



**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 LAS MYPE RUBRO
RESTAURANTE, CALLE SAN MARTÍN, SECHURA
(PIURA) AÑO 2018.**

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

AUTORA:

CHUNGA CHUNGA GRACE ROSALINDA

ORCID ID: 0000-0002-4083-5227

ASESOR:

MGTR. PELÁEZ CAMACHO HÉCTOR YVÁN

ORCID ID: 0000-0002-5394-1037

PIURA – PERÚ

2019

Título de la tesis

Caracterización de la Gestión de Calidad y Atención al Cliente en las Mype Rubro
Restaurante, Calle San Martín, Sechura (Piura) Año 2018.

Equipo de Trabajo

AUTORA

Chunga Chunga, Grace Rosalinda

ORCID ID: 0000-0002-4083-5227

Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Estudiante de Pregrado, Piura, Perú

ASESOR

Mgtr. Peláez Camacho, Héctor Yván

ORCID ID: 0000-0002-5394-1037

Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias Contables,
Financieras y Administrativas, Escuela Profesional de Administración, Piura, Perú

JURADO

Mgtr. Vilela Vargas, Víctor Hugo

ORCID ID: 0000-0003-2027-6920

Lic. Chumacero Ancajima, Maritza Zelideth

ORCID ID: 0000-0001-7372-741X Mgtr.

Guzmán Castro, Iván Arturo ORCID ID:

0000-0002-4650-4322

Hoja de firma del jurado y asesor

Mgr. Vilela Vargas Víctor Hugo

ORCID ID: 0000-0003-2027-6920

Presidente

Mgr. Guzmán Castro Iván Arturo

ORCID ID: 0000-0002-4650-4322

Secretario

Lic. Chumacero Ancajima Maritza Zelideth

ORCID ID: 0000-0001-7372-741X

Miembro

Mgr. Peláez Camacho, Héctor Yván

ORCID ID: 0000-0002-5394-1037

Asesor

Dedicatoria

Con mucho amor a mi madre, quien me apoya cada día para terminar con éxito mi carrera, ya que con su esfuerzo me permite a que siga con mis estudios, como también su deseo de superarme y así seguir logrando cada meta que me he propuesto.

A mi familia por inculcarme valores día a día, ya que siempre me apoyaron en todo lo que necesite y especialmente a mis abuelos porque fueron el motivo de seguir adelante.

Agradecimiento

A las MYPES, dedicados al rubro de restaurante que me facilitaron información, para poder desarrollar las actividades con su apoyo y brindando su tiempo para atenderme como también tuvieron comprensión para poder cumplir con este proyecto.

Resumen

El presente trabajo de investigación, tuvo como objetivo general, determinar cuáles son las características de la gestión de calidad y atención al cliente en las MYPE rubro restaurante, calle san Martín, Sechura (Piura) año 2018, la metodología presenta un tipo descriptivo, nivel cuantitativo y un diseño no experimental de corte transversal, la población de la investigación está conformada por las 04 MYPE rubro restaurante, calle san Martín, Sechura (Piura), donde la muestra para la variable gestión de calidad está conformada 26 trabajadores de las MYPES y para la variable atención al cliente está conformada por 119 clientes. La técnica de recolección de datos es la encuesta mediante el instrumento el cuestionario, elaborado con diferentes preguntas para los trabajadores y clientes, estas preguntas son de escala nominal agrupadas de acuerdo a las variables gestión de calidad y atención al cliente. Luego de las aplicaciones de análisis de los resultados se concluyó: que los trabajadores de los restaurantes indican que es importante atender adecuada al cliente, ya que los clientes son cada vez más rígidos, no solo buscan la calidad o el precio, sino que también una adecuada atención, un servicio inmediato y un trato personalizado, además llevan un apropiado control de sus productos, estos restaurantes deben seguir innovando con nuevos platos turísticos y de otras regiones que sean agradables, con el propósito de que los clientes accedan al producto y servicio que ofrecen, la credibilidad permite que el consumidor recurra continuamente por la seguridad y confianza que le transfiere.

Palabras Claves: Gestión de Calidad, Atención al Cliente, MYPE, Restaurante.

