran medida al mercado de los restaurantes. Las reglamentaciones sobre la manipulación y conservación de los alimentos en los restaurantes, que deben implementar sistemas que aseguren la higiene en los establecimientos. Uno de los aspectos éticos que más ha impactado en la conciencia social son todos los comportamientos que hacen referencia a la conservación del medioambiente y de los recursos naturales del planeta.

La fuerte publicidad provoca que exista una fuerte venta impulsiva del producto, por ejemplo: promociones, descuentos, juguetes de regalo, etc. con lo que respecta al papel de la mujer, la cual se ha ido insertando cada vez más al mercado laboral, pasa menos tiempo en el hogar por lo tanto se hace más fácil acudir a un restaurante de este tipo. (Barcenas, 2018).

Según el factor tecnológico, desde la llegada de los nuevos sistemas de elaboración, conservación y regeneración se han variado los procesos de trabajo e incluso se han separado las zonas de producción y servicio, se ha reducido el horno dependencia y se ha incrementado la capacidad de servicio. Por otro lado, la aparición de productos de cuarta y quinta gama, como los condimentos ya preparados para la cocina se ha convertido en un avance tecnológico que ha propiciado variaciones en los procesos y en la organización de la cocina. (valdez, 2017)

El que no incurse en la implementación de la tecnológica en su negocio, puede significar el comienzo de algunos traspiés en la calidad de la experiencia que puede

ofrecer; los clientes buscan algo diferente, que los sorprenda, y los desarrollos tecnológicos tienen la capacidad de innovación requerida, eleva los estándares del lugar de acuerdo a los del consumidor y mejora la producción cuando se implementan máquinas especializadas.

Según el factor ecológico, los fuertes cambios climáticos que se viven en el mundo en general afectan la producción de los distintos cultivos; dejando como resultado una baja producción y obligando a los campesinos a elevar el precio de lo poco que alcanzan a tener para la venta. Por consiguiente, los restaurantes se ven afectados porque el alza del costo de los insumos les representa mayores gastos, dejándoles dos opciones en la mesa: dar porciones más pequeñas o a aumentar el precio del plato. (Herrera, 2017)

El daño causado al medio ambiente debido a la contaminación, al cambio climático supone un esfuerzo para las empresas para minimizar su impacto medioambiental.

Según el factor legal, a simple vista pueda que no relacione estrechamente la política con el negocio gastronómico, pero cambios legislativos como temas salariales y la elevación del costo de vida del consumidor; hacen que aspectos como la contratación de personal y la accesibilidad de los clientes de visitar un restaurante se vean directamente afectados. (Herrera, 2017)

Michael Porter identificó cinco fuerzas de presión competitiva: El poder de negociación de los clientes, el poder de negociación de los proveedores, la amenaza de nuevos consumidores entrantes, amenaza de productos sustitutos y la rivalidad entre competidores.

En cuanto al poder de negociación de los compradores o clientes podemos mencionar la capacidad que tienen los clientes para lograr que la empresa que les brinda el servicio ofrezca precios cómodos que les va a permitir consumir más su servicio, asimismo considerar la competencia que va a permitir plantearse varias alternativas para lograr que el cliente sea fiel a una sola empresa, es por ello que el poder de negociación de los clientes es media, por una parte ellos pueden elegir a que establecimiento concurrir y les da cierto poder para negociar, sin embargo las mypes dedicadas a este rubro, por lo general ya tienen un precio establecido y el consumidor puede elegir si consumir o no en el establecimiento, el hecho de tener un precio accesible que vaya acorde con la calidad ofrecida significa que tendrá una rentabilidad favorable.

Respecto al poder de negociación de los proveedores o vendedores cabe resaltar que en esta fuerza se puede ver las habilidades, características que disponen los proveedores en el momento de ofrecer sus productos, la decisión que tienen que tener para ofrecer los precios y llevar a cabo una adecuada organización, se puede mencionar que el poder de negociación de los proveedores es alto debido a que los insumos que se requieren para la elaboración de los platos que se ofrecen en la mype son necesarios y en una temporada de problemas ambientales, el precio de los insumos puede elevarse.

En cuanto a la amenaza de nuevos competidores entrantes, en el distrito de Sullana encontramos varios restaurantes por la cuál a medida que uno de ellos alcance mucho más el éxito con más clientes, es donde aparecen otras empresas que compiten con ésta, permitiendo así que el restaurante o restaurantes que están logrando una mayor rentabilidad se planteen estrategias en la cual pueden reducir los precios del servicio que brindan para seguir manteniendo a sus clientes y no les afecte.

Por otro lado, la amenaza de productos sustitutos involucra la capacidad que tiene otros sectores para ofrecer algún producto o servicio que satisfagan las necesidades que los clientes necesitan ya sean las mismas o parecidas, los restaurantes ofrecen diversos platos que pueden ser sustituidos por comida rápida, ensaladas, u otros que en este caso el tema de sustitución puede que sea por el tiempo que se demora en ofrecer el servicio que eso es uno de los factores que el cliente toma en cuenta, por lo tanto la amenaza de productos sustitutos es alta.

Por último, tenemos la rivalidad entre competidores, ésta se puede presentar por el crecimiento de los restaurantes ya que a medida que logran tener un buen posicionamiento en el mercado, es donde aparece más la competencia y tratan de imitar o mejorar lo que éste ofrece, en el distrito de Sullana se pueden encontrar diversos restaurantes distribuidos en todo el distrito, en este caso se puede afirmar que la rivalidad es alta.

Luego de los respectivos análisis del entorno de la mype, se estableció como enunciado del problema: ¿Cuáles son las características de la gestión de calidad y atención al cliente en la mype Tonderos Restobar distrito de Sullana, año 2018? Como objetivo general se planteó lo siguiente: Determinar las características de la gestión de calidad y atención al cliente en la mype Tonderos Restobar distrito de Sullana, año 2018 y como objetivos específicos se establecieron los siguientes:

- a) Identificar los principios de la gestión de calidad empleados en la MYPE “Tonderos Restobar” distrito de Sullana, año 2018.
- b) Describir las estrategias de atención al cliente en la MYPE “Tonderos Restobar” distrito de Sullana, año 2018.

c) Identificar los factores que influyen en la atención al cliente en la MYPE “Tonderos Restobar” distrito de Sullana, año 2018.

La investigación se justifica teóricamente ya que se basa en información citada de fuentes confiables, es decir, de libros, los cuales se encuentran en las referencias bibliográficas y además servirá como aporte para concretar nuevos conocimientos.

Se justifica metodológicamente ya que se basa en una metodología bien estructurada y cuantificable, a través de un cuestionario confiable orientado a un segmento de la población, con el fin de obtener resultados reales, concretos y confiables.

Otra razón es porque beneficiara a la comunidad tanto social como empresarial, proporcionándoles conocimientos sobre los beneficios de la aplicación de la gestión de calidad y atención al cliente en sus mypes.

Se justifica de manera práctica ya que servirá como base para futuras investigaciones y para la obtención del grado académico de bachiller en ciencias administrativas.

La presente investigación estuvo delimitada por espacio, ya que se realizó en la provincia de Sullana, así mismo fue una investigación de caso, ya que solo se enfocó en una sola mype y quedó delimitada por tiempo, debido a que fue realizada en el año 2019.

La metodología utilizada fue de tipo cuantitativo, de nivel descriptivo y de diseño no experimental de corte transversal, además se empleó la técnica de la encuesta a través de la aplicación de un cuestionario estructurado por 20 preguntas.

Así mismo, se obtuvieron los siguientes resultados más relevantes:

Como resultados se obtuvo que el 90% respondió que la empresa si tiene objetivos empresariales establecidos; un 76,5% considera que la empresa le trasmite la confianza

necesaria para garantizar su retorno; el 73,5% de ellos respondieron que el encargado de su atención se mostró empático.

Finalmente, se concluye que se logró identificar los principios de gestión de calidad que son tomados en cuenta, tales como: la mejora continua, en el cual se cumple con el respectivo proceso de planificar, hacer, verificar y actuar; además de cumplir con el principio de liderazgo, al lograr cumplir los objetivos establecidos; así mismo, toman en cuenta los aportes que puedan brindar el personal de esta manera evidenciando su participación; en cuanto a la toma de decisiones, se debe mejorar el análisis de información para tomar decisiones eficientes; finalmente, la mype emplea un correcto manejo de sus procesos agrupándolos en un sistema global, el cual debe seguir ciertos estándares de calidad.

Se pueden describir las estrategias utilizadas como el transmitir una buena imagen a sus clientes mediante la confianza que ofrezca para garantizar el retorno del cliente; otra estrategia es poner al cliente en primer lugar, brindándole una atención adecuada y mostrarle el interés adecuado; otra estrategia empleada es el cumplir con todo lo que la empresa promete, lo cual lo practican al atender a los clientes en el tiempo prometido; y además brindan accesibilidad al servicio, ya que poseen un horario adecuado para que los clientes puedan acceder sin ninguna inconveniente a los servicios de la mype.

Se identificaron los factores utilizados para brindar una mejor atención al cliente, en la cual se concluye que la honestidad es un factor principal para la atención, es por ello que es uno de los valores que ofrece la mype al momento de ofrecer su atención; además, la sociabilidad es otro factor, el cual se evidencia al mostrarse activo en la escucha del cliente; al igual que actuar de manera cordial y amable generando la

satisfacción del cliente al poder cumplir con sus expectativas. Es por ello que no tienen dudas de que tanto trabajadores como la empresa son aptos de brindar calidad y buena atención.

II.- Revisión de la literatura

2.1 Antecedentes

2.1.1 Variable gestión de calidad

2.1.1.1 Antecedentes internacionales

López Mosquera (2018) presenta su investigación “Calidad del servicio y Satisfacción de los clientes del restaurante Rachy’s de la ciudad de Guayaquil, en la Universidad Católica Santiago de Guayaquil”. Actualmente han ido incrementando los restaurantes y esto lleva a un mercado que cada vez se pone más exigente, por esto las empresas tienen que siempre tener presente una evaluación de la calidad del servicio para poder tener clientes satisfechos. El objetivo principal de esta investigación es determinar la relación de la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes del restaurante Rachy’s de la ciudad de Guayaquil. La metodología de la investigación se basó en un enfoque mixto, en lo cuantitativo se seleccionó un modelo SerQual y la obtención de la información se la realizó a través de encuestas dirigidas a los clientes que consumen en el restaurante Rachy’s, encontrando que se concluyó: En el estudio realizado se permitió identificar los factores importantes en la calidad del servicio como son: respuesta inmediata, trato personalizado, instalaciones, maquinarias y equipos modernos. Y se permite demostrar que existen clientes satisfechos con las instalaciones, la comida, los equipos y la confiabilidad de parte del personal. Existen clientes insatisfechos en el restaurante Rachy’s, se evidenció que el personal de servicio no brinda un trato personalizado, no se encuentran capacitados y el restaurante cuenta con pocos empleados y esto hace que el servicio no sea rápido.

2.1.1.2 Antecedentes nacionales

Sernaque (2017) el presente trabajo de investigación titulado la gestión de calidad bajo el enfoque de la calidad total en las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes del casco urbano de Chimbote, 2017, tuvo como objetivo general: determinar las características de la gestión de calidad bajo el enfoque de la calidad total en las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes del casco urbano de Chimbote, 2016. La investigación fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental – transversal, la técnica utilizada fue la encuesta, se aplicó un cuestionario de 20 preguntas dirigido a una muestra de 27 microempresas, obteniéndose los siguientes resultados, el 40.74% de los encuestados tiene el cargo de administrador de la empresa y el 48.15% de los encuestados tiene de 6 a más años en el cargo Respecto a las micro y pequeñas empresas: El 59.26% de los restaurantes tiene de 1 a 5 trabajadores en el negocio y el 59.26% de los restaurantes fueron creados con la finalidad de crear ganancias Respecto a gestión de calidad bajo el enfoque de la calidad total: En el 88.89% de los restaurantes se establece los logros, criterios y estrategias las cuales serán parte del servicio a brindar y en el 63% de los restaurantes se proporciona a sus clientes información acerca del proceso de preparación de alimentos. Y llegando a la conclusión: La mayoría de los representantes legales tienen de 6 a más años en el cargo (48.15%), en la mayoría de los restaurantes los trabajadores no son ni familiares ni amigos del propietario (44.45%) y se establece los logros, criterios y estrategias las cuales serán parte del servicio a brindar, se realiza un seguimiento

detallado de los problemas que se podrían darse en el proceso de preparación de alimentos (92.59%).

Arroyo (2015) en este trabajo de investigación titulado diseño de un modelo de gestión de la calidad basado en la herramienta EFQM para mejorar la atención al cliente del restaurante Marako's Grill S.A.C. – Chiclayo 2015-2016, cuyo objetivo general es diseñar un modelo de gestión de la calidad basado en la herramienta EFQM para mejorar la atención al cliente del restaurante Marako's Grill S.A.C. – Chiclayo 2015- 2016. En la metodología la tesis utilizó un diseño descriptivo, y tuvo como población a 22 trabajadores y personal administrativo que laboran en el Restaurante Marako's Grill S.A.C. de Chiclayo, para el recojo de la información se tomó en cuenta 2 instrumentos: encuesta y la entrevista a profundidad, en lo resultados los trabajadores no están conformes con que en el restaurante se lleve a cabo la revisión y mejora de la eficacia de su liderazgo, con respecto pocas estrategias no son utilizadas con frecuencia, sobre los recursos humanos estos son satisfactorios, en lo que concierne a las políticas de colaboraciones y alianzas no se promueven acciones de mejora con otras personas u organizaciones, no hay un acuerdo sobre los procesos definidos por el servicio especialmente lo que son clave para el desarrollo y la participación de los trabajadores, ahora bien, hay una posición neutral, con respecto a la utilización del servicio los empleados están en desacuerdo con la percepción de la sociedad sobre el servicio, y como conclusión se analizó la información sobre la gestión de la calidad en la atención al cliente del restaurante Marako's Grill S.A.C. – Chiclayo, a través de la encuesta y la entrevista, considerándola como buena y esto se refleja por el número de clientes que vuelven a consumir en el restaurante. Sin embargo, a pesar de ello, se pueden reforzar

algunos aspectos y brindar mejoras en la calidad de atención de los clientes como son: mejorar la rapidez en la atención al cliente, ya que, si bien es cierto, el porcentaje de desaprobación no es alto. Aunque la tendencia hacia la calidad debe procurar obtener resultados óptimos.

Rodriguez (2016) en este trabajo de investigación titulado gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente y la fidelización en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016, cuyo objetivo general determinar la influencia de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en la fidelización de las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro restaurantes de productos hidrobiológicos del casco urbano del distrito de Chimbote, 2016. La metodología es inductiva- deductiva, ya que esta permitió un análisis de la problemática de la investigación en los distintos lugares del mundo para por último llegar al lugar del estudio, para realizar la investigación se aplicó un cuestionario a una muestra de 266 clientes de las micro y pequeñas empresas del sector y ámbito de estudio. El enfoque de la investigación fue cuantitativo, de tipo correlacional, de nivel aplicada, de diseño no experimental transversal, y en lo resultados respecto a la gestión de calidad: los clientes consideran que el 55,6% de los dueños a veces si, a veces no supervisan que la atención sea oportuna. El 58,3% de los dueños a veces si, a veces no capacita a los trabajadores para atender a los clientes. El 64,7% considera que la elaboración de los productos casi siempre se realiza con insumos de calidad. Respecto a la atención al cliente: el 49,2% considera que el proceso de atención desde el pedido hasta la entrega casi siempre se realiza en el tiempo adecuado. El 56,8% considera que casi siempre la cevichería atiende bien a los clientes. El 64,7%

menciona que siempre el servicio y atención recibida es bueno. Respecto a la fidelización: el 67,7% nunca cambiaría la cevichería donde acostumbra comprar por otra que ofrezca precios bajos. El 81,2% está satisfecho con el servicio recibido. Se concluye que: la gestión bajo el enfoque de atención al cliente influye en la fidelización de las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro restaurantes de productos hidrobiológicos del casco urbano del distrito de Chimbote, 2016.

2.1.1.3 Antecedentes regionales

Marchán Zapata (2015) en este trabajo de investigación titulado gestión de calidad y Merchandising las mype rubro imprenta de Talara, año 2015, el objetivo general es determinar qué características tiene la gestión de calidad y Merchandising en las mype rubro imprenta de Talara, año 2015. En la metodología el diseño de la investigación es no experimental, ya que se observan los fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos. También es de corte transversal, porque recoge los datos en un momento temporal, descriptivo porque enumera las propiedades de las variables; es decir, permite estimar la magnitud y características de las variables en un momento dado, en una determinada población, en los resultados observamos, que los usuarios siempre prefieren una mejora en el diseño de interior, a la vez observamos que la mayoría no está de acuerdo con el diseño de interior de los locales. Cabe recalcar que los usos de estas técnicas se dan a un nivel amateur, puesto sus acciones si bien, han generado una percepción positiva por parte de los clientes, en otros casos han generado reacción adversa y como conclusión la gestión de calidad en las mype rubro imprenta de Talara, año 2015, ha ido evolucionando, ya que las empresas de este rubro han innovado sus

técnicas de impresión y la calidad en la atención, haciendo partícipe de esto a sus colaboradores. Se recomienda una comunicación fluida con el cliente y establecer mecanismos de comunicación directa para recoger solicitudes, inquietudes, comentarios, sugerencias, quejas etc., y de esta manera tener una idea de lo que realmente quiere el cliente. a la vez los propietarios deben comprometerse a capacitar a sus trabajadores, de tal manera que se puedan desarrollar mejores técnicas de impresión y brindar un mejor servicio. Se puede observar que no se aplican estrategias de Merchandising en las mype rubro imprenta de Talara, año 2015, puesto que en las mype estudiadas pese a la buena ubicación de los negocios, éstos no tienen la ambientación, ni cuentan con una infraestructura adecuada para realizar sus operaciones.

Mendoza Cruz (2018) la investigación denominada “Caracterización de la competitividad y gestión de calidad de las mype rubro restaurantes en Máncora, año 2018”; presentó como objetivo general determinar las características de la competitividad y gestión de calidad de las mype rubro restaurantes en Máncora, año 2018. Se empleó la metodología de tipo descriptiva y de nivel cuantitativo con diseño no experimental, de corte transversal. Las mype objeto de investigación fueron 09 restaurantes. La población fue infinita, para ambas variables estuvo conformado por los clientes de los restaurantes; determinándose una muestra de 121 clientes, se aplicó la técnica de la encuesta y el instrumento del cuestionario. Se concluye respecto a los aspectos determinantes de la competitividad; que la mayoría de clientes consideran que el éxito del restaurante depende del conocimiento y habilidades del administrador, no utilizan estrategias adecuadas para atraer más clientes, no evidencian innovación, no perciben valor agregado en el servicio.

Respecto a las ventajas competitivas; la mayoría de clientes considera que los precios de la carta están acorde a los precios de mercado, las cartas de los restaurantes no se diferencian en cuanto a las comidas, la mayoría señala que los restaurantes se diferencian en el servicio. Respecto a las funciones necesarias para la gestión de calidad; la mayoría de clientes considera que las mype si tienen conocimiento de la competencia, no perciben eficacia en la atención, no perciben motivación, califican como inadecuado el desempeño, y no le han evaluado sobre su satisfacción. Respecto a los principios de la gestión de calidad; la mayoría de clientes sienten que los restaurantes no cumplen sus expectativas y necesidades, no observan un nivel de compromiso adecuado, evidencian la falta de habilidades y conocimientos, no se muestran eficientes, no perciben mejora en el desempeño, no observan esfuerzos por fidelizarlos, y finalmente la mayoría si evidencia el cumplimiento de normativas del sector.

Medina Vargas (2018) en su investigación denominada: Caracterización de competitividad y gestión de calidad de las mype sector servicio gastronómico rubro restaurantes comida marina de talara, año 2018, en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, tuvo como objetivo general determinar la Competitividad y Gestión de Calidad de las MYPE sector servicio Gastronómico rubro Restaurantes comida marina de Talara, año 2018. La metodología empleada fue de tipo descriptiva, nivel-cuantitativo, diseño no experimental y corte transversal. La población se consideró tres unidades económicas, con 18 trabajadores, de carácter infinito para las dos variables, siendo los resultados de la muestra obtenidos, 89 clientes, utilizando la técnica de la encuesta, con el instrumento cuestionario, de los cuales se obtuvieron principalmente los siguientes resultados: el 57% de los

encuestados consideran que los restaurantes de la Av. B de Talara si manejan estándares de calidad de productos y el 43% dijeron que no. En cuanto al uso de procedimientos para la preparación de los platos a ofertar un 63% respondieron que los restaurantes de la Av. B de Talara si consideran procedimientos, el 37% dijeron que no. Concluyendo así que la Av. B de Talara utilizan ventajas competitivas como la diferenciación, y que importancia de la gestión de calidad se centra en los procedimientos, empleo y estándares de calidad, y como beneficios encuentran la satisfacción en la atención y los procesos.

2.1.2 Variable atención al cliente

2.1.2.1 Antecedentes internacionales

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”, tesis para optar el título profesional de Licenciada en Administración en la Universidad Rafael Landívar, México, quien tuvo como objetivo general: Evaluar la calidad del servicio al cliente en el restaurante Pizza Burger Diner de Gualán. La metodología que utilizo es el método Serv Qual, 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 27 expectativas. Los principales resultados y conclusiones

fueron que la dimensión con la expectativa más alta es la confiabilidad (4.66), siendo esta la más cercana a 5, que en la escala Likert utilizada, representa el valor más alto; seguido esta la dimensión de capacidad de respuesta (4.60), luego la dimensión de empatía (4.57), luego la dimensión de fiabilidad (4.53) y por último la dimensión de elementos tangibles (4.45), y concluyo que la calidad del servicio al cliente en el restaurante Pizza Burger Diner Gualán, a través de la valoración de expectativas y percepciones, según el método SerQual para calidad de servicio. Según la evaluación realizada, el Índice de Calidad del Servicio -ICS- en el restaurante Pizza Burger Diner Gualán es de -0.18, lo que indica que existe insatisfacción en los clientes por el servicio recibido. Se determinó que la brecha de insatisfacción promedio es de 0.17. En la cual la dimensión o variable con mayor insatisfacción corresponde a elementos tangibles (- 0.22), seguida por capacidad de respuesta (-0.21), empatía (0.16), fiabilidad (-0.14) y confiabilidad (-0.13). Estos valores indican que en ninguna de las cinco variables o dimensiones se superan las expectativas de los clientes. Con base a la evaluación 360° se determinó que los colaboradores comprenden las expectativas de los clientes, debido a que tienen una relación directa y permanente con ellos. Mientras que los directivos no. Según Zeithaml, Parasuraman y Berry (1993) 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.

López (2018) en su investigación denominada “Calidad del servicio y la satisfacción de los clientes del restaurante Rachy’s de la ciudad de Guayaquil”, elaborada y presentada en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil-

Ecuador, empleó una metodología de enfoque mixto, cuantitativa y cualitativa, descriptiva. Tuvo como conclusiones que el presente estudio permitió identificar los factores más importantes en cuestión a la satisfacción de los clientes: La calidad del servicio, respuesta inmediata, equipamiento moderno, instalaciones adecuadas, presentación y variedad de platillos, capacidad y eficiencia de los trabajadores y el trato personalizado. Esto quiere decir que entre los factores más importantes para garantizar la satisfacción de los comensales están la calidad del servicio, como las MYPE están comprometidas en ofrecer mejores productos a los clientes, la capacidad y eficiencia con la que atienden los trabajadores, la empatía, carisma con la que pueden brindar una mejor atención, implementar sus instalaciones para hacer más agradable la estadía de ellos , como también establecer un tiempo adecuado y prudente para entregar los platillos , la presentación que se le dé y la variedad que se le ofrezca para elegir; influye también aquellos equipos que se utilicen para hacer más rápida la elaboración y despacho de los productos.

2.1.2.2 Antecedentes nacionales

Obando (2016) realizó una investigación titulada “Caracterización de la capacitación de personal en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio- rubro restaurante de un tenedor en el distrito de San Luis- Lima, 2015”, Presentada en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote- Lima. La investigación es de tipo descriptiva, diseño no experimental transaccional. Se concluyó que los resultados se obtuvieron con respecto a la atención al cliente que el 30,1% de los encuestados manifestaron que es muy aceptable la apariencia de los empleados ya que tienen una apariencia impecable, el 41 % manifestaron que pocas veces el personal del restaurante orienta al cliente adecuadamente de acuerdo su

necesidad, el 48 % indicaron que los conocimientos de los empleados son escasos para contestar las preguntas a sus clientes y el 35 % opinaron que regularmente se establece una relación de empatía con el personal en el momento del pedido.

Antúnez (2017) en su investigación: Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes, en la universidad católica los Ángeles de Chimbote, en la ciudad de Huarney, 2016. Tuvo el siguiente problema: ¿cuáles son las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes, en la ciudad de Huarney, 2016? A su vez se planteó el siguiente objetivo general: determina las siguientes características de la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurante, en la ciudad de Huarney, 2016 y para poder conseguir su objetivo general planteo los siguientes objetivos específicos: Determinar las principales características de los gerentes o representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro restaurantes, en la ciudad de Huarney, 2016. Determinar las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurante, en la ciudad de Huarney, 2016. Metodología, utilizó el diseño no experimental, transversal – descriptivo. Esta investigación tuvo los siguientes resultados: Sexo de los representantes. El 63.6% son de género masculino. Grado de institución de representantes: El 45.5% tienen un grado de institución superior. Número de representantes: El 63.6% de las micro y pequeñas empresas tienen de 1 a 5 trabajadores. Situación legal: El 59.1 de los micros y pequeñas empresas son informales. Tiempo de permanencia de las micro y pequeñas empresas del rubro:

El 68.2% de las micro y pequeñas empresas tienen de 0 a 3 años de permanencia en el rubro. Gestión de calidad: El 59.1% si están aplicando una gestión de calidad e y el 40.9% señalan lo contrario. Conclusiones: Respecto a las principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas: La mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro restaurantes en la ciudad de Huarmey son personas adultas, ya que tienen una edad, entre 31 a 50, son de género masculino, con un grado de institución superior. Respecto a las principales características del micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurante en la ciudad de Huarmey: son informales, con un tipo de permanencia en el rubro de 0 a 3 años y de desarrollo con un personal entre 1 a 5 trabajadores. Respecto a las principales características de la gestión de la calidad en atención al cliente: La mayoría de los representantes manifiestan que están aplicando una gestión de calidad, usando la técnica de la mejora continua, así mismo para determinar la calidad en sus negocios ellos priorizan la planificación de sus actividades. En cuanto al personal la mayoría de las micro y pequeños empresarios contratan a sus colaboradores no precisamente por su competitividad, sino que prefieren dar oportunidades a familiares, convirtiéndolos así en un negocio familiar, de la misma manera en su mayoría de sus representantes no consideran importante la capacitación, puesto que no lo aplican con sus colaboradores. En cuanto a la atención al cliente, la mayoría de las Mype tienen como prioridad el buen trato al cliente para gestionar una atención de calidad, contribuyendo así al aumento de sus ventas del negocio, a su vez la mayoría dicen adecuarse a los factores externos como la innovación del producto.

2.1.2.3 Antecedentes regionales

Arena Cordova (2016) en este trabajo de investigación titulado caracterización de la satisfacción del cliente y competitividad de las mype servicio rubro pollo a la brasa La Arena, 2016, cuyo objetivo general es: Conocer las características que tiene la satisfacción del cliente y la competitividad en las mype servicio rubro pollo a la brasa C.P La Arena - Piura, 2016. En la metodología nivel descriptivo, diseño no experimental de corte transversal, siendo los resultados agrupados de acuerdo a las variables: satisfacción del cliente y competitividad, la población de la investigación está conformada por las 03 mype servicio rubro pollo a la brasa C.P La Arena-Piura (ver anexo), donde la muestra para ambas variables está conformada por los clientes de las mype. La técnica de recolección de datos es la encuesta mediante el instrumento el cuestionario. Dentro de las principales conclusiones se conoció las características que tiene la satisfacción del cliente en las mype servicio rubro pollo a la brasa C.P La Arena - Piura (ver anexo), la frecuencia de asistencia a la pollería de su preferencia, influencia en la decisión para elección de la pollería, poca satisfacción del cliente, servicio deficiente que se refleja en la mala atención, falta de promoción y descuentos, demora en el tiempo de espera del producto. en cuanto a la competitividad se aprecia que se ofrece un precio accesible sin embargo no supera las expectativas del cliente, no está abierto a los cambios en el entorno, la calidad de productos y/o servicios de acuerdo a la mayoría de los encuestados es regular, no cuenta con mobiliario adecuado y la limpieza es deficiente.

Almestar Adrianzén (2017) realizo una investigación titulada “Caracterización de la competitividad y atención al cliente en las mype del rubro pollerías en la

urbanización Ignacio Merino- Piura, año 2017, tesis presentada en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, tuvo como objetivo general determinar las características que tiene la competitividad y atención al cliente en las MYPE del rubro pollería en la urb. Ignacio Merino I y II etapa- Piura año 2017, empleo la metodología de tipo descriptiva, nivel cuantitativo, diseño no experimental de corte transversal siendo una muestra en la cual obtuvo 385 personas. Se llegó a concluir Al referirse a las necesidades de los clientes, se determina que la gran mayoría de clientes satisfacen sus necesidades; asimismo se determina que la gran mayoría de las MYPE no cuentan con libros de reclamaciones, además consideran que los precios están acorde con la calidad de servicio recibida, tampoco existe una evaluación sobre 133 la satisfacción de los clientes en la mayoría de las MYPE, por otro lado en relación a la frecuencia de visita la mayoría asiste semanalmente y quincenalmente; la mayoría de los clientes manifiesta que si volverían a la pollería; y que recomendarían la pollería. En cuanto al nivel de satisfacción; la mayoría de clientes manifiestan que el servicio cumple sus expectativas; por otro lado se identifica que no existe una atención personalizada en la mayoría de las MYPE; en cuanto al nivel de satisfacción la mayoría de clientes se muestra satisfecho; asimismo los clientes no se consideran clientes frecuentes de las pollerías; y además consideran que la mitad de las MYPE del sector no cuentan con los recursos adecuados de atención; además se identificó que los clientes consideran que el tiempo de espera promedio es 10 minutos.

2.2.- Bases teóricas de la investigación

2.2.1.- Gestión de la Calidad

La gestión de la calidad es el conjunto de acciones, planificadas y sistemáticas, que son necesarias para proporcionar la confianza adecuada de que un producto o servicio va a satisfacer los requisitos dados sobre la calidad.

Los grandes compradores se dieron cuenta que para garantizar que sus proveedores les enviaran los productos cumpliendo sus especificaciones, era necesario que organizaran y documentaran todos aquellos aspectos de su organización que pudieran influir en la calidad del producto que les suministraban. Todo ello debía estar sistematizado y documentado, y por ello empezaron a obligar a sus proveedores a garantizar la calidad. (Calidad ISO 9001, 2013).

La gestión de calidad, denominada también como sistema de gestión de la calidad, es aquel conjunto de normas correspondientes a una organización, vinculadas entre sí y a partir de las cuales es que la empresa u organización en cuestión podrá administrar de manera organizada la calidad de la misma. La misión siempre estará enfocada hacia la mejora continua de la calidad. (Calidad ISO 9001, 2013).

2.2.1.1 Sistema de la gestión de calidad

El sistema de gestión de la calidad (SGC) es un conjunto de elementos mutuamente relacionados, que interactúan entre sí, con la finalidad de dirigir y controlar diferentes mecanismos para el cumplimiento de los objetivos y la política de calidad institucional. La calidad representa el grado de satisfacción del usuario ante los servicios recibidos; vale decir, los servicios recibidos cumplen con sus expectativas.

Gracias a la implementación de un sistema de gestión de la calidad, la organización demuestra y garantiza su capacidad para brindar de forma eficaz productos o servicios que satisfacen los requisitos del usuario en correcto cumplimiento de los reglamentos y normas aplicables.

Además, el SGC promueve al interior de la institución la adopción de un enfoque basado en procesos y estimula la mejora continua, incentiva a la participación y aumenta la motivación y eficiencia del personal, lo que permite garantizar la capacidad para brindar servicios acordes con las demandas de los usuarios y aumentar la satisfacción de los mismos. (Interior, 2016).

Un sistema de gestión de calidad es una herramienta que le permite a cualquier organización planear, ejecutar y controlar las actividades necesarias para el desarrollo de la misión, a través de la prestación de servicios con altos estándares de calidad, los cuales son medidos a través de los indicadores de satisfacción de los usuarios.

La adopción de un sistema de gestión de calidad orientado a procesos posibilita beneficios para el cliente:

- Recibe servicios oportunos, eficientes y de calidad.
- Ahorra esfuerzos y dinero al no tener que repetir pasos y documentación.

(Anónimo, Universidad Cooperativa de Colombia, 2018).

Los sistemas de gestión de la calidad “son un conjunto de normas y estándares internacionales que se interrelacionan entre sí para hacer cumplir los requisitos de calidad que una empresa requiere para satisfacer los requerimientos acordados con sus clientes a través de una mejora continua, de una manera ordenada y sistemática”

(sistemas y calidad total, 2011). “Los estándares internacionales contribuyen a hacer más simple la vida y a incrementar la efectividad de los productos y servicios que usamos diariamente”. Nos ayudan a asegurar que dichos materiales, productos, procesos y servicios son los adecuados para sus propósitos. (sistemas y calidad total, 2011).

“Existen varios Sistemas de Gestión de la Calidad que, dependiendo del giro de la organización, es el que se va a emplear. Todos los sistemas se encuentran normados bajo un organismo internacional no gubernamental llamado ISO, International Organization for Standardization” (sistemas y calidad total, 2011). ISO se encuentra integrada por representantes de organismos de estándares internacionales de más de 160 países, teniendo como misión:

1. Promover el desarrollo de la estandarización.
2. Facilitar el intercambio internacional de productos y servicios.
3. Desarrollo de la cooperación en las actividades intelectuales, científicas, tecnológicas y económicas a través de la estandarización. (sistemas y calidad total, 2011).

Se denomina sistema de gestión de calidad al 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.

El sistema de gestión de calidad, 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.

Un elemento clave en la gestión de calidad es el capital humano. “El sistema de gestión de calidad debe contemplar la formación y el control de los trabajadores para que éstos desarrollen sus funciones de manera exitosa” (sistemas y calidad total, 2011). “El sistema de gestión de calidad también debe analizar el funcionamiento de las máquinas y de los dispositivos empleados por la compañía para lograr que la alcance la más alta calidad posible”. Es importante destacar que, con un sistema de gestión de calidad eficiente, el cliente obtiene productos y/o servicios acordes a sus requerimientos, eliminando su necesidad de realizar reclamos y perder tiempo. Un cliente satisfecho con la calidad de lo adquirido, además, volverá a confiar en las propuestas de la compañía en cuestión. (Gardey, 2016).

Un sistema de gestión de calidad permite tener una guía para abordar procesos que sirven a múltiples propósitos dentro de una organización, por ejemplo:

1. Mejorar los procesos
2. Reducir desperdicios
3. Bajar costos
4. Facilitar e identificar oportunidades de capacitación
5. Generar compromiso entre el personal
6. Establecer la dirección adecuada de la organización

“El camino recorrido por los sistemas de gestión de calidad va de la influencia industrial a una priorización de la calidad y la estandarización de procesos” (Martínez, 2017).

2.2.1.2 Principios de gestión de la calidad

La norma se basa en ocho principios de gestión de la calidad. El comité técnico ISO/TC 176 (2008) los define de la siguiente manera:

- 1. Liderazgo:** “los líderes establecen la unidad de propósito y la orientación de la organización. estos deben crear y mantener un ambiente interno en el cual el personal pueda involucrarse por completo en el logro de los objetivos de la empresa” (Lizarzaburu Bolaños, 2015).
- 2. Participación del personal:** “el personal constituye la esencia de una organización. su compromiso total posibilita que sus habilidades sean usadas para el beneficio de la empresa” (Lizarzaburu Bolaños, 2015).
- 3. Enfoque basado en procesos:** “un resultado deseado se alcanza con más eficiencia cuando las actividades y los recursos relacionados se gestionan como un proceso” (Lizarzaburu Bolaños, 2015).
- 4. Enfoques del sistema para la gestión:** “identificar, entender y gestionar los procesos interrelacionados como un sistema contribuye a la eficacia y eficiencia de una organización en el logro de sus objetivos” (Lizarzaburu Bolaños, 2015). “El fin último que se persigue es el logro de los objetivos marcados; para ellos será necesario que la empresa detecte y gestione de forma correcta todos los procesos interrelacionados” (anónimo, nueva iso 9001:2015, 2017).