Abstract

The objective of this research work was to determine what are the characteristics of quality management and customer service in the MYPE heading restaurant, San Martín street, Sechura (Piura) year 2018, the methodology presents a descriptive type, level Quantitative and a non-experimental cross-sectional design, the research population is made up of 04 MYPE restaurant, San Martín street, Sechura (Piura), where the sample for the quality management variable is made up of 26 MYPES workers and For the customer service variable, it is made up of 119 clients. The data collection technique is the survey using the instrument the questionnaire, prepared with different questions for workers and customers, these questions are nominal scale grouped according to the variables quality management and customer service. After the analysis of the results, it was concluded that restaurant workers indicate that it is important to provide adequate customer service, since customers are increasingly rigid, not only looking for quality or price, but also for adequate attention, an immediate service and a personalized service, in addition they take an appropriate control of their products, these restaurants must continue innovating with new tourist dishes and from other regions that are pleasant, with the purpose that the clients access the product and service that offer, credibility allows the consumer to continually resort to the security and trust that he transfers.

Keywords: Quality Management, Customer Service, MYPE, Restaurant.

Contenido

Título de la tesis	ii
Equipo de Trabajo.....	iii
Hoja de firma del jurado y asesor	iv
Dedicatoria	v
Agradecimiento.....	vi
Resumen.....	vii
Abstract	viii
Contenido.....	ix
Índice de Tablas	xi
Índice de Figuras.....	xiii
I. Introducción.....	1
II. Revisión de la literatura.....	9
2.1. Antecedentes	9
2.1.1. Gestión de calidad.....	9
2.1.2. Atención al cliente	16
2.2. Bases teóricas	22
2.2.1. Gestión de calidad.....	22
2.2.1.1. Concepto.....	22
2.2.1.2. Principios de gestión de calidad	23
2.2.1.3. Beneficios de gestión de calidad	24
2.2.1.4. Importancia de la gestión de calidad	25
2.2.1.5. Calidad de servicio	25
2.2.2. Atención al cliente	26
2.2.2.1. Concepto	26
2.2.2.2. Estrategias de la atención al cliente.....	26
2.2.2.3. Componentes de la atención al cliente	28
2.2.2.4. Principios de atención al cliente	28
2.2.2.5. Importancia de saber mirar, escuchar y preguntar al cliente	29
III. Hipótesis	30
IV. Metodología	30
4.1. Diseño de la investigación	30
4.2. Población y muestra	32
4.2.1. Población	32

4.2.2.	Muestra	33
4.2.3.	Criterios	35
4.2.3.1.	Criterio de inclusión	35
4.2.3.2.	Criterio de exclusión.....	35
4.3.	Definición y operacionalización de variables e indicadores.	36
4.4.	Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	38
4.4.1.	Técnica.....	38
4.4.2.	Instrumento de recolección de datos.....	38
4.5.	Plan de análisis	39
4.6.	Matriz de consistencia.....	40
4.7.	Principios éticos	41
4.8.	Matriz de preguntas.....	42
V.	Resultados.....	45
5.1.	Resultados	45
5.1.1.	Variable gestión de calidad.....	45
5.1.2.	Variable atención al cliente.....	65
5.2.	Análisis de resultados.....	82
5.2.1.	Gestión de calidad.....	82
5.2.2.	Atención al cliente	88
VI.	Conclusiones.....	94
VII.	Recomendaciones	95
	Referencias bibliográficas.....	96
	ANEXOS	108
	Anexo N°1: Esquema del cronograma de actividades.....	109
	Anexo N° 2: Presupuesto	110
	Anexo N° 3: Cuestionario dirigido a los trabajadores	111
	Anexo N° 4: Cuestionario dirigido a los clientes.....	114
	Anexo N° 5: Permiso para encuestas	117
	Anexo N° 6: Constancia de validación	121
	Anexo N° 7: Evidencias.....	136