Beneficios clave:

- Integración y alineación de los procesos que alcanzarán mejor los resultados deseados.
- La capacidad para enfocar los esfuerzos en los procesos principales.

Proporcionar confianza a las partes interesadas en la coherencia, eficacia y eficiencia de la Organización.

(Madriz, 2005).

5. Mejora continua: “la mejora continua del desempeño global de la organización debe ser su objetivo permanente” (Lizarzaburu Bolaños, 2015).

La mejora continua de los procesos se consigue con el ciclo PHVA:

Planificar: “Se establecen objetivos y se identifican los procesos necesarios para lograr unos determinados resultados de acuerdo a las políticas de la organización” (Lizarzaburu Bolaños, 2015).

Hacer: “Consiste en la implementación de los cambios o acciones necesarias para lograr las mejoras planteadas” (Lizarzaburu Bolaños, 2015).

Verificar: “Aquí se establece un periodo de prueba para medir y valorar la efectividad de los cambios. Se trata de una fase de regulación y ajuste” (Lizarzaburu Bolaños, 2015).

Actuar: “Se realizan las correcciones y modificaciones necesarias. Se toman las decisiones y acciones pertinentes para mejorar continuamente el desarrollo de los procesos” (Lizarzaburu Bolaños, 2015).

6. Enfoque basado en hechos para la toma de decisiones: “las decisiones eficaces se basan en el análisis de datos e información” (Lizarzaburu Bolaños, 2015).

Las decisiones se basan en el análisis de los datos y la información. “Lo que no se puede medir no puede ser controlado, y lo que no se puede controlar es un caos. Esto no se nos puede ayudar” (anónimo, nueva iso 9001:2015, 2017).

Las decisiones eficaces se basan en el análisis de los datos y la información.

Beneficios clave:

- Decisiones basadas en información.
- Aumento de la capacidad para demostrar la eficacia de decisiones anteriores a través de la referencia a evidencia objetiva y documentada.
- Aumento de la capacidad para revisar, cuestionar y cambiar las opiniones y decisiones.

(Madriz, 2005).

7. Relaciones beneficiosas con el proveedor: una organización y sus proveedores son interdependientes. una relación mutuamente beneficiosa aumenta la capacidad de ambos para crear valor. (Lizarzaburu Bolaños, 2015).

Una empresa y sus proveedores son interdependientes, y una relación beneficiosa para aumentar la capacidad de ambos para crear valor. Es necesario desarrollar alianzas estratégicas con los proveedores para ser mucho más competitivos y mejorar la productividad y la rentabilidad. Durante las alianzas, gana tanto la empresa como los proveedores. Adoptar un sistema de gestión de

calidad debe ser una decisión estratégica que tome la dirección de cada empresa. el diseño y la implantación de un sistema de gestión de calidad de una empresa que se encuentra influido por la naturaleza de cada empresa, por sus necesidades, por sus objetivos particulares, por los servicios que proporciona, por los procesos que emplea y por el tamaño y la estructura de la misma. El éxito de una empresa se consigue mediante la implementación y el mantenimiento del sistema de gestión de calidad diseñado para mejorarlo de forma continua. (anónimo, nueva iso 9001:2015, 2017).

Beneficios clave:

- Aumento de la capacidad de crear valor para ambas partes.
- Flexibilidad y rapidez de respuesta de forma conjunta a un entorno cambiante o a las necesidades y expectativas del Cliente
- Optimización de costos y recursos.

(Madriz, 2005).

2.2.2.- Atención al cliente

Se designa con el concepto de atención al cliente a aquel servicio que prestan las empresas de servicios o que comercializan productos, entre otras, a sus clientes, en caso que estos necesiten manifestar reclamos, sugerencias, plantear inquietudes sobre el producto o servicio en cuestión, solicitar información adicional, solicitar servicio técnico, entre las principales opciones y alternativas que ofrece este sector o área de las empresas a sus consumidores. (Pérez, s.f.)

2.2.2.1 Estrategias de atención al cliente

La atención al cliente es vital para la buena marcha de cualquier organización. El cliente, que siempre ha de estar en el centro de nuestro compromiso y acción, debe sentir que se le atiende de manera ágil, amable y correcta y, sobre todo, que sus expectativas se vean superadas.

La atención al cliente engloba a todos aquellos procesos y departamentos que interactúan con el cliente o consumidor. Sin embargo, casi siempre se designa con este concepto al servicio o departamento que se comunica directamente con los clientes, donde éstos pueden dirigirse para ampliar información, solicitar algún servicio técnico, poner reclamaciones, sugerencias, etc.

Las estrategias para mejorar la atención al cliente, encontramos diversos estudios afirman que un gran número de usuarios se sienten insatisfechos cuando tienen que tratar con las empresas que les prestan un servicio. Muchos de ellos se sienten incomprendidos, desatendidos, cuando no directamente ignorados. ¿No es el caso de tus clientes? ¡Nos alegramos! Probablemente estés haciendo las cosas bien. Pero debes saber que, aunque el servicio de atención al cliente de tu empresa sea bueno, siempre podría ser aún mejor.

(Izquierdo, 2017).

1. **El cliente es lo primero:** “Es una obviedad, pero casi debería ser repetido como un mantra por toda la organización, y especialmente por los trabajadores ligados al servicio de atención al cliente” (Izquierdo, 2017).
2. **Escuchar, escuchar y escuchar:** “Escuchar de manera activa significa que el receptor se prepara para escuchar, se concentra en aquello que dice el emisor y

que está listo para proporcionar respuestas” (Izquierdo, 2017). La escucha activa es, quizá, el factor más significativo para el éxito del proceso de atención al cliente. alguna recomendación para trabajar la escucha activa en la atención al cliente serían:

- Trabajar la concentración, evitando distracciones
- Escuchar hasta el final de la argumentación del emisor.
- En el caso de tener que hacer preguntas para averiguar más información, deben formularse de manera que se transmita nuestro interés al cliente.
- No interrumpir al cliente mientras nos está explicando su problema, queja o petición.
- Reflexionar previamente sobre cómo vas a tratar de ayudar al cliente, evitando dar soluciones prematuras poco pensadas.
- Ser empático, intentando entender las emociones del emisor.

(Izquierdo, 2017)

3. Transmitir una imagen: es importante transmitir una imagen ligada a algunos valores como los siguientes:

- Confianza.
- Diligencia y profesionalidad
- Credibilidad.
- Amabilidad y simpatía.

En comunicación no sólo es importante qué se dice, sino cómo se dice, además de la comunicación no verbal. “Cómo nos comuniquemos y qué pasos emprendamos para da respuesta al cliente, en cuánto tiempo y con qué resultado serán las piedras angulares para alcanzar una imagen con los valores descritos” (Izquierdo, 2017).

4. Actuar: “No consiste tan sólo en escuchar al cliente de manera activa y cortes sino también en seguir el procedimiento para solventar el problema” (Izquierdo, 2017). Es decir, tomar nota de su necesidad, incidencia o petición y resolverla. además, esta actuación debe ser:

- Ágil.
- Simple, que no le complique la vida al cliente.
- Eficiente. Resolver el problema con el mínimo volumen de recursos.

5. Hacer que el servicio de atención al cliente sea muy accesible: “Esto es tanto para la accesibilidad de lugar o espacio como de tiempo. acceder al servicio ha de ser un proceso fácil, mucho mejor si es multicanal y con un horario de atención amplio” (Izquierdo, 2017).

6. Cumplir con todo lo que se promete: de lo contrario tendremos clientes frustrados que perjudicarán nuestra reputación. en la actualidad el cliente tiene muchas vías de transmitir su frustración. de hecho, tiene tanta potencia su opinión que actualmente, en la toma de decisiones de los clientes, el factor que más peso tiene es precisamente qué opinan sobre la empresa, producto o servicio otros clientes.

(Izquierdo, 2017)

2.2.2.2 Factores que influyen en la atención al cliente

El futuro de tu empresa depende, en último término, de que tus clientes compren y repitan sus compras. ¿Por qué repiten? Porque quedaron satisfechos, recibieron de tu empresa lo que esperaban o superaste sus expectativas.

Por tanto, lo verdaderamente importante es la valoración personal que tu cliente hace del servicio/producto que compra. Si queda contento, has ofrecido un servicio de calidad.

Los clientes suelen evaluar la calidad de servicio que reciben sobre la base de algunos factores. Considerados en su conjunto, conforman la evaluación total que el cliente hace de la calidad del servicio que recibe, por tanto, una sola acción no mejorará su evaluación. “Tampoco olvides que cada cliente es distinto y requiere de diferentes estrategias para ofrecerle el servicio más adecuado a sus necesidades y demandas” (Verdú, 2013).

La atención al cliente es la encargada de humanizar a la empresa, estableciendo una íntima relación con sus clientes que promueve la fidelidad y lealtad entre ambos.

Algunos factores influyentes en la atención al cliente:

- 1. Sociabilidad:** la atención al cliente requiere la capacidad de interrelacionarse con las personas, saber entablar una conversación amigable y demostrar tener un genuino interés en las personas.
- 2. Comunicación clara y directa:** se debe establecer una sana comunicación con nuestros clientes, donde se tome en cuenta las fortalezas de la empresa y los beneficios que se puede ofrecer en cada caso.

3. **Honestidad:** nunca debemos engañar a un cliente, recuerda siempre que la expectativa que le vendes debe ser cumplida a cabalidad, un cliente decepcionado es un cliente perdido.
4. **Conocimiento del cliente:** conoce a tu cliente, mantente informado sobre sus actividades y gustos. anticiparse a lo que quiere el cliente y ser proactivo puede darte una ventaja frente a otras empresas que ofrezcan el mismo servicio.
5. **Se creativo y efectivo:** preséntale a tu cliente soluciones novedosas y de una manera rápida y efectiva. hazle sentir que la satisfacción de sus necesidades es tu prioridad. (Anónimo, sodexo vida profesional, 2013).

III. Hipótesis

Según el autor Hernández, Fernandez y Baptista (2014) en su libro metodologías de la investigación (5° edición) nos menciona que en “no todas las investigaciones cuantitativas se deben plantear hipótesis; el hecho de que formulemos o no hipótesis depende de un factor esencial: el alcance inicial del estudio” (p. 92). Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren, esto es, su objetivo no es indicar cómo se relacionan éstas.

IV.- Metodología

4.1.- Diseño de la investigación

El tipo de la investigación fue cuantitativo. Según Hernández (2012) es aquella que utiliza predominantemente información de tipo cuantitativo directo. “El enfoque cuantitativo (...) es secuencial y probatorio. Cada etapa precede a la siguiente y no podemos “brincar o eludir” pasos, el orden es riguroso, aunque, desde luego, podemos redefinir alguna fase” (Hernández, Fernández y Baptista, 2013, p. 4).

El nivel de la investigación fue descriptivo. Según Martínez (2018) nos dice que la investigación descriptiva o método descriptivo de investigación es el procedimiento usado en ciencia para describir las características del fenómeno, sujeto o población a estudiar. Al contrario que el método analítico, no describe por qué ocurre un fenómeno, sino que se limita a observar lo que ocurre sin buscar una explicación. (Martínez, 2018).

Además, empleó el diseño transversal, ya que existió una delimitación del tiempo. Según lo establecido por Hernández et al. (2013): “Los diseños de investigación transeccional o transversal recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado” (p. 151).

Muestra → Observación

Donde:

M: Muestra determinada

O: Variables establecidas

4.2.- El universo y muestra

4.2.1 Universo

P1: Para la variable gestión de calidad la población de estudio considerada estuvo conformada por los trabajadores de Tonderos Restobar, por lo cual se considera una población finita en el cual es $N= 10$.

P2: Para la variable atención al cliente, estuvo conformada por los clientes de Tonderos Restobar, por cual fue considerada infinita.

4.2.2 Muestra

M1: Para la variable gestión de calidad la muestra estuvo conformada por los 10 trabajadores de Tonderos Restobar.

M2: Para la variable atención al cliente estuvo conformada por los clientes de Tonderos Restobar, siendo una población infinita se tomó en cuenta una muestra de 68 clientes.

Para determinarlo se empleò la siguiente fórmula:

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

$Z = 1.645$ (Nivel de confianza – 90%)

$P = 50\% = 0.5$ (probabilidad positiva de respuesta)

$Q = 50\% = 0.5$ (probabilidad negativa de respuesta)

$E = 10\% = 0.10$ (margen de error aceptado)

$$n = \frac{1.65^2 * 0.5 * 0.5}{0.1^2}$$

$$n = \frac{2.7225 * 0.5 * 0.5}{0.01}$$

$$n = \frac{0.680625}{0.01}$$

$$n = 68.0625$$

$$n = 68 \text{ clientes.}$$

4.3.- Definición y operacionalización de variables

Cuadro 1. Matriz de operacionalización

Variables	Dimensión	Sub dimensiones	Indicadores	Ítems	Instrumento
Gestión de calidad Según ISO 9001 (2013) la gestión de calidad es el conjunto de acciones, planificadas que son necesarias para proporcionar la confianza adecuada de que un producto o servicio va a satisfacer los requisitos dados sobre la calidad	Principios de la gestión de calidad	Liderazgo	Logro de objetivos	¿La empresa tiene establecidos objetivos empresariales?	C U E S T I O N A R I O
		Participación del personal	Compromiso del personal	¿La organización toma en cuenta su participación en el desarrollo de las actividades?	
		Enfoque basado en procesos	Procesos adecuados	¿Toman en cuenta documentos para el control de sus procesos?	
		Enfoque del sistema para la gestión	Relacionar los procesos	¿Considera que los procesos realizados se relacionan entre sí para formar un sistema?	
		Mejora continua	Planificar	¿Se establecen políticas que garanticen el cumplimiento de los objetivos?	
			Hacer	¿Considera que se deben implementar cambios en la organización?	
			Verificar	¿Existe una persona encargada de supervisar sus funciones?	
			Actuar	¿Se han realizado modificaciones para garantizar la mejora continua?	
Toma de decisiones	Análisis de datos	¿Considera que la organización realiza un correcto análisis de información?			
Relaciones con el proveedor	Alianzas estratégicas	¿La organización cuenta con alianzas estratégicas?			

Cuadro 2. Matriz de operacionalización de la variable atención al cliente

Variables	Dimensión	Indicador	Ítems	Instrumento
<p>ATENCIÓN AL CLIENTE Tiene como concepto a aquel servicio que prestan y proporcionan las empresas de servicios o aquellas que comercializan productos a sus clientes para comunicarse directamente con ellos</p>	Estrategias	El cliente es lo primero	¿Considera que lo atendieron de la manera correcta?	<p style="text-align: center;">C U E S T I O N A R I O</p>
		Escuchar al cliente	¿El encargado de su atención se mostró empático?	
		Trasmitir una imagen	¿La empresa le transmite la confianza necesaria para garantizar su retorno?	
		Accesibilidad al servicio	¿Considera que el restobar es de fácil acceso?	
			¿El restobar posee un horario de atención adecuado?	
	Cumplir con lo que se promete	¿Considera que el tiempo que espera para ser atendido es el correcto?		
	Factores	Sociabilidad	¿Se muestra el interés en atenderlo?	
		Comunicación clara y directa	¿La atención del personal es cordial y agradable?	
		Honestidad	¿Considera que la empresa cumple con la capacidad de exceder sus expectativas?	
		Conocimiento	¿Los meseros muestran tener conocimiento acerca de la variedad de platos ofrecidos?	

4.4.- Técnicas e instrumentos de recolección de datos

4.4.1 Técnicas:

La técnica que se utilizó para este trabajo de investigación con el cual recolectamos la información fue la encuesta, la cual fue dirigida a los 10 trabajadores y 68 clientes de la empresa, y nos permitió así obtener datos e información necesaria para la investigación

4.4.2 Instrumentos:

El instrumento que se utilizó para este trabajo de investigación fue un cuestionario que constó de 20 preguntas, el cual fue aplicado y nos permitió obtener y recolectar la información de acuerdo a las variables de la gestión de calidad y la atención al cliente en la MYPE “TONDEROS RESTOBAR” distrito de Sullana, año 2018.

4.5.- Plan de análisis

En el plan de análisis de los datos recolectados en este trabajo de investigación se utilizó la estadística descriptiva, con la cual se recogió la información con respecto a las variables, mediante el uso de la encuesta y el cuestionario y elaborándose tablas de distribución de frecuencias absolutas y relativas porcentuales y gráficos estadísticos de las variables en estudio, procesando los datos en el MS Word, MS Excel y el programa estadístico SPSS para el procesamiento de datos; con la finalidad de entender la información fácilmente y resumida.

4.6.- Matriz de consistencia

Cuadro 3. Matriz de consistencia

Planteamiento del problema	Objetivos	variables	Universo y muestra	Diseño	Instrumentos
<p>¿Cuáles son las características de la gestión de calidad y atención al cliente en “Tonderos Restobar” distrito de Sullana, año 2018?</p>	<p>Objetivo General: Determinar las características de Gestión de calidad y Atención al cliente en “Tonderos Restobar” distrito de Sullana, año 2018.</p> <p>Objetivos Específicos:</p> <p>a) Identificar los principios de la gestión de calidad utilizados en la MYPE “Tonderos Restobar” distrito de Sullana, año 2018.</p> <p>b) Describir las estrategias de atención al cliente en la MYPE “Tonderos Restobar” distrito de Sullana, año 2018.</p> <p>c) Identificar los factores que influyen en la atención al cliente en la MYPE “Tonderos Restobar” distrito de Sullana, año 2018.</p>	<p>GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE</p>	<p>Población:</p> <p>P1: Para la variable gestión de calidad la población de estudio considerada estuvo conformada por los trabajadores de Tonderos Restobar, por lo cual se considera una población finita en el cual N= 10.</p> <p>P2: Para la variable atención al cliente, estuvo conformada por los clientes de Tonderos Restobar, por cual fue considerada infinita.</p> <p>Muestra:</p> <p>M1: Para la variable gestión de calidad la muestra estuvo conformada por los 10 trabajadores de Tonderos Restobar.</p> <p>M2: Para la variable atención al cliente estuvo conformada por los clientes de Tonderos Restobar, siendo una población infinita se tomó en cuenta una muestra de 68 clientes.</p>	<p>Tipo de investigación: Cuantitativo</p> <p>Nivel de investigación: Descriptivo</p> <p>Diseño: No experimental – transversal</p>	<p>C U E S T I O N A R I O</p>

4.7.- Principios éticos

El presente trabajo se realizó bajo los siguientes principios éticos:

Libre participación y derecho a estar informado: Las personas que desarrollan actividades de investigación tienen el derecho a estar bien informados sobre los propósitos y finalidades de la investigación que desarrollan, o en la que participan; así como tienen la libertad de participar en ella, por voluntad propia. (Uladech, 2019)

En toda investigación se debe contar con la manifestación de voluntad, informada, libre, inequívoca y específica; mediante la cual las personas como sujetos investigados o titular de los datos consiente el uso de la información para los fines específicos establecidos en el proyecto.