Índice de Tablas

Tabla 01. ¿Piensa usted que la atención que le brinda a sus clientes es la adecuada?	45
Tabla 02. ¿Considera que es importante atender adecuadamente al cliente?	46
Tabla 03. ¿Participan todos los trabajadores en el diseño y logro de los objetivos planteados?.....	47
Tabla 04. ¿Consideran que el liderazgo que se ejerce en la empresa prioriza el servicio al cliente?	48
Tabla 05. ¿La empresa incentiva la participación del personal para alcanzar los objetivos?.....	49
Tabla 06. ¿Se realizan procesos para el logro de la mejora continua de la empresa? 50	
Tabla 07. ¿La mejora permanente en el servicio responde a las necesidades y expectativas detectadas en los clientes?.....	51
Tabla 08. ¿Ayuda o participa en el proceso de la toma de decisiones para la empresa?	52
Tabla 09. ¿La relación que mantiene con sus clientes, respecto a las quejas y sugerencias es la adecuada?	53
Tabla 10. ¿El trabajo con calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazadas por la empresa?	54
Tabla 11. ¿Considera importante la planeación para cumplir con los objetivos?.....	55
Tabla 12. ¿Cree usted que el cliente se va satisfecho por el producto ofrecido?.....	56
Tabla 13. ¿Toman en cuenta los gustos y preferencias de sus clientes?	57
Tabla 14. ¿La empresa lleva un adecuado control de sus productos?	58
Tabla 15. ¿El personal debe cumplir estándares en el desempeño de su trabajo?	59
Tabla 16. ¿La empresa mide la productividad de sus trabajadores?	60
Tabla 17. ¿Al momento de realizar sus actividades, todos trabajan en forma conjunta?	61
Tabla 18. ¿Busca satisfacer al cliente con el producto ofrecido?	62
Tabla 19. ¿Existe un alto grado de compromiso de los empleados hacia los clientes?	63
Tabla 20. ¿Usted está comprometidos con la MYPE para el logro de los resultados esperados?.....	64

Tabla 21. ¿Los empleados del restaurante muestran interés y disponibilidad para ayudarlo en lo que necesita?	65
Tabla 22. ¿Los empleados conocen y le brindan la información adecuada sobre el producto ofrecido en el restaurante?	66
Tabla 23. ¿El restaurante actúa con rapidez a la hora de resolver sus dudas?	67
Tabla 24. ¿El empleado habla de forma clara y entendible al momento de ofrecerle el producto del restaurante?	68
Tabla 25. ¿Frecuentaría el lugar, después de haber consumido en el restaurante? ...	69
Tabla 26. ¿Considera usted que el restaurante debe de atender llamadas telefónicas y hacer entregas a domicilio?.....	70
Tabla 27. ¿Los empleados son honestos al momento de ofrecerle el producto?	71
Tabla 28. ¿Percibe un ambiente que muestra calidad y profesionalismo?	72
Tabla 29. ¿Se siente a gusto con el servicio que ofrece el restaurante?.....	73
Tabla 30. ¿Considera usted importante que el empleado debe desempeñarse al 100%?	74
Tabla 31. ¿Le ofrecen promociones en algunos productos al ser cliente del restaurante?	75
Tabla 32. ¿Cree usted que el restaurante debe seguir innovando con nuevos platos turísticos y de otras regiones que sean agradables?	76
Tabla 33. ¿El personal del comercial suele resolver sus dudas acerca del producto adquirido?	77
Tabla 34. ¿Usted como cliente recurre a empresas que más confianza le transmiten?78	
Tabla 35. ¿Usted utiliza un lenguaje adecuado al momento de solicitar un producto?	79
Tabla 36. ¿El personal mantiene comunicación con usted como cliente, que le permita conocer que desea adquirir?.....	80
Tabla 37. ¿La empresa mantiene contacto con usted de una u otra manera y que le permita conocer las fallas detectadas?	81

Índice de Figuras

Figura 01. Grafico circular que representa a la pregunta ¿Piensa usted que la atención que le brinda a sus clientes es la adecuada?.....	45
Figura 02. Grafico circular que representa a la pregunta, ¿Considera que es importante atender adecuadamente al cliente?.....	46
Figura 03. Grafico circular que representa la pregunta ¿Participan todos los trabajadores en el diseño y logro de los objetivos planteados?	47
Figura 04. Grafico circular que representa la pregunta, ¿Consideran que el liderazgo que se ejerce en la empresa prioriza el servicio al cliente?	48
Figura 05. Grafico circular que representa la pregunta, ¿La empresa incentiva la participación del personal para alcanzar los objetivos?	49
Figura 06. Grafico circular que representa la pregunta, ¿Se realizan procesos para el logro de la mejora continua de la empresa?.....	50
Figura 07. Grafico circular que representa la pregunta, ¿La mejora permanente en el servicio responde a las necesidades y expectativas detectadas en los clientes?	51
Figura 08. Grafico circular que representa la pregunta, ¿Ayuda o participa en el proceso de la toma de decisiones para la empresa?	52
Figura 09. Grafico circular que representa la pregunta, ¿La relación que mantiene con sus clientes, respecto a las quejas y sugerencias es la adecuada?.....	53
Figura 10. Grafico circular que representa la pregunta, ¿El trabajo con calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazadas por la empresa?	54
Figura 11. Grafico circular que representa la pregunta, ¿Considera importante la planeación para cumplir con los objetivos?.....	55
Figura 12. Grafico circular que representa la pregunta, ¿Cree usted que el cliente se va satisfecho por el producto ofrecido?	56
Figura 13. Grafico circular que representa la pregunta, ¿Toman en cuenta los gustos y preferencias de sus clientes?	57
Figura 14. Grafico circular que representa la pregunta, ¿La empresa lleva un adecuado control de sus productos?.....	58
Figura 15. Grafico circular que representa la pregunta, ¿El personal debe cumplir estándares en el desempeño de su trabajo?.....	59

Figura 16. Grafico circular que representa la pregunta, ¿la empresa mide la productividad de sus trabajadores?	60
Figura 17. Grafico circular que representa la pregunta, ¿Al momento de realizar sus actividades, todos trabajan en forma conjunta?	61
Figura 18.: Grafico circular que representa la pregunta, ¿Busca satisfacer al cliente con el producto ofrecido?	62
Figura 19. Grafico circular que representa la pregunta, ¿Existe un alto grado de compromiso de los empleados hacia los clientes?	63
Figura 20. Grafico circular que representa la pregunta, ¿Usted está comprometidos con la MYPE para el logro de los resultados esperados?	64
Figura 21. Grafico circular que representa a la pregunta, ¿Los empleados del restaurante muestran interés y disponibilidad para ayudarlo en lo que necesita?	65
Figura 22. Grafico circular que representa la pregunta, ¿Los empleados conocen y le brindan la información adecuada sobre el producto ofrecido en el restaurante?	66
Figura 23. Grafico circular que representa la pregunta ¿El restaurante actúa con rapidez a la hora de resolver sus dudas?	67
Figura 24. Grafico circular que representa la pregunta, ¿El empleado habla de forma clara y entendible al momento de ofrecerle el producto del restaurante?	68
Figura 25. Grafico circular que representa la pregunta, ¿Frecuentaría el lugar, después de haber consumido en el restaurante?	69
Figura 26. Grafico circular que representa la pregunta, ¿Considera usted que el restaurante debe de atender llamadas telefónicas y hacer entregas a domicilio?	70
Figura 27. Grafico circular que representa la pregunta, ¿Los empleados son honestos al momento de ofrecerle el producto?	71
Figura 28. Grafico circular que representa la pregunta, ¿Percibe un ambiente que muestra calidad y profesionalismo?	72
figura 29. Grafico circular que representa la pregunta, ¿Se siente a gusto con el servicio que ofrece el restaurante?	73
Figura 30. Grafico circular que representa la pregunta, ¿Considera usted importante que el empleado debe desempeñarse al 100%?	74
Figura 31. Grafico circular que representa a la pregunta, ¿Le ofrecen promociones en algunos productos al ser cliente del restaurante?	75

Figura 32. Grafico circular que representa la pregunta, ¿Cree usted que el restaurante debe seguir innovando con nuevos platos turísticos y de otras regiones que sean agradables?..... 76

Figura 33. Grafico circular que representa la pregunta ¿El personal del comercial suele resolver sus dudas acerca del producto adquirido?..... 77

Figura 34. Grafico circular que representa la pregunta, ¿Usted como cliente recurre a empresas que más confianza le trasmiten? 78

Figura 35. Grafico circular que representa la pregunta, ¿Usted utiliza un lenguaje adecuado al momento de solicitar un producto?..... 79

Figura 36. Grafico circular que representa la pregunta, ¿El personal mantiene comunicación con usted como cliente, que le permita conocer que desea adquirir?. 80

Figura 37. Grafico circular que representa la pregunta, ¿La empresa mantiene contacto con usted de una u otra manera y que le permita conocer las fallas detectadas?..... 81

I. Introducción

La presente investigación titulada: “caracterización de gestión de calidad y atención al cliente en las MYPE rubro restaurante, calle san Martín, Sechura (Piura) año 2018”, pertenece a la línea de investigación en la cual consiste en la “Gestión de calidad y formalización de las MYPE en el Perú”, línea asignada por la escuela profesional de administración “ULADECH – PIURA” y comprenden el campo disciplinar, promoción de las MYPE y se vinculan con las variables que utilizaremos para realizar nuestra investigación que son gestión de calidad y atención al cliente.