Justicia: El investigador debe ejercer un juicio razonable, ponderable y tomar las precauciones necesarias para asegurar que sus sesgos, y las limitaciones de sus capacidades y conocimiento, no den lugar o toleren prácticas injustas. Se reconoce que la equidad y la justicia otorgan a todas las personas que participan en la investigación derecho a acceder a sus resultados. (Uladech, 2019)

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. Resulta especialmente relevante cuando, en función de las normas deontológicas de su profesión, se evalúan y declaran daños, riesgos y beneficios potenciales que puedan afectar a quienes participan en una investigación. Asimismo, deberá mantenerse la integridad científica al declarar los conflictos de interés que pudieran afectar el curso de un estudio o la comunicación de sus resultados. (Uladech, 2019)

V.- Resultados

5.1 Resultados de la investigación

5.1.1 Variable gestión de calidad

Tabla 1.
La empresa tiene establecidos objetivos empresariales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	1	10,0	10,0	10,0
	Si	9	90,0	90,0	100,0
	Total	10	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores

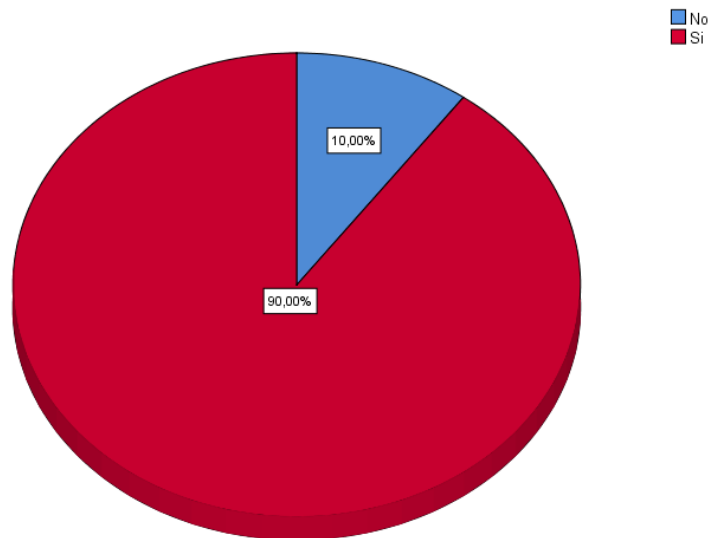


Figura 1. Gráfico circular de los objetivos de la empresa

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

Del total de trabajadores encuestados, el 90% respondió que la empresa si tiene objetivos empresariales establecidos, en tanto el 10% respondió que la empresa no cuenta con este criterio requerido; por lo tanto, se deduce que la mype cumple con el principio del liderazgo, al poder lograr con los objetivos empresariales planteados

Tabla 2.

La organización toma en cuenta su participación en el desarrollo de las actividades

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	3	30,0	30,0	30,0
	Si	7	70,0	70,0	100,0
	Total	10	100,0	100,0	

Fuente: encuesta aplicada a los trabajadores

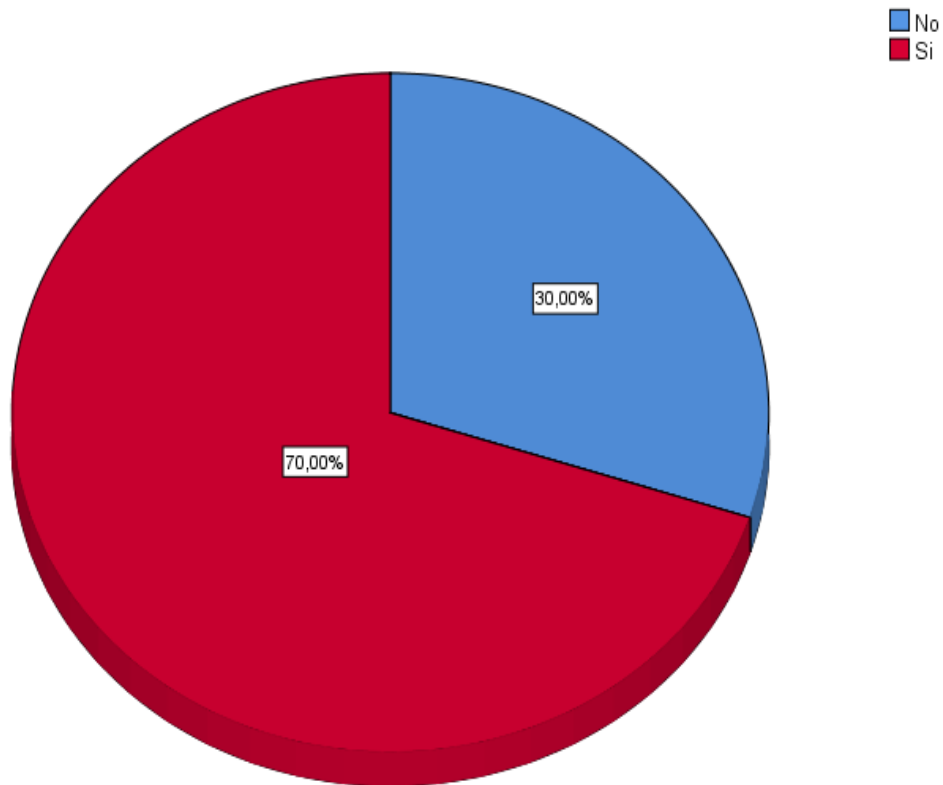


Figura 2: Grafico circular de la participación del personal

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

De los 10 trabajadores encuestados, el 70% consideró que, sí se toman en cuenta su participación en el desarrollo de las actividades, mientras que el 30% respondió lo contrario; por lo tanto se concluye que en la mype se aplica la participación del personal al involucrarlos activamente en la toma de decisiones.

Tabla 3.
Toman en cuenta documentos para el control de sus procesos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	3	30,0	30,0	30,0
	Si	7	70,0	70,0	100,0
	Total	10	100,0	100,0	

Fuente: encuesta aplicada a los trabajadores

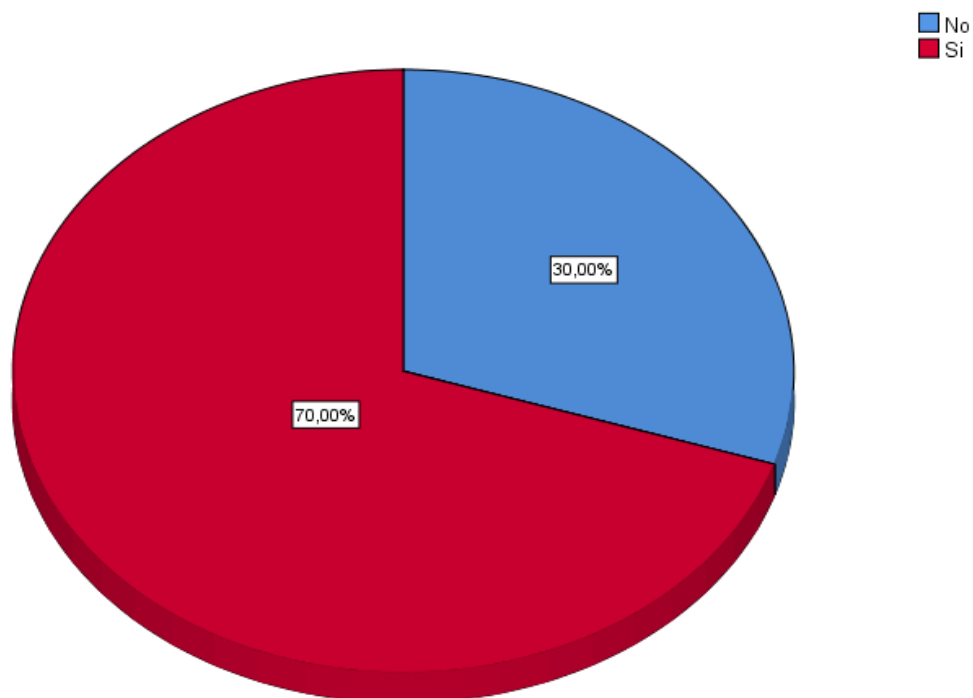


Figura 3: Gráfico circular del enfoque basado en procesos

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

Del total de los trabajadores encuestados el 70% de ellos respondió que en la empresa en estudio si toman en cuenta documentos para el control de sus procesos, en tanto el 30% restante respondió que no cuentan con este requisito. Por lo tanto, se concluye que la mype enfatiza el enfoque basado en procesos debido al control que ejercen al manejar sus procesos.

Tabla 4.

Considera que los procesos realizados se relacionan entre sí para formar un sistema

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	3	30,0	30,0	30,0
	Si	7	70,0	70,0	100,0
	Total	10	100,0	100,0	

Fuente: encuesta aplicada a los trabajadores

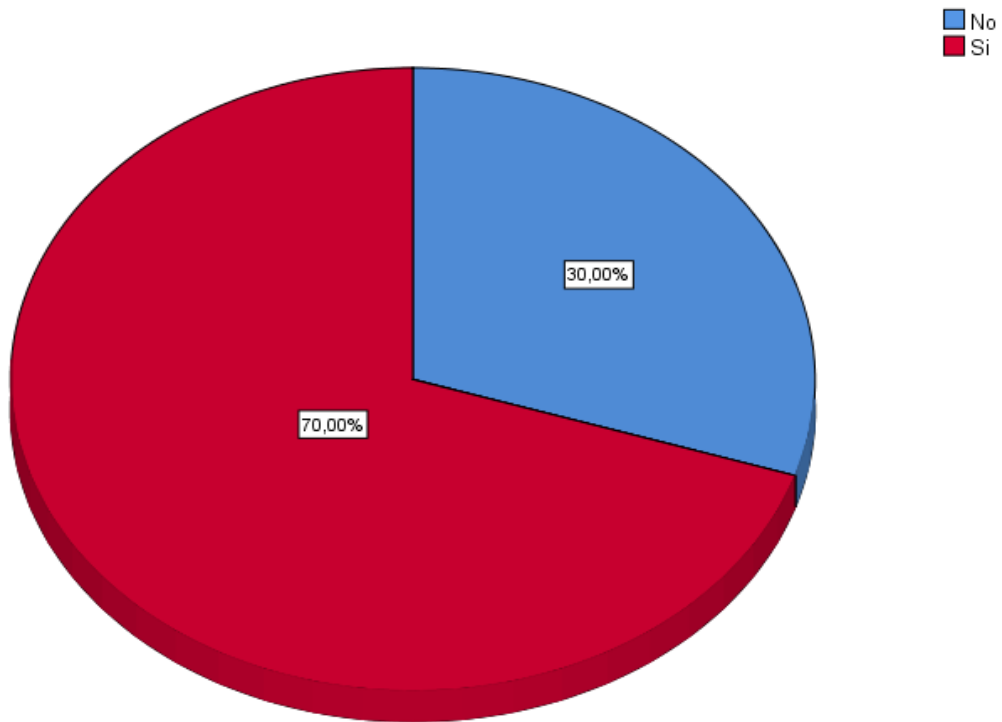


Figura 4: Gráfico circular del enfoque del sistema para la gestión

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

Del total de encuestados 70% de ellos dieron por respuesta que, sí consideran que los procesos realizados se relacionan entre sí para formar un sistema, mientras que, el 30% restante respondieron que no. Por lo tanto, se concluye que la mype establece una relación entre sus procesos para formar un sistema.

Tabla 5.
Se establecen políticas que garanticen el cumplimiento de los objetivos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	2	20,0	20,0	20,0
	Si	8	80,0	80,0	100,0
	Total	10	100,0	100,0	

Fuente: encuesta aplicada a los trabajadores

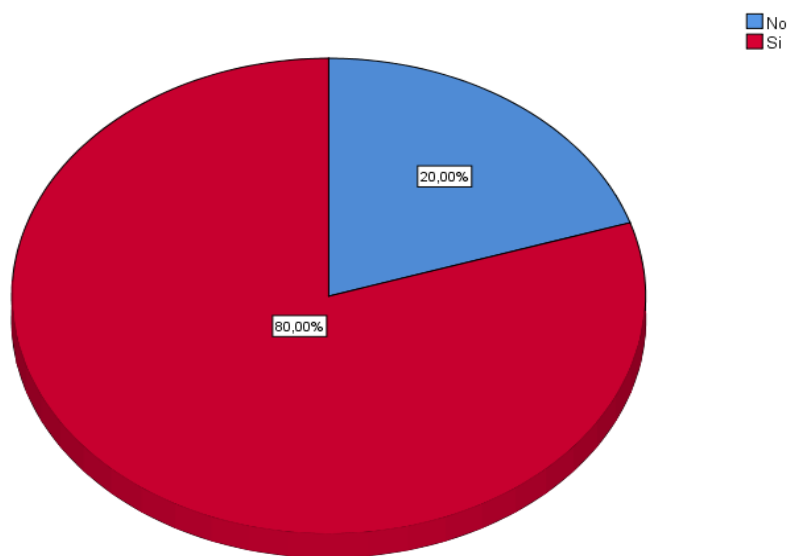


Figura 5: Gráfico circular de la planificación para la mejora continua

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

Del total de trabajadores encuestados el 80% de ellos respondió que, sí se establecen políticas que garanticen el cumplimiento de los objetivos, mientras que el 20% restantes respondió que no; por lo tanto, se concluye que la mype cuenta con un plan de mejora continua, con el cual se evidencia la planificación de políticas para el cumplimiento de los objetivos.

Tabla 6.
Considera que se deben implementar cambios en la organización

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	3	30,0	30,0	30,0
	Si	7	70,0	70,0	100,0
	Total	10	100,0	100,0	

Fuente: encuesta aplicada a los trabajadores

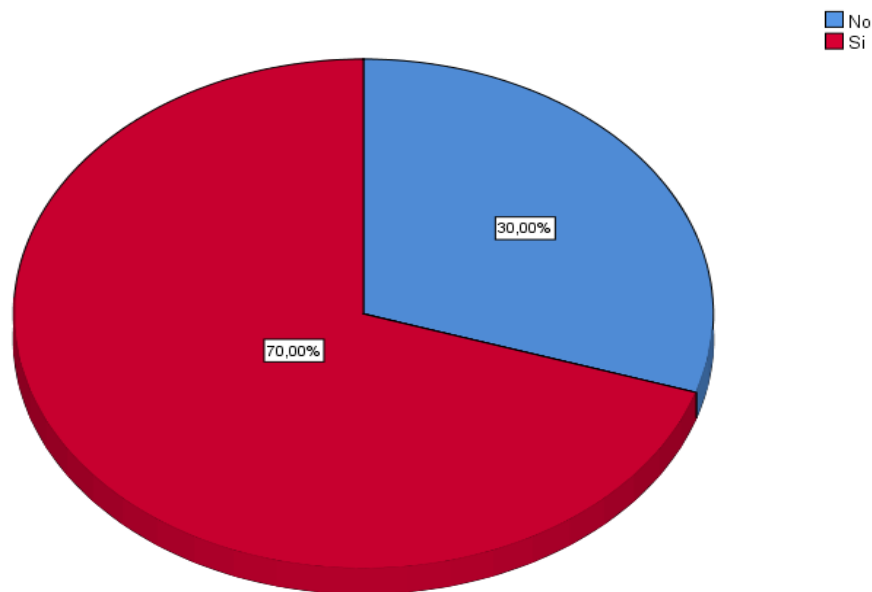


Figura 6: Gráfico circular de implementación de cambios para la mejora continua

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

Del total de trabajadores encuestados, el 70% afirmó que, sí considera que se deben implementar cambios en la organización, mientras que un 30% restante respondió que no; por lo tanto, se concluye que la mype cuenta con un plan de mejora continua, con el cual se evidencia al mostrar que se cumple con dicho plan, al implementar cambios en la organización.

Tabla 7.
Existe una persona encargada de supervisar sus funciones

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	10	100,0	100,0	100,0

Fuente: encuesta aplicada a los trabajadores

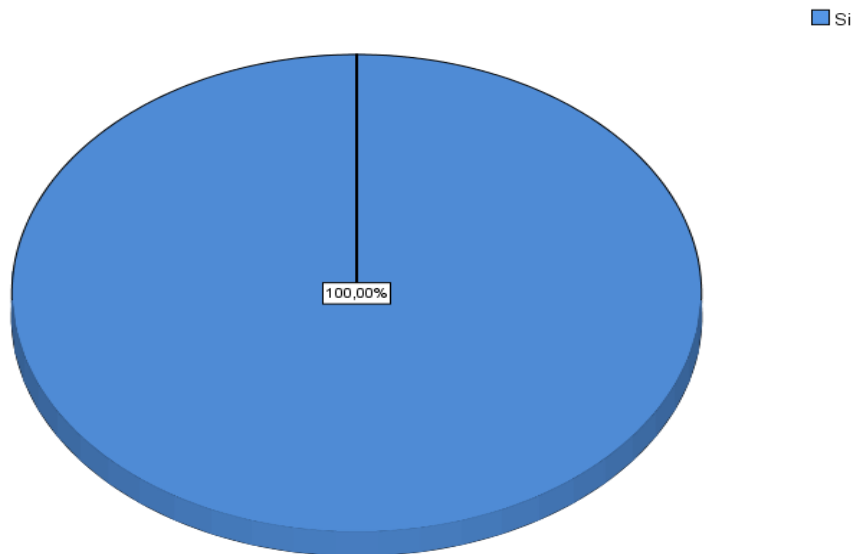


Figura 7: Gráfico circular de verificación de las actividades para la mejora continua

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

Del total de trabajadores encuestados, el 100% respondió que sí existe una persona encargada de supervisar sus funciones; por lo tanto, se concluye que la mype cuenta con un plan de mejora continua, con el cual se evidencia la verificación mediante la supervisión constante que se realiza en la mype.

Tabla 8.
Se han realizado modificaciones para garantizar la mejora continua

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	10	100,0	100,0	100,0

Fuente: encuesta aplicada a los trabajadores

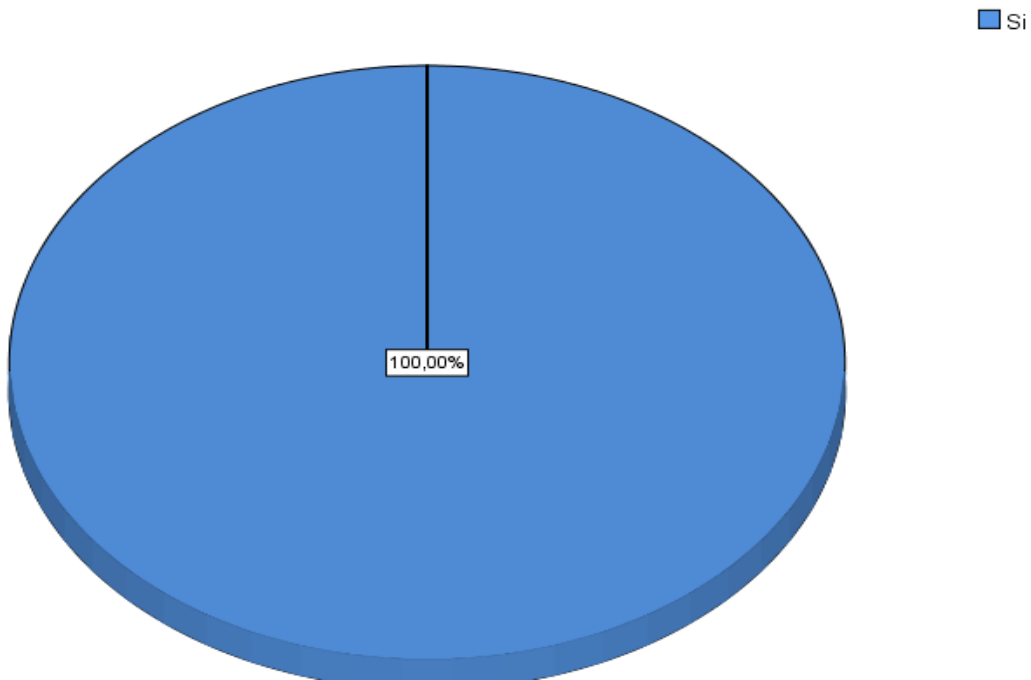


Figura 8: Gráfico circular de modificaciones para garantizar la mejora continua

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

Del total de encuestados 100% de ellos respondió que considera que se han realizado modificaciones para garantizar la mejora continua; por lo tanto, se concluye que la mype cuenta con un plan de mejora continua, con el cual se evidencia que cumple con actuar al momento, ya que están dispuestos a actuar inmediatamente para realizar modificaciones con el fin de garantizar el cumplimiento del plan.

Tabla 9.
Considera que la organización realiza un correcto análisis de información

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	3	30,0	30,0	30,0
	Si	7	70,0	70,0	100,0
	Total	10	100,0	100,0	

Fuente: encuesta aplicada a los trabajadores

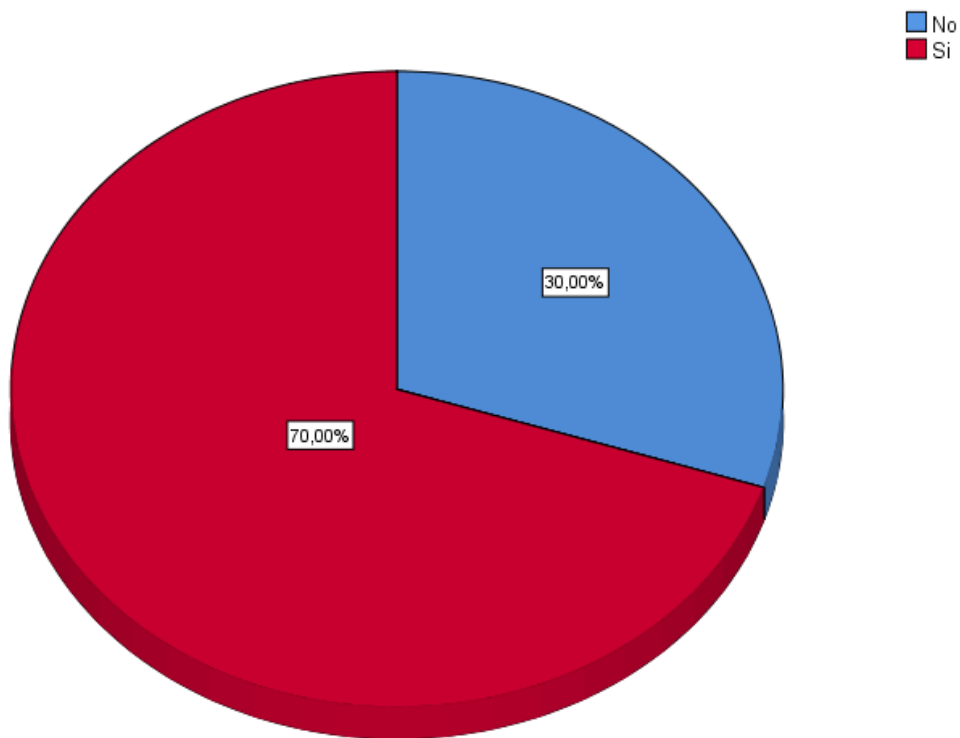


Figura 9: Gráfico circular de la conformidad en el desempeño laboral

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

Del total de los encuestados, un 70% de ellos respondió que sí considera que la organización realiza un correcto análisis de información, en tanto el 30% respondió que no; por lo tanto, se evidencia que la toma de decisiones se realiza luego de analizar correctamente la información.

Tabla 10.
Considera que la organización realiza un correcto análisis de información

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	3	30,0	30,0	30,0
	Si	7	70,0	70,0	100,0
	Total	10	100,0	100,0	

Fuente: encuesta aplicada a los trabajadores

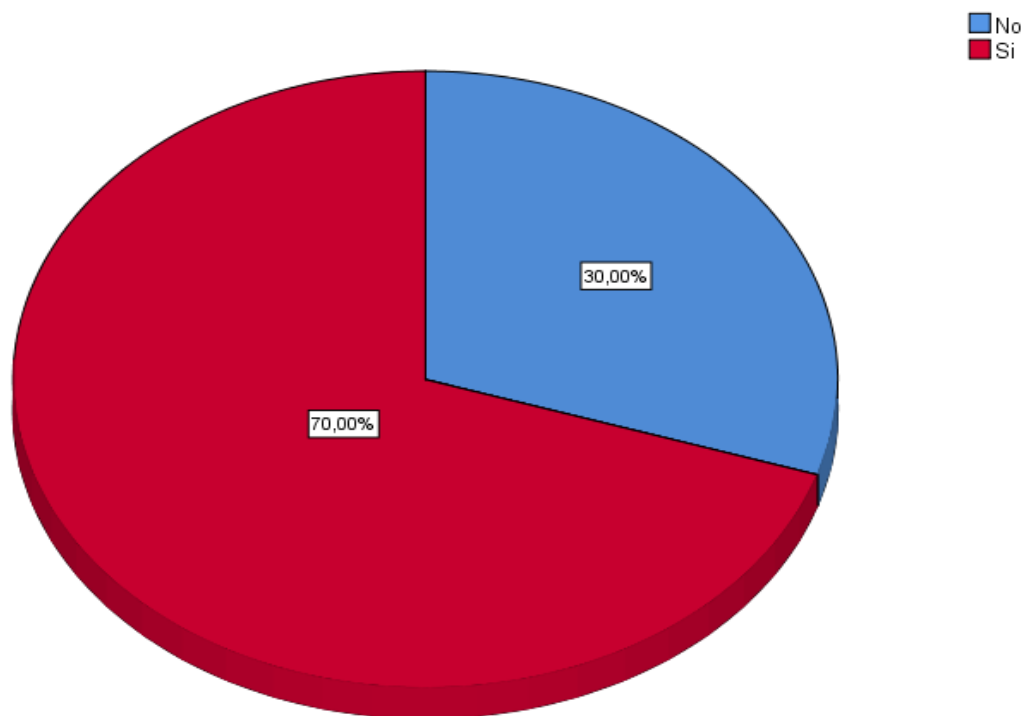


Figura 10: Gráfico circular de las relaciones con el proveedor

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

Del total de trabajadores encuestados, el 70% respondió que, la organización cuenta con alianzas estratégicas, en tanto el 30% de respondió que no; por lo tanto, se afirma que las relaciones con los proveedores son buenas ya que cuenta con alianzas estratégicas.

5.1.2 Variable atención al cliente

Tabla 11.
Considera que lo atendieron de la manera correcta

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	22	32,4	32,4	32,4
	Si	46	67,6	67,6	100,0
	Total	68	100,0	100,0	

Fuente: encuesta aplicada a los clientes

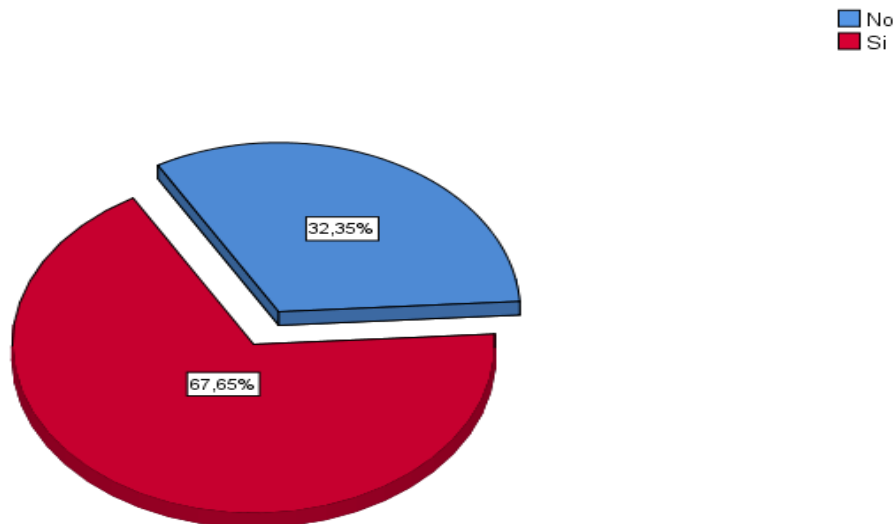


Figura 11: Gráfico circular de la atención brindada

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

Del total de clientes encuestados las respuestas se muestran divididas para un 67,65% respondió que considera que lo atendieron de la manera correcta, en tanto el 32,35% respondió que no; por lo tanto, se concluye que uno de los principios que rigen en la mype es el de poner el cliente primero y atenderlo de forma adecuada.

Tabla 12.
El encargado de su atención se mostró empático

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	18	26,5	26,5	26,5
	Si	50	73,5	73,5	100,0
	Total	68	100,0	100,0	

Fuente: encuesta aplicada a los clientes

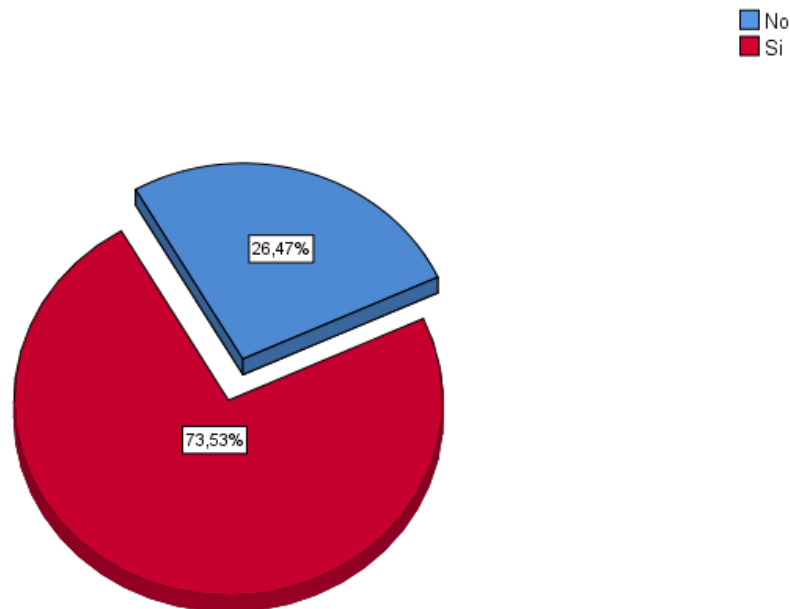


Figura 12: Gráfico circular sobre si el encargado de su atención se mostró empático

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

Del total de clientes encuestados 73,5% de ellos respondieron que el encargado de su atención se mostró empático, mientras que el 26,5% de ellos responden que no; por lo tanto, se concluye que en la mype cumple con el principio de escuchar activamente al cliente y además de actuar empáticamente con el cliente.

Tabla 13.
La empresa le trasmite la confianza necesaria para garantizar su retorno

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	16	23,5	23,5	23,5
	Si	52	76,5	76,5	100,0
	Total	68	100,0	100,0	

Fuente: encuesta aplicada a los clientes

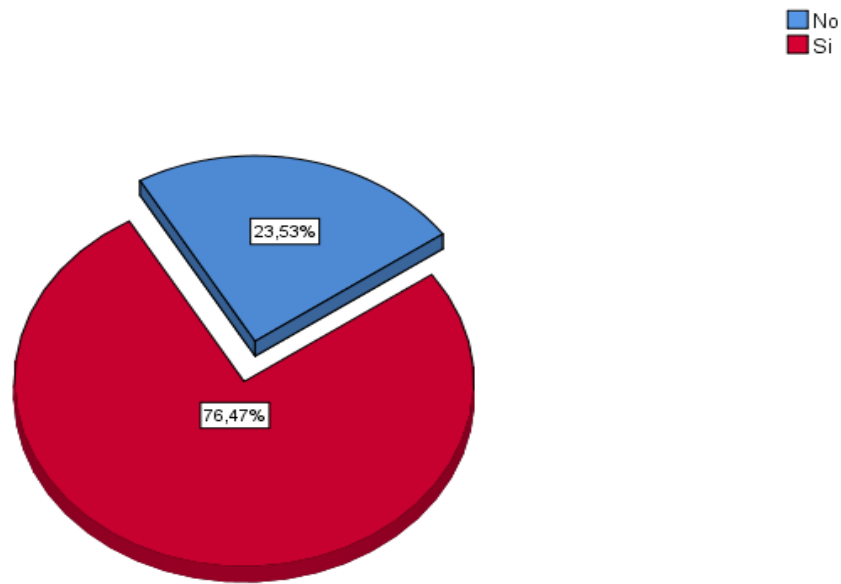


Figura 13: Gráfico circular sobre si la empresa le trasmite la confianza necesaria para garantizar su retorno

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

Del total de clientes encuestados un 76,5% considera que la empresa le trasmite la confianza necesaria para garantizar su retorno, mientras que un 23,5% respondió que no; por lo tanto, se concluye que la mype transmite una buena imagen ya que transmite la confianza necesaria para garantizar su retorno.

Tabla 14.
Considera que el restobar es de fácil acceso

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	26	38,2	38,2	38,2
	Si	42	61,8	61,8	100,0
	Total	68	100,0	100,0	

Fuente: encuesta aplicada a los clientes

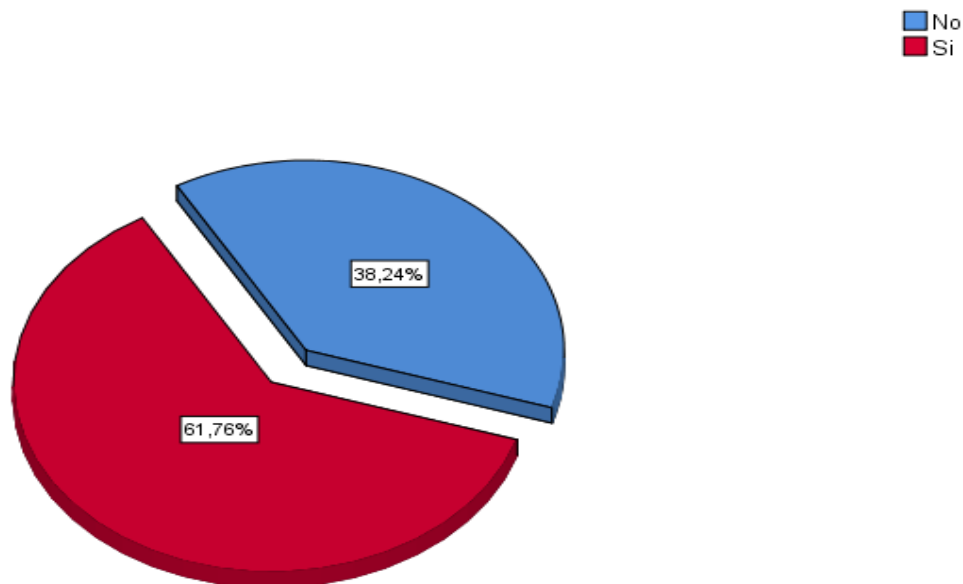


Figura 14: *Gráfico circular de accesibilidad al restobar*

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

Del total de trabajadores encuestados un 61,76% respondieron que, sí considera que el restobar es de fácil acceso, mientras que un 38,2% responde que no; por lo tanto, se concluye que el servicio que ofrece la mype es accesible y que cuenta con un fácil acceso.