Se realiza esta investigación que será de gran utilidad porque permitirá describir cuales son las características de la gestión de calidad y atención al cliente en las MYPE rubro restaurante, calle san Martín, Sechura (Piura) año 2018; el desarrollo de la gestión de calidad facilitaría a que las MYPES peruanas puedan desarrollarse en grandes empresas, al brindar confianzas a sus clientes ya sea de sus servicios o productos.

En el ámbito político peruano se ve afectado por el problema que tiene Venezuela, lo cual es agregado al sector informal, así mismo consigue diferir un desarrollo de la R.M.V, si se eleva la Remuneración Mínima Vital obtendría, mucha más informalidad, ya que las organizaciones preferirían contratar los venezolanos por mínimos sueldos. (Ayesta, 2019)

Ley N° 27790, indica que el MINCETUR (ministerio de comercio exterior y turismo) es el dirigente en el factor de comercialización y turismo, estableciendo funciones en el marco legal hacia el progreso de las diligencias turísticas, controlando el desempeño de la normatividad expuesta por la competencia; en la cual Decreto

Supremo N° 025-2004, afirmó el Estatuto de Restaurantes, teniendo como esencia instituir las habilidades para la codificación y controlar la labor de los restaurantes. (Ferreyros, 2017)

Las MYPES de los restaurantes titulados, restaurante y café fragu, el galpón, sabores de mi tierra, y carmelita, en la calle San Martín de la Provincia de Sechura, estas empresas están sometidas a los reglamentos y estatutos de ley.

La incertidumbre política afecta el desarrollo monetario del Perú, en la cual, si este se despeja, el Perú progresaría al producto bruto interno entre el 4% al 5%, asimismo, el PBI nacional subirá 3.8%, al año 2020, como también 3.7%, al año 2021. Al mismo modo se menciona que el dólar ha bajo en los 30 meses y continuará bajando puesto que hay un ambiente económico favorable en el universo. (Paz, 2018)

En el ámbito económico los restaurantes de los servicios de bebidas y comidas, subieron 1,86% en junio del año 2018 según el instituto nacional de estadística e informática. Además, nos indica que el rubro de restaurante se especifica en tres categorías; el conjunto de restaurantes ofreciendo el negocio de comida usual al público, el servicio de bebidas y otros puestos de servicios de comida agregado especialmente por los representantes de alimentos. (Garrido, 2018)

Se espera un desempeño en el egreso de la canasta de uso entre las viviendas, esperando una buena ocupación en las cualidades del cuidado propio y del hogar. (Alcázar, 2019)

Paz (2019), menciona que en el año 2019 el mes de febrero, señala el instituto nacional de estadística a informática, que donde, es el desarrollo de las actividades, como; comidas criollas, carne, cevichería, de los restaurantes incremento un 3.44 %.

En el ámbito sociocultural se destaca que la comida tradicional se ha dejado a un lado por la comida de valioso nivel que es la comida rápida y el gastronómico. Por lo tanto, hoy en día para los jóvenes entrar en el mundo donde es la cocina se necesita de profunda experiencia, mucha práctica y estudios, ya que no hay diversas ocasiones de inclusión para aquellos jóvenes, además se indica que los clientes cada vez estiman más y más las gestiones que ayudan a la sociedad, la atención del ambiente, se dice que, con estos cambios, los restaurantes del mismo modo se humanizan más. (Atarama, Eduardo, & Paredes, 2016)

La ética, para que la gestión de los restaurantes progrese, traspasando de ser un oficio que ofrece comida a transformarse a una empresa que integra a vivir experiencias de sus consumidores como también tener el placer o el encanto de ayudar, por otro lado, hay que resaltar que si en conjunto de los componentes o equipo se encuentre en sintonía, además al momento de optar perfiles como, gerentes, se le dé preferencia a aquellos postulantes preparados a participar de este perfil de negocio, lograrán aplicar habilidades como el gestión de residuos, reciclaje. (Cerro, 2016)