Tabla 15.
El restobar posee un horario de atención adecuado

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	30	44,1	44,1	44,1
	Si	38	55,9	55,9	100,0
	Total	68	100,0	100,0	

Fuente: encuesta aplicada a los clientes

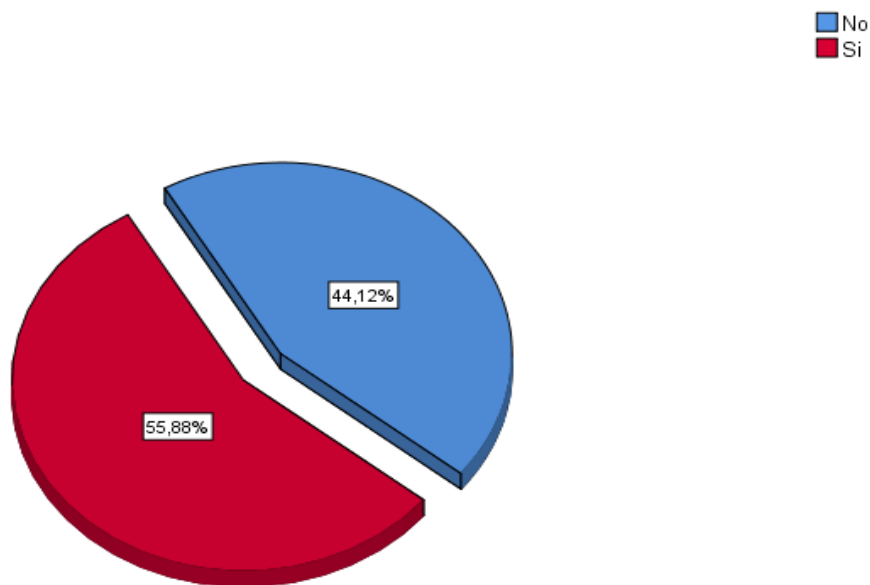


Figura 15: Gráfico circular del horario de atención

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

Del total de clientes encuetados con un 55,9% respondieron que consideran que el restobar posee un horario de atención adecuado, en tanto el 44,1% responden que no; por lo tanto, se concluye que el servicio que ofrece la mype es accesible y que cuenta con un horario adecuado.

Tabla 16.
Considera que el tiempo que espera para ser atendido es el correcto

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	30	44,1	44,1	44,1
	Si	38	55,9	55,9	100,0
	Total	68	100,0	100,0	

Fuente: encuesta aplicada a los clientes

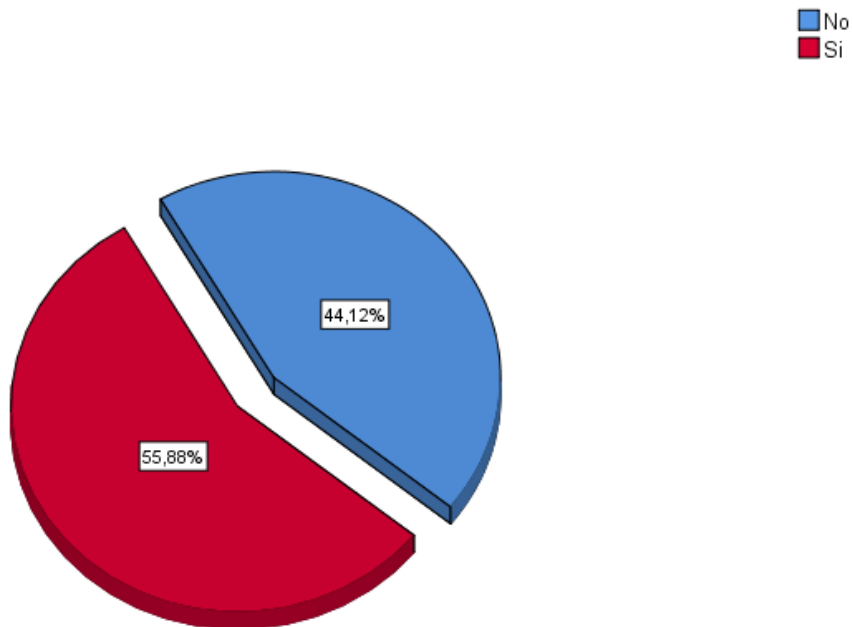


Figura 16: Gráfico circular del tiempo que espera para ser atendido

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

Del total de clientes encuestados el 55,9% respondieron que, si Considera que el tiempo que espera para ser atendido es el correcto, mientras que un 44,1% responden que no; por lo tanto, se concluye que la mype cumple con lo que se promete.

Tabla 17.
Se muestra el interés en atenderlo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	30	44,1	44,1	44,1
	Si	38	55,9	55,9	100,0
	Total	68	100,0	100,0	

Fuente: encuesta aplicada a los clientes

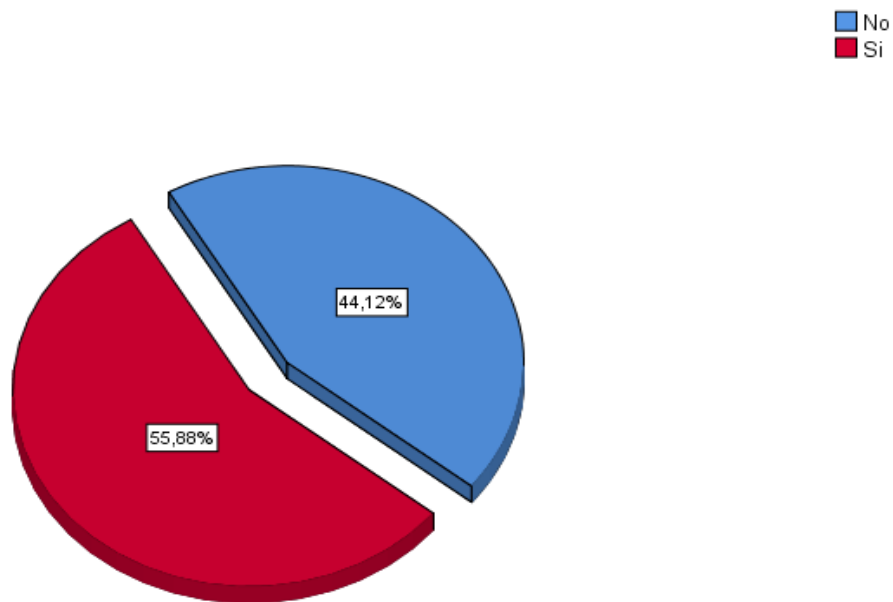


Figura 17: Gráfico circular del interés mostrado en atenderlo

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

Del total de encuestados, el 55,9% de ellos respondieron que, se muestra el interés en atenderlo, en tanto 44,1% respondió que no; por lo tanto, el personal de la mype muestra su sociabilidad la demuestra al mostrar interés en atender a sus clientes.

Tabla 18.
La atención del personal es cordial y agradable

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	24	35,3	35,3	35,3
	Si	44	64,7	64,7	100,0
	Total	68	100,0	100,0	

Fuente: encuesta aplicada a los clientes

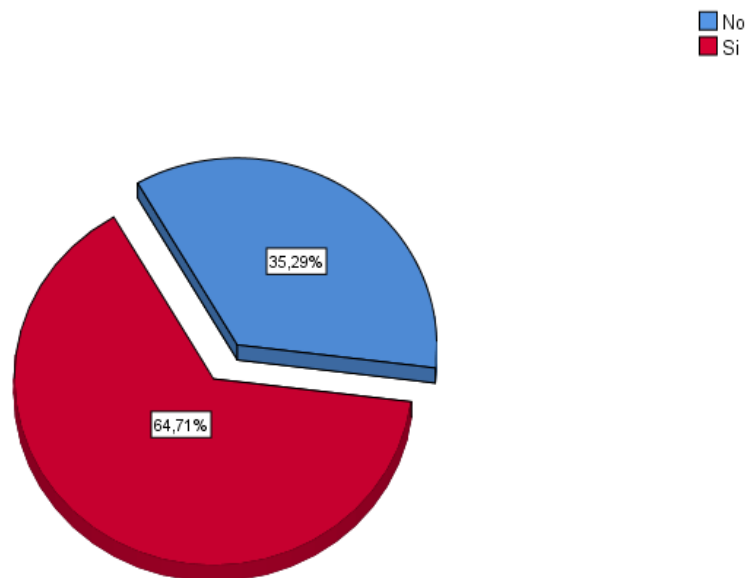


Figura 18: Gráfico circular de la atención cordial y agradable

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

Del total de clientes encuestados con un 64,7% respondió que, si reciben un trato cordial y amable durante su atención para adquirir un producto, mientras que un 35,3% responden lo contrario a este; por lo tanto, se concluye que la comunicación que existe en la mype se demuestra mediante una atención cordial y agradable.

Tabla 19.

Considera que la empresa cumple con la capacidad de exceder sus expectativas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	30	44,1	44,1	44,1
	Si	38	55,9	55,9	100,0
	Total	68	100,0	100,0	

Fuente: encuesta aplicada a los clientes

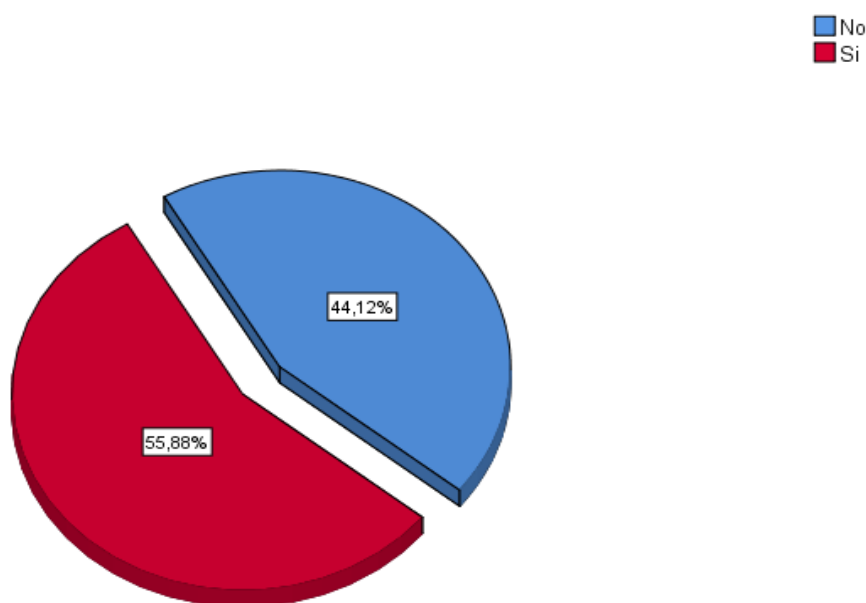


Figura 19: Gráfico circular de la capacidad de exceder expectativas del cliente

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

Del total de encuestados, un 55,9% respondió que si consideran que la empresa cuenta con la capacidad de exceder las expectativas con la que cuenta un cliente, en tanto el 44,1% respondió que no; por lo tanto, se concluye que la mype cumple con ofrecer un servicio honesto y con la capacidad de exceder sus expectativas.

Tabla 20.

Los meseros muestran tener conocimiento acerca de la variedad de platos ofrecidos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	30	44,1	44,1	44,1
	Si	38	55,9	55,9	100,0
	Total	68	100,0	100,0	

Fuente: encuesta aplicada a los clientes

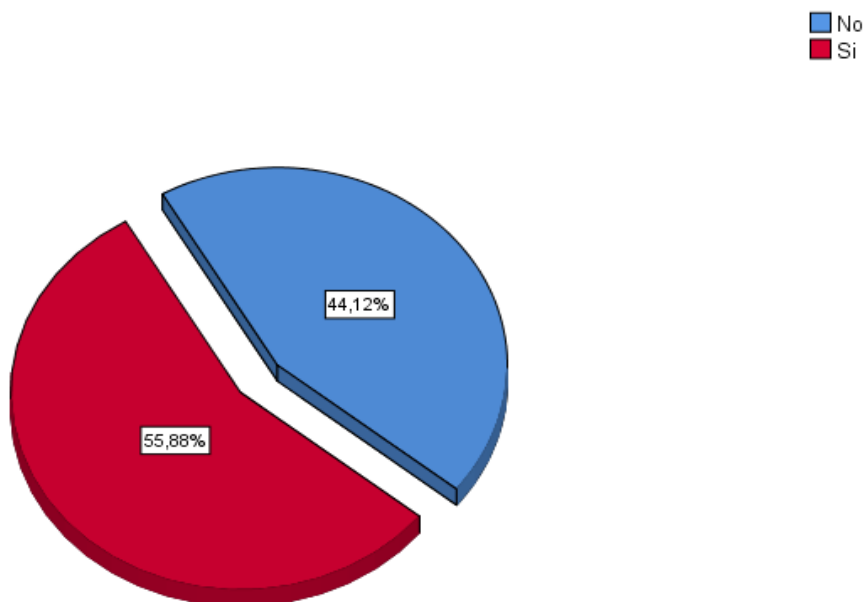


Figura 20: Gráfico circular del conocimiento de los trabajadores

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

Del total de clientes encuestados, representando un 55,9% de ellos respondió que los trabajadores si tienen conocimiento acerca de la variedad de platos que ofrece la empresa, mientras que un 44,1% responde que no; por lo tanto, se concluye que la mype cuenta con una mano de obra capacitada.

5.2 Análisis de resultados

Gráfico N° 1: Se muestra que el 90% respondió que la empresa si tiene objetivos empresariales establecidos lo que coincide con Madrid (2015) quien menciona que los objetivos empresariales son de suma importancia ya que traza una meta en donde busca establecerse una organización.

Gráfico N° 2: El 70% consideró que sí se toman en cuenta su participación en el desarrollo de las actividades, lo que discrepa con Arroyo (2015) quien menciona como conclusión de su investigación que la empresa no cuentan con políticas que promuevan a la mejora de la organización.

Gráfico N° 3: El 70% de ellos respondió que la empresa en estudio si toman en cuenta documentos para el control de sus procesos lo que coincide con Lizarzaburu (2015) quien destaca en su teoría la importancia de que se establezca una documentación adecuada para poder desarrollar un sistema de procesos con el objetivo de la mejora de la empresa.

Gráfico N° 4: El 70% de ellos dieron por respuesta que sí considera que los procesos realizados se relacionan entre sí para formar un sistema tal como menciona en su teoría Lizarzaburu (2015) quien destaca en su teoría la importancia de que se establezca una documentación adecuada para poder desarrollar un sistema de procesos con el objetivo de la mejora de la empresa.

Gráfico N° 5: El 80% de ellos respondió que se establecen políticas que garanticen el cumplimiento de los objetivos lo que coincide con Madrid (2015) quien menciona que los objetivos empresariales son de suma importancia ya que traza una meta en donde busca establecerse una organización.

Gráfico N° 6: El 60% afirmó que considera que se deben implementar cambios en la organización lo que coincide con Arroyo (2015) quien menciona que cuentan como un factor clave la participación de los trabajadores en documentos que contribuyan a un control.

Gráfico N° 7: El 60% respondió que sí existe una persona encargada de supervisar sus funciones lo que coincide con los resultados obtenidos con Rodríguez (2016) quien menciona que el 55,6% considera que no se supervisan el cumplimiento de actividades.

Gráfico N° 8: El 100% de ellos respondió que si se han realizado modificaciones para garantizar la mejora continua lo que coincide con la nueva ISO 9001:2015 (2017) la cual menciona que se deben realizan las correcciones y modificaciones necesarias. Se toman las decisiones y acciones pertinentes para mejorar continuamente el desarrollo de los procesos.

Gráfico N° 9: Un 70% de ellos respondió que considera que la organización realiza un correcto análisis de información lo que coincide con Lizarzaburu (2015) él cual menciona que una organización y sus proveedores son interdependientes. una relación mutuamente beneficiosa aumenta la capacidad de ambos para crear valor.

Gráfico N° 10: El 70% considera que la organización realiza un correcto análisis de información coincidiendo con la teoría de Lizarzaburu (2015) donde menciona que la eficiencia y eficacia que se obtenga mediante el logro de objetivos ayudara a tener un mejorado sistema de gestión de calidad.

Gráfico N° 11: 67,65% respondió que considera que lo atendieron de la manera correcta lo que contrasta con Chamorro (2016) quien en su teoría resalta que es

importante transmitir una imagen ligada a algunos valores como confianza, diligencia y profesionalidad.

Gráfico N° 12: El 73,5% de ellos respondieron que el encargado de su atención se mostró empático lo que coincide con Izquierdo (2017) que en su teoría menciona que se debe ser empático, intentando entender las emociones del cliente para ofrecerle un servicio de calidad.

Gráfico N° 13: Un 76,5% considera que la empresa le trasmite la confianza necesaria para garantizar su retorno coincidiendo con la teoría de Chamorro (2016) ya que destaca que depende de la imagen ofrecida para mantener la fidelidad de sus clientes.

Gráfico N° 14: Un 61,76% respondieron que si considera que el restobar es de fácil acceso lo que discrepa con Zarai (2016) quien concluye en su investigación que los clientes consideran que existe falta de promoción y una mejor ubicación.

Gráfico N° 15: Se muestra que el 55,9% respondieron que el restobar posee un horario de atención adecuado lo que coincide con Rodríguez (2016) donde el 49,2% considera que el proceso de atención desde el pedido hasta la entrega casi siempre se realiza en el tiempo adecuado

Gráfico N° 16: Muestra que el 55,9% respondieron que, considera que el tiempo que espera para ser atendido es el correcto lo que coincide con Rodríguez (2016) donde el 49,2% considera que el proceso de atención desde el pedido hasta la entrega casi siempre se realiza en el tiempo adecuado

Gráfico N° 17: El 55,9% de ellos respondieron que, se muestra el interés en atenderlo lo que coincide con Rodríguez (2016) quien destaca en sus resultados que el 56,8% considera que casi siempre la cevichera atiende bien a los clientes.

Gráfico N° 18: El 64,7% respondió que si reciben un trato cordial y amable durante su atención para adquirir un producto lo que discrepa con Ojeda (2017) quien muestra en sus resultados que el 20% consideran que la atención que le brinda es mala.

Gráfico N° 19: El 55,9% respondió que si consideran que la empresa cuenta con la capacidad de exceder las expectativas con la que cuenta un cliente lo que discrepa con Cruz (2018) quien en su investigación concluye que la mayoría de clientes sienten que los restaurantes no cumplen sus expectativas y necesidades.

Gráfico N° 20: Se muestra que un 55,9% de ellos respondió que los trabajadores si tienen conocimiento acerca de la variedad de platos que ofrece lo que concuerda con Sernaque (2017) donde en sus resultados muestra que el 63% de los restaurantes se proporciona a sus clientes información acerca del proceso de preparación de alimentos.

VI.- Conclusiones

Respecto a los principios de gestión de calidad de Tonderos Restobar

Se logró identificar los principios de gestión de calidad que son tomados en cuenta, tales como: la mejora continua, en el cual se cumple con el respectivo proceso de planificar, hacer, verificar y actuar; además de cumplir con el principio de liderazgo, al lograr cumplir los objetivos establecidos; así mismo, toman en cuenta los aportes que puedan brindar el personal de esta manera evidenciando su participación; en cuanto a la toma de decisiones, se debe mejorar el análisis de información para tomar decisiones eficientes; finalmente, la mype emplea un correcto manejo de sus procesos agrupándolos en un sistema global, el cual debe seguir ciertos estándares de calidad.

Respecto a las estrategias de atención al cliente de Tonderos Restobar

Se pueden describir las estrategias utilizadas como el transmitir una buena imagen a sus clientes mediante la confianza que ofrezca para garantizar el retorno del cliente; otra estrategia es poner al cliente en primer lugar, brindándole una atención adecuada y mostrarle el interés adecuado; otra estrategia empleada es el cumplir con todo lo que la empresa promete, lo cual lo practican al atender a los clientes en el tiempo prometido; y además brindan accesibilidad al servicio, ya que poseen un horario adecuado para que los clientes puedan acceder sin ninguna inconveniente a los servicios de la mype.

Respecto a los factores de atención al cliente de Tonderos Restobar

Se identificaron los factores utilizados para brindar una mejor atención al cliente, en la cual se concluye que la honestidad es un factor principal para la atención, es por ello que es uno de los valores que ofrece la mype al momento de ofrecer su atención; además, la sociabilidad es otro factor, el cual se evidencia al mostrarse activo en la escucha del cliente; al igual que actuar de manera cordial y amable generando la satisfacción del cliente al poder cumplir con sus expectativas. Es por ello que no tienen dudas de que tanto trabajadores como la empresa son aptos de brindar calidad y buena atención.

Referencias bibliográficas

- Arena Córdova. k. Z (2016). “Caracterización de la satisfacción del cliente y competitividad de las MYPEs servicio rubro pollo a la brasa la arena, 2016”, trabajo presentado en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Recuperada de: <https://docplayer.es/53544328-Universidad-catolica-los-angeles-chimbote-facultad-de-ciencias-contables-financieras-y-administrativas-escuela-profesional-de-administracion.html>
- Antúnez. C. (2017) en su investigación: Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes, en la universidad católica los Ángeles de Chimbote, en la ciudad de Huarney, 2016. Recuperado de: https://scholar.google.com/scholar?rlz=1C1CHBD_esPE777PE777&um=1&ie=UTF-8&lr&q=related:4s-R46RSfQurdM:scholar.google.com/
- Almestar Adrianzén. P. R. (2017) “Caracterización de la competitividad y atención al cliente en las mype del rubro pollerías en la urbanización Ignacio Merino-Piura, año 2017, tesis presentada en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Recuperada de: http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/2370/COMPE_TITIVIDAD_ATENCION_AL_CLIENTE_ALMESTAR_ADRIANZEN_PATY_ROSALIA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- TACUNAN BONIFACIO, N. (2014). *CARACTERIZACIÓN DE LA CALIDAD DE SERVICIO BAJO EL MODELO SERVPERF EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIOS - RUBRO RESTAURANTES EN EL DISTRITO DE HUARI, 2014*. universidad católica los ángeles de chimbote, huaraz. Recuperado el 17 de junio de 2018, de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/978/MYPE_CALIDAD_DE_SERVICIO_TACUNAN_BONIFACIO_NELIDA.pdf?sequence=1
- Anónimo. (2018). *Universidad Cooperativa de Colombia*. Obtenido de <https://www.ucc.edu.co/sistema-gestion-integral/Paginas/sistema-gestion-calidad.aspx>

- Anónimo. (s.f.). *Definición ABC*. Recuperado el 16 de julio de 2018, de Definición ABC: <https://www.definicionabc.com/economia/gestion-de-calidad.php>
- Arroyo Diaz, P. (2015/2016). *DISEÑO DE UN MODELO DE GESTIÓN DE LA CALIDAD BASADO EN LA HERRAMIENTA EFQM PARA MEJORAR LA ATENCIÓN AL CLIENTE DEL RESTAURANTE MARAKO'S GRILL S.A.C. – CHICLAYO 2015-2016*. universidad san martin de porres, chiclayo. Recuperado el 17 de junio de 2018, de http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/3351/1/arroyo_dpc.pdf
- Bank, E. S. (17 de 02 de 2016). *Self Bank*. Obtenido de Self Bank: <https://blog.selfbank.es/las-variables-macroeconomicas-que-no-debes-ignorar-a-la-hora-de-invertir/>
- best business service*. (2001). Obtenido de <http://www.todoempresa.com/Cursos/Planificacion%20Estrategica%20demo/Factores%20politicos.htm>
- blogspot. (22 de noviembre de 2012). Obtenido de <http://entornoexterno.blogspot.pe/2012/11/medio-externo-economico-social-cultural.html>
- Cruz, B. E. (2018). *Caracterización de la competitividad y gestión de calidad en las mype rubro restaurantes en Mancora, año 2018*. Mancora: Universidad Católica los Angeles de Chimbote. Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/7837/COMPE TITIVIDAD_GESTION_DE_CALIDAD_MENDOZA_CRUZ_BETTY_ELIZABETH.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Palacios, W. T. (2019). *Caracterización de la gestión de calidad y el marketing de ls mypes sector servicio rubro restaurantes del distrito de Tumbes, año 2019*. Tumbes: Universidad Católica los Angeles de Chimbote. Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/11438/GESTION_DE_CALIDAD_MARKETING_TANDAZO_PALACIOS_WUINSTIN.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Calidad ISO 9001*. (2013). Obtenido de <http://iso9001calidad.com/que-es-la-gestion-de-la-calidad-23.html>
- Chamorro, S. (14 de 04 de 2016). *Deusto Formacion*. Obtenido de <https://www.deustoformacion.com/blog/gestion-empresas/10-claves-para-mejorar-atencion-cliente-tu-empresa>
- Chamorro, S. (14 de abril de 2016). *DEUSTO FORMACION*. Recuperado el 16 de julio de 2018, de DEUSTO FORMACION: <https://www.deustoformacion.com/blog/gestion-empresas/10-claves-para-mejorar-atencion-cliente-tu-empresa>
- definicionabc*. (s.f.). Obtenido de <https://www.definicionabc.com/economia/gestion-de-calidad.php>
- Erick, S. J. (2016). *La gestión de calidad bajo el enfoque de la calidad total en las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes del casco urbano de Chimbote, 2016*. Chimbote: Universidad Católica los Angeles de Chimbote. Recuperado el 1 de noviembre de 2018
- Gardey, J. P. (2016). *definicion.de*. Obtenido de <https://definicion.de/sistema-de-gestion-de-calidad/>
- Hernández, M. (diciembre de 2012). *blogspot*. Recuperado el 06 de julio de 2018, de <http://metodologiadeinvestigacionmarisol.blogspot.com/2012/12/tipos-y-niveles-de-investigacion.html>
- Herrera, P. (2017). *institucional dominicana*. Obtenido de <http://www.institucionaldominicana.com/factores-externos-que-pueden-afectar-su-restaurante/>
- Interior, M. d. (2016). *SUCAMEC*. Obtenido de <https://www.sucamec.gob.pe/web/index.php/organizacion-ini/sistema-de-gestion-de-calidad>
- Izquierdo, R. (19 de julio de 2017). *integriaims*. Recuperado el 16 de julio de 2018, de <https://integriaims.com/mejorar-la-atencion-al-cliente/>

- Lizarzaburu Bolaños, E. (2015). *La gestión de la calidad en Perú: un estudio de la norma ISO 9001, sus beneficios y los principales cambios en la versión 2015*. Recuperado el 17 de junio de 2018, de file:///C:/Users/User/Downloads/4604-15108-2-PB.pdf
- López Mosquera, Daniela Cecilia. (2018). *Calidad del servicio y Satisfacción de los clientes del restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil, en la Universidad Católica Santiago de Guayaquil*". Recuperada de: <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/9867>
- Madriz, G. Q. (02 de 09 de 2005). *Gestiopolis*. Recuperado el 16 de 07 de 2018, de <https://www.gestiopolis.com/los-8-principios-de-gestion-de-la-calidad/>
- Marchán Zapata, E. R. (2015). *Gestión de calidad y merchandising en las MYPE rubro imprenta de talara, año 2015*. Tesis, UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE, Piura. Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/768/GESTION_DE_CALIDAD_MERCHANDISING_MARCHAN_ZAPATA_%20ERICK_A_ROXANA.pdf?sequence=4&isAllowed=y
- Martínez, C. (18 de 08 de 2017). *Revista digital*. Recuperado el 16 de julio de 2018, de <https://revistadigital.inesem.es/gestion-integrada/sistema-gestion-calidad/>
- Martinez, C. (2018). *lifeder.com*. Obtenido de <https://www.lifeder.com/investigacion-descriptiva/>
- Medina Vargas. K. J. (2018) Caracterización de competitividad y gestión de calidad de las mype sector servicio gastronómico rubro restaurantes comida marina de talara, año 2018, en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Recuperada de: http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/4504/COMPETITIVIDAD_Y_GESTION_DE_CALIDAD_MEDINA_VARGAS_%20KATHERINE_ULIETT.pdf?sequence=
- Mendoza Cruz, B. (2018). CARACTERIZACIÓN DE LA COMPETITIVIDAD Y GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MYPE RUBRO RESTAURANTES EN MANCORA, AÑO 2018. Máncora: Uladech.

- OJEDA HUAMÁN, E. J. (30 de 05 de 2017). *CARACTERIZACIÓN EN LA GESTIÓN DE CALIDAD Y COMPETITIVIDAD EN LAS MYPES SECTOR SERVICIO RUBRO RESTAURANT EN LA URBANIZACIÓN JOSE LISDHNER TUDELA, TUMBES 2017*. UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ANGELES DE CHIMBOTE , TUMBES. Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe>: <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/3444>
- Perez Barcenas, i. (2018). *academia.edu*. Obtenido de http://www.academia.edu/8634302/FACTORES_MACROAMBIENTALES_DE_MCDONALDS
- Pérez, M. d. (s.f.). *monografias.com*. Recuperado el 16 de julio de 2018, de <https://www.monografias.com/trabajos95/definiciones-importantes/definiciones-importantes.shtml>
- Porter, M. (1971). *Mercadotecnia*. Estados Unidos: M.A. Margarita Cortés.
- Que Significado*. (s.f.). Obtenido de <http://quesignificado.com/atencion-al-cliente/>
- Quispe, G. H. (2011). *Calidad de atencion al cliente en los servicios de restauranteria turistica de la calle Sagarnaga de la ciudad de La Paz en el año 2011*. La paz. Recuperado el 16 de julio de 2018, de <http://repositorio.umsa.bo/bitstream/handle/123456789/13763/T%20-%202635.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- REPUBLICA, L. (09 de Enero de 2014). *La republica*. Obtenido de La Republica: <https://larepublica.pe/economia/764175-centrum-factores-politicos-pueden-retrasar-las-inversiones-en-el-peru>
- RODRIGUEZ GALARRETA, Y. E. (2016). *GESTIÓN DE CALIDAD BAJO EL ENFOQUE DE ATENCIÓN AL CLIENTE Y LA FIDELIZACIÓN EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIOS, RUBRO RESTAURANTES DE PRODUCTOS HIDROBIOLÓGICOS, CASCO URBANO DEL DISTRITO DE CHIMBOTE 2016*. UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ANGELES DE CHIMBOTE, CHIMBOTE. Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/2170/GESTIO>

N_CALIDAD_RODRIGUEZ_GALARRETA_YENNY_EUDOCIA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

SANCHEZ AGURTO , I. (2016). *CARACTERIZACIÓN DE LA CAPACITACION Y GESTION DE CALIDAD DE LAS MYPE DEL SECTOR TRANSPORTE DE PASAJEROS – RUBRO AUTO COLECTIVOS DE LA PROVINCIA DE SULLANA, AÑO 2016*. universidad católica los ángeles de chimbote, sullana. Recuperado el 17 de junio de 2018, de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1681/CAPACITACION_GESTION_DE_CALIDAD_SANCHEZ_AGURTO_INGRID_YAJAIRA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Sánchez España. A. L. (2017) en su trabajo de investigación denominado “Evaluación de la calidad de servicio al cliente en el restaurante pizza Burger Diner de Gualan, Zacapa”, tesis para optar el título profesional de Licenciada en Administración en la Universidad Rafael Landívar, México. Recuperada de: <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesisjcem/2017/01/01/Sanchez-Aby.pdf>

Serebrenik, R. (24 de marzo de 2014). *dinero*. Obtenido de <https://www.dinero.com/opinion/opinion-on-line/articulo/entornos-politicos-afectan-empresas/93078>

silva ipanaque, m. (2015). *CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE EN EL RESTAURANT LA LOMITA- TAMBOGRANDE -2015*. universidad nacional de piura. Recuperado el 17 de junio de 2018, de <http://repositorio.unp.edu.pe/bitstream/handle/UNP/352/ADM-SIL-IPA-15.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

sistemas y calidad total. (24 de mayo de 2011). Obtenido de <http://www.sistemasycalidadtotal.com/calidad-total/sistemas-de-gestion-de-la-calidad-%E2%94%82-historia-y-definicion/>

Taylor, H. (01 de febrero de 2018). *cuidatudinero.com*. Obtenido de cuida tu dinero: <https://www.cuidatudinero.com/13119137/factores-que-afectan-al-entorno-economico-de-una-empresa>

- valdez, g. (13 de junio de 2017). *el insignia*. Obtenido de el insignia: <http://blog.elinsignia.com/2017/06/13/factores-del-macro-entorno-que-afectan-a-un-restaurante/>
- Verdú, C. (03 de marzo de 2013). *clientelandia.wordpress*. Recuperado el 16 de julio de 2018, de <https://clientelandia.wordpress.com/2013/03/13/5-factores-basicos-para-que-tus-clientes-se-sientan-bien-atendidos/>
- ZARAI, A. C. (2016). *CARACTERIZACIÓN DE LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE Y COMPETITIVIDAD DE LAS MYPE SERVICIO RUBRO POLLO A LA BRASA LA ARENA, 2016*. universidad católica los ángeles de chimbote, piura. Recuperado el 17 de junio de 2018, de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1047/SATISFACCION_DEL%20CLIENTE_COMPETITIVIDAD_%20ARENAS_CORDOVA_KEILA_ZARAI.pdf?sequence=4

Anexos

Anexo 1. Presupuesto

Presupuesto desembolsable (Estudiante)			
Categoría	Base	% o Número	Total (S/.)
Suministros (*)			
Impresiones	0.15	400	60.00
Fotocopias	0.05	50	2.50
Empastado	0.15	450	67.50
Papel bond A-4 (500 hojas)	0-05	500	25.00
Lapiceros	3	0.50	1.50
Servicios			
Uso de Turnitin	50.00	2	100.00
Sub total			
Gastos de viaje			
Pasajes para recolectar información			
Sub total			256.50
Total de presupuesto desembolsable			
Presupuesto no desembolsable (Universidad)			
Categoría	Base	% ó Número	Total (S/.)
Servicios			
Uso de Internet (Laboratorio de aprendizaje digital - LAD)	30.00	4	120.00
Búsqueda de información en base de datos	35.00	2	70.00
Soporte informático (Módulo de Investigación del ERP University - MOIC)	40.00	4	160.00
Publicación de artículo en repositorio institucional	50.00	1	50.00
Sub total			400.00
Recurso humano			
Asesoría personalizada (5 horas por semana)	63.00	4	252.00
Sub total			252.00
Total de presupuesto no desembolsable			652.00
Total (S/.)			908.00

Anexo 2. Cronograma de actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																	
N°	Actividades	Año 2018								Año 2019							
		Semestre I				Semestre II				Semestre I				Semestre II			
		M				Me				Mes				Mes			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Elaboración del Proyecto	X															
2	Revisión del proyecto por el jurado de investigación		X	X													
3	Aprobación del proyecto por el Jurado de Investigación			X													
4	Exposición del proyecto al Jurado de Investigación			X	X												
5	Mejora del marco teórico					X	X										
6	Redacción de la revisión de la literatura.							X									
7	Elaboración del consentimiento informado (*)							X	X								
8	Ejecución de la metodología								X	X							
9	Resultados de la investigación									X	X	X					
10	Conclusiones y recomendaciones										X	X					
11	Redacción del pre informe de Investigación.										X	X	X				
12	Reacción del informe final											X	X				
13	Aprobación del informe final por el Jurado de Investigación												X	X			
14	Presentación de ponencia en jornadas de investigación													X	X		
15	Redacción de artículo científico														X	X	

Anexo 3. Cuestionario



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

La presente entrevista tiene como fin recoger información sobre el restaurante “Tonderos Restobar” para desarrollar el trabajo de investigación titulado: CARACTERIZACION DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCION AL CLIENTE EN LA MYPE “TONDEROS RESTOBAR” DISTRITO DE SULLANA, AÑO 2018. La información que nos brinde será usada exclusivamente para fines académicos y de investigación. Por lo que se le agradece anticipadamente por su participación.

Marca con una X según sea el caso:

VARIABLE GESTIÓN DE CALIDAD			
N°	PREGUNTAS	RESPUESTA	
		SI	NO
1	¿La empresa tiene establecidos objetivos empresariales?		
2	¿La organización toma en cuenta su participación en el desarrollo de las actividades?		
3	¿Toman en cuenta documentos para el control de sus procesos?		
4	¿Considera que los procesos realizados se relacionan entre sí para formar un sistema?		
5	¿Se establecen políticas que garanticen el cumplimiento de los objetivos?		
6	¿Considera que se deben implementar cambios en la organización?		
7	¿Existe una persona encargada de supervisar sus funciones?		
8	¿Se han realizado modificaciones para garantizar la mejora continua?		
9	¿Considera que la organización realiza un correcto análisis de información?		
10	¿La organización cuenta con alianzas estratégicas?		

VARIABLE ATENCIÓN AL CLIENTE			
Nº	PREGUNTA	SI	NO
11	¿Considera que lo atendieron de la manera correcta?		
12	¿El encargado de su atención se mostró empático?		
13	¿La empresa le transmite la confianza necesaria para garantizar su retorno?		
14	¿Considera que el restobar es de fácil acceso?		
15	¿El restobar posee un horario de atención adecuado?		
16	¿Considera que el tiempo que espera para ser atendido es el correcto?		
17	¿Se muestra el interés en atenderlo?		
18	¿La atención del personal es cordial y agradable?		
19	¿Considera que la empresa cumple con la capacidad de exceder sus expectativas?		
20	¿Los meseros muestran tener conocimiento acerca de la variedad de platos ofrecidos?		

Anexo 4. Libro de datos

Variable gestión de calidad	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10
Trabajador 1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1
Trabajador 2	1	1	0	1	0	1	1	0	1	1
Trabajador 3	0	1	1	1	0	0	1	1	1	1
Trabajador 4	0	1	1	1	0	0	1	1	1	1
Trabajador 5	1	1	0	1	1	1	1	0	1	1
Trabajador 6	0	1	1	1	1	0	1	0	1	1
Trabajador 7	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Trabajador 8	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Trabajador 9	1	1	0	1	1	1	0	0	1	1
Trabajador 10	1	1	0	0	1	1	1	1	0	1

Variable atención al cliente	P 11	P 12	P 13	P 14	P 15	P 16	P 17	P 18	P 19	P 20
Cliente 1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Cliente 2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Cliente 3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Cliente 4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Cliente 5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Cliente 6	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Cliente 7	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1
Cliente 8	1	1	1	0	1	0	1	1	0	0
Cliente 9	1	1	1	1	0	1	0	1	1	1
Cliente 10	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1
Cliente 11	1	1	1	0	0	1	0	1	0	1
Cliente 12	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0
Cliente 13	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0
Cliente 14	0	1	1	1	0	1	1	0	0	0
Cliente 15	0	1	1	0	0	1	1	0	0	0
Cliente 16	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1
Cliente 17	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Cliente 18	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1
Cliente 19	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Cliente 20	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1
Cliente 21	1	1	1	0	1	0	0	1	1	0
Cliente 22	0	1	1	1	1	0	0	1	0	0

Cliente 23	0	1	1	0	1	0	0	1	0	0
Cliente 24	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Cliente 25	1	1	0	0	1	1	0	1	0	0
Cliente 26	1	0	0	1	0	1	0	1	0	1
Cliente 27	1	0	0	0	0	1	0	1	0	1
Cliente 28	0	0	0	1	0	0	1	1	0	1
Cliente 29	0	0	1	0	0	0	1	1	0	1
Cliente 30	1	0	1	1	0	0	1	0	1	0
Cliente 31	0	0	1	0	1	0	1	0	1	0
Cliente 32	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Cliente 33	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Cliente 34	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0
Cliente 35	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Cliente 36	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Cliente 37	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Cliente 38	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Cliente 39	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Cliente 40	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Cliente 41	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1
Cliente 42	1	1	1	0	1	0	1	1	0	0
Cliente 43	1	1	1	1	0	1	0	1	1	1
Cliente 44	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1
Cliente 45	1	1	1	0	0	1	0	1	0	1
Cliente 46	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0

Cliente 47	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0
Cliente 48	0	1	1	1	0	1	1	0	0	0
Cliente 49	0	1	1	0	0	1	1	0	0	0
Cliente 50	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1
Cliente 51	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Cliente 52	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1
Cliente 53	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Cliente 54	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1
Cliente 55	1	1	1	0	1	0	0	1	1	0
Cliente 56	0	1	1	1	1	0	0	1	0	0
Cliente 57	0	1	1	0	1	0	0	1	0	0
Cliente 58	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Cliente 59	1	1	0	0	1	1	0	1	0	0
Cliente 60	1	0	0	1	0	1	0	1	0	1
Cliente 61	1	0	0	0	0	1	0	1	0	1
Cliente 62	0	0	0	1	0	0	1	1	0	1
Cliente 63	0	0	1	0	0	0	1	1	0	1
Cliente 64	1	0	1	1	0	0	1	0	1	0
Cliente 65	0	0	1	0	1	0	1	0	1	0
Cliente 66	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Cliente 67	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Cliente 68	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0

Anexo 5. Consentimiento informado



“Año del dialogo y reconciliación nacional”

Sullana, 1 de Noviembre del 2018

Oficio N°. 001-144-2018 DTI ULADECH/CRR

Señor: Derwit Joan Alberto Ginocchio Eche – Propietario de TONDEROS RESTOBAR

Asunto: Solicitud de permiso para realizar encuesta.

Tengo el agrado de dirigirme a usted; para manifestarle que estamos realizando un estudio de investigación con el objetivo de: Determinar las características de la gestión de calidad y atención al cliente en la MYPE “Tonderos Restobar” distrito de Sullana, año 2018. Nos gustaría presentarle la hoja informativa sobre las razones del estudio luego de eso Ud. Decidirá si desea continuar con el presente estudio, luego de eso Ud. Decidirá si desea continuar en el presente estudio.

Agradecemos de antemano su participación.

Aprovecho la oportunidad para expresarle los sentimientos de mi mayor consideración y diferente estima personal.

Dios guarde a Ud.

44906627

MG. ADM. EMP. Carlos David Ramos Rosas
DOCENTE TUTOR ULADECH
CLAD 03509



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE
CHIMBOTE (ULADECH católica)**

Instituto de Investigación (IIU)

Características de la gestión de calidad y atención al cliente en la

MYPE "tonderos restobar" distrito de Sullana, año 2018.

Investigador principal: Mgtr. Carlos David Ramos Rosas (Universidad Católica los
Ángeles de Chimbote)
Ingeniero. Juan Ipanaque (Universidad Católica los Ángeles de
Chimbote)

Fecha de Versión: 09 de setiembre, 2018 (Versión 1.0)

Detalles e indicaciones:

Estimado Empresarios ,

Estamos realizando un estudio de investigación con el objetivo de :
Determinar las características de la gestión de calidad y atención al cliente en
la MYPE "Tonderos Restobar" distrito de Sullana, año 2018. Nos gustaría
presentarle una hoja informativa sobre las razones del estudio, luego
de eso Ud. Decidirá si desea continuar en el presente estudio. Luego
de haber aceptado participar, procederá a llenar la siguiente encuesta,
en ella solo debe llenar los cuadros vacíos y marcar la opción que
corresponda a su respuesta. Agradecemos de antemano su
participación.



44906627



MG. ADM. EMP. Carlos David Ramos Rosas
DOCENTE TUTOR ULADECH
CLAD 03599



Consentimiento Informado

Propósito del proyecto de investigación

El propósito de este estudio es: determinar las características de la gestión de calidad y atención al cliente en la MYPE "Tonderos Restobar" distrito de Sullana, año 2018

¿Por qué le pedimos participar?

Estamos solicitando su participación como voluntario en un estudio de investigación que tiene gran importancia por cuanto llenara el vacío de conocimiento debido a que no existe reporte de las características de la gestión de la calidad en las MYPES haciendo uso de técnicas modernas administrativas en las Mype de la provincia de Sullana.

Procedimientos

Si Ud. accede participar, le pediremos que complete un cuestionario estructurado de gestión de calidad y de técnicas administrativas modernas, como instrumento de recolección de datos, mediante la técnica de la encuesta a una muestra poblacional que se calculará de la población de Sullana. El cuestionario demora aproximadamente 10 minutos.

Riesgos/molestias

Este estudio no representa ningún riesgo para la Mype que administra.

Beneficios

El estudio no presenta ningún beneficio para usted, pero podría beneficiar a la ciencia ya que reportará un panorama de la gestión de calidad y atención al cliente en la MYPE "Tonderos Restobar" distrito de Sullana, año 2018

Pago por participación

Su participación en este estudio es completamente voluntaria. Nosotros no pagamos por su participación.

Protegiendo la confidencialidad de los datos

Toda la información recogida en este estudio será manejada con rigurosa confidencialidad. Aunque se coleccionará su nombre y de la MYPE para propósitos del estudio, no los usaremos rutinariamente. Y toda la información recolectada será guardada en bases de datos protegidas con contraseñas. Usted no será identificable ya que solo números serán usados en vez de nombres en las bases de datos.



Compartiendo su información con otros

Los resultados de este estudio podrían presentarse en revistas o conferencias científicas, pero sin su nombre y sin ninguna información que pueda identificarlo. Su nombre no aparecerá en ninguna publicación de este estudio.

¿A quién debo llamar si tengo dudas o problemas?

- Llame al investigador principal, Mgtr. Carlos David Ramos Rosas al teléfono 955943115 sobre cualquier pregunta, duda o queja que crea se relacione al estudio.
- Llame o contacte a la oficina del Comité Institucional de Ética en Investigación de la ULADECH Católica. Contacte al Comité Institucional de Ética si siente que no ha sido tratado justamente o si tiene alguna otra preocupación. La información del Comité Institucional de Ética es la siguiente:

Dra. Carmen Gorriti Siappo

Presidenta del Comité Institucional de Ética en Investigación de la ULADECH Católica.

Teléfono: (+51043) 327-933.

E-mail: cgorritis@gmail.com

Declaración del participante

El estudio descrito me ha sido explicado, y yo voluntariamente doy mi consentimiento para participar en este estudio. Si tengo preguntas futuras acerca del estudio, éstas serán contestadas por uno de los investigadores listados en el punto anterior.

Doy permiso a los investigadores para:

- Usar la información colectada en este estudio

- No

44906627.

Anexo 6. Análisis de fiabilidad

“Año de la lucha contra la corrupción y la impunidad”

Mg. Lic. IGNACIA ABIGAIL LOZANO RAMOS

ESPECIALIDAD: ESTADÍSTICO

COLEGIADO: COESPE N°214

Validez y Confiabilidad:

Para evaluar el instrumento en su validez y confiabilidad se realizó una prueba piloto, a fin de garantizar la calidad de los datos. El instrumento se aplicó a 78 personas con el fin de explorar sobre la claridad y comprensión de las preguntas.

Validez: El instrumento que midió Caracterización de la Gestión de Calidad y Atención al cliente en la MYPE “Tonderos Restobar” distrito de Sullana, año 2018, fue validado por expertos que acrediten experiencia en el área, para emitir los juicios y modificar la redacción del texto para que sea comprensible por el entrevistado.

Confiabilidad: La confiabilidad fue evaluada mediante el método de Alfa de Cronbach, utilizando el paquete estadístico *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) versión 25. Dando el siguiente resultado:



.....
LIC. IGNACIA ABIGAIL LOZANO RAMOS
COESPE 214
COLEGIO DE ESTADÍSTICOS DEL PERÚ

ESTADÍSTICO DEL ALFA DE CRONBACH PARA DETERMINAR CARACTERIZACION DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCION AL CLIENTE EN LA MYPE "TONDEROS RESTOBAR" DISTRITO DE SULLANA, AÑO 2018

VARIABLE GESTION DE CALIDAD

Estadística de Fiabilidad	
Nº de Preguntas	Alfa Cronbach
10	0,951

Estadísticas de total de elemento				
	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
P01	7,00	10,444	,544	,955
P02	7,20	8,622	,987	,937
P03	7,20	8,622	,987	,937
P04	7,20	8,622	,987	,937
P05	7,10	9,433	,789	,946
P06	7,20	8,622	,987	,937
P07	6,90	11,656	,000	,963
P08	6,90	11,656	,000	,963
P09	7,20	8,622	,987	,937
P10	7,20	8,622	,987	,937

Podemos Determinar que el Instrumento utilizado para este estudio es confiable debido a que existe un 95.1% de confiabilidad con respecto a 10 Preguntas (10 encuestados) de la Variable Gestión de calidad.


 LIC. YANACIA ABIGAIL LOZANO RAMOS
 COESPE 214
 COLEGIO DE ESTADÍSTICOS DEL PERÚ

VARIABLE ATENCION AL CLIENTE

Estadística de Fiabilidad	
Nº de Preguntas	Alfa Cronbach
10	0.844

Estadísticos total-elemento				
	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
P01	5,56	7,653	,690	,816
P02	5,50	8,075	,555	,829
P03	5,47	8,014	,611	,824
P04	5,62	7,702	,638	,820
P05	5,68	8,043	,487	,835
P06	5,68	8,043	,487	,835
P07	5,68	8,461	,331	,849
P08	5,59	8,365	,387	,844
P09	5,68	7,506	,700	,814
P10	5,68	7,864	,556	,828

Podemos Determinar que el Instrumento utilizado para este estudio es confiable debido a que existe un 84.4% de confiabilidad con respecto a 10 Preguntas (68 encuestados) de la Variable Atención al Cliente.


 LICENCIADA ABIGAIL LOZANO RAMOS
 COESPE 214
 COLEGIO DE ESTADÍSTICOS DEL PERÚ

“Año de la lucha contra la corrupción y la impunidad”

Mg. Lic. IGNACIA ABIGAIL LOZANO RAMOS

ESPECIALIDAD: ESTADÍSTICO

COLEGIADO: COESPE N°214

Validez y Confiabilidad:

Para evaluar el instrumento en su validez y confiabilidad se realizó una prueba piloto, a fin de garantizar la calidad de los datos. El instrumento se aplicó a 78 personas con el fin de explorar sobre la claridad y comprensión de las preguntas.

Validez: El instrumento que midió Caracterización de la Gestión de Calidad y Atención al cliente en la MYPE “Tonderos Restobar” distrito de Sullana, año 2018, fue validado por expertos que acrediten experiencia en el área, para emitir los juicios y modificar la redacción del texto para que sea comprensible por el entrevistado.

Confiabilidad: La confiabilidad fue evaluada mediante el método de Alfa de Cronbach, utilizando el paquete estadístico *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) versión 25. Dando el siguiente resultado:



LIC. IGNACIA ABIGAIL LOZANO RAMOS
COESPE 214
COLEGIO DE ESTADÍSTICOS DEL PERÚ

ESTADÍSTICO DEL ALFA DE CRONBACH PARA DETERMINAR CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA MYPE "TONDEROS RESTOBAR" DISTRITO DE SULLANA, AÑO 2018

VARIABLE GESTIÓN DE CALIDAD

Estadística de Fiabilidad	
Nº de Preguntas	Alfa Cronbach
10	0.951

Estadísticas de total de elemento				
	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
P01	7,00	10,444	,544	,955
P02	7,20	8,622	,987	,937
P03	7,20	8,622	,987	,937
P04	7,20	8,622	,987	,937
P05	7,10	9,433	,789	,946
P06	7,20	8,622	,987	,937
P07	6,90	11,856	,000	,963
P08	6,90	11,856	,000	,963
P09	7,20	8,622	,987	,937
P10	7,20	8,622	,987	,937

Podemos Determinar que el Instrumento utilizado para este estudio es confiable debido a que existe un 95.1% de confiabilidad con respecto a 10 Preguntas (10 encuestados) de la Variable Gestión de calidad.


 LIC. IGNACIA ABIGAIL LOZANO RAMOS
 COESPE 214
 COLEGIO DE ESTADÍSTICOS DEL PERÚ

VARIABLE ATENCION AL CLIENTE

Estadística de Fiabilidad	
Nº de Preguntas	Alfa Cronbach
10	0.844

Estadísticos total-elemento				
	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
P01	5,56	7,653	,690	,816
P02	5,50	8,075	,555	,829
P03	5,47	8,014	,611	,824
P04	5,62	7,702	,638	,820
P05	5,68	8,043	,487	,835
P06	5,68	8,043	,487	,835
P07	5,68	8,461	,331	,849
P08	5,59	8,365	,387	,844
P09	5,68	7,506	,700	,814
P10	5,68	7,864	,556	,828

Podemos Determinar que el Instrumento utilizado para este estudio es confiable debido a que existe un 84.4% de confiabilidad con respecto a 10 Preguntas (68 encuestados) de la Variable Atención al Cliente.


 LIC. ABIGAIL LOZANO RAMÓS
 COESPE 214
 COLEGIO DE ESTADÍSTICOS DEL PERÚ

Anexo 7. Juicios de expertos



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE
DEPARTAMENTO DE INVESTIGACIÓN
JUICIO DE EXPERTOS

Yo, Carlos David Ramos Rosas, con cédula de colegiatura 03509, con profesión Administrador y ejerciendo actualmente como experto; por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el instrumento de recolección de datos del trabajo:

“Caracterización de la gestión de calidad y atención al cliente en la mype “TONDEROS RESTOBAR” distrito de Sullana, 2018”, presentado por la estudiante universitaria Gladys Estefany Gutiérrez Cueva de la escuela de Administración. Los resultados de la revisión realizada corresponden a aspectos como la adecuación (correspondencia del contenido de la pregunta con los objetivos de la investigación); la pertinencia (relación estrecha de la pregunta con la investigación) y la redacción (interpretación unívoca del enunciado de la pregunta, a través de la claridad y precisión del uso del vocabulario técnico) de cada uno de los ítems presentados; el detalle se presenta en el cuadro a continuación:


MIG. ADM. EMP. Carlos David Ramos Rosas
DOCENTE TUTOR ULADECH
CLAD 03509



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE
DEPARTAMENTO DE INVESTIGACIÓN
JUICIO DE EXPERTOS

Yo, Elizabeth Diamina Zapata Castro, con cédula de colegiatura 06563, con profesión administradora y ejerciendo actualmente como experto; por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el instrumento de recolección de datos del trabajo:

“Caracterización de la gestión de calidad y atención al cliente en la mype “TONDEROS RESTOBAR” distrito de Sullana, 2018”, presentado por la estudiante universitaria Gladys Estefany Gutiérrez Cueva de la escuela de Administración. Los resultados de la revisión realizada corresponden a aspectos como la adecuación (correspondencia del contenido de la pregunta con los objetivos de la investigación); la pertinencia (relación estrecha de la pregunta con la investigación) y la redacción (interpretación unívoca del enunciado de la pregunta, a través de la claridad y precisión del uso del vocabulario técnico) de cada uno de los ítems presentados; el detalle se presenta en el cuadro a continuación:


Mgtr. Elizabeth Zapata Castro
COORD. ESC. PROF. ADMINISTRACIÓN



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE
DEPARTAMENTO DE INVESTIGACIÓN
JUICIO DE EXPERTOS

Yo, Experto profesor Gusta Ramos, con cédula de colegiatura 05861, con profesión Administrador y ejerciendo actualmente como experto; por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el instrumento de recolección de datos del trabajo:

“Caracterización de la gestión de calidad y atención al cliente en la mype “TONDEROS RESTOBAR” distrito de Sullana, 2018”, presentado por la estudiante universitaria Gladys Estefany Gutiérrez Cueva de la escuela de Administración. Los resultados de la revisión realizada corresponden a aspectos como la adecuación (correspondencia del contenido de la pregunta con los objetivos de la investigación); la pertinencia (relación estrecha de la pregunta con la investigación) y la redacción (interpretación unívoca del enunciado de la pregunta, a través de la claridad y precisión del uso del vocabulario técnico) de cada uno de los ítems presentados; el detalle se presenta en el cuadro a continuación:


LIC. GUSTAVO A. ZURITA RAMOS
C.E. - INEC. COL. 05861
RUC N° 10036649143

Anexo 8. Evidencias de la encuesta