En el ámbito de la tecnología, actualmente está más presente en los restaurantes. Ya es un componente de gestión indispensable, como nos indica varios beneficios al momento de inducir o hacer uso de la tecnología, nos ayuda a mejorar el servicio del consumidor, ampliación de ingresos obtenido por la suma de compra de servicios, encargos frecuentes y entregas por adelantado, desarrollo de la gestión de

recomendaciones por el consumidor al conseguir indagación suficiente para ampliar nuevas habilidades e impulsar su satisfacción. (Coquillat, 2016)

Luzardo (2017), indica que los restaurantes consiguen utilizar tecnología para ser más lucrativas y eficaz, que, al momento de utilizar los instrumentos tecnológicos, ayuda a obtener pedidos, detallar u brindar rebajas y cortesías a sus compradores.

Ponce (2017), determina que la tecnología se ha transformado en un fragmento clave para el descubrimiento empresarial. Hacia la industria de la nutrición y a pesar de la calidad que posee en el suceder del negocio, los progresos continuamente han sido pausados y con una cualidad reacia, actualmente esto está cambiando.

La cocina peruana es conocida alrededor del mundo, lo cual favorece al excelente posicionamiento gastronómico, los clientes mayor mente buscan un agradable servicio como también un lugar oportuno, las empresas tendrán que usar la tecnología para impulsar la sostenibilidad hacia la meta deseada. (Goñí , 2018)

Los restaurantes de la provincia de Sechura como son; restaurante y café fragu, el galpón, sabores de mi tierra, y carmelita, en estos restaurantes se hace uso de la tecnología y un mayor número de cifras de consumidores por internet, estos han permitido que los clientes estén más enterados, así mismo, elijan la calidad, no solo en relación de la comida, sino igualmente que del servicio. La tecnología ayuda al incremento de los pedidos como también entregas al hogar por vía internet, esto favorece que llegue la comida más rápido hacia el domicilio, además los consumidores ahorran tiempo y dinero utilizando las herramientas tecnológicas. Por lo tanto, estos cuatro restaurantes básicos crecieron por esa razón, ya que brindan comida de calidad con unos importes asequibles. Para mejorar el servicio del negocio, se efectuará un

software que accederá a registrar cualquier aspecto a partir de pedido hacia los consumidores incluso la facturación.

Jiménez (2017), menciona que la tecnología es, el componente transformador más capaz para alcanzar más y altas experiencias, esto lo saben los grandiosos restaurantes, y les corresponden saber los chicos.

En el ámbito ecológico, nos indica que hoy en día este sector es un gran negocio, por lo tanto, los estudios mencionan que la inversión en los clientes del medio ambiente posee gran potencial para el patrimonio ecológico, como también la energía renovable ya que está subiendo, puesto que los compradores están formando una alta demanda en la ampliación del producto, así que esto es favorable hacia aquellos que requieren formar negocios ecológicos. (Núñez, 2016)

Los restaurantes: restaurante y café fragu, el galpón, sabores de mi tierra, y carmelita, de la Provincia de Sechura, estas empresas utilizan los residuos orgánicos, ya que los desperdicios de comida producen alimento para animales de granjas, así mismo en donde es los residuos inorgánicos son cedidos a los recicladores establecidos de las compañías. Además, estas empresas capacitan a sus trabajadores de los restaurantes con el propósito de mantener oh obtener buenas habilidades ambientales. El restaurante “sabores de mi tierra” no utiliza tecnopor ni tampoco sorbetes. Por lo contrario, el “restaurante y café fragu” ha representado los recipientes de plástico y tecnopor por opciones biodegradables, accediendo así la disminución de plásticos, además nunca ceden sorbetes de plástico a sus consumidores.

En el ámbito legal se logra indicar que cada vez más y más el consumidor cuenta con investigación con el fin de evitar ser impresionados por el lado del

mayorista, constituyendo un negocio claro. Asimismo, la empresa cuenta con todas las legales, a manera como los trámites de licencias, igualmente desarrollaremos cualquier medida como también cualquier protocolo, con el fin de impedir sanciones y multas. (Atarama, Eduardo, & Paredes, 2016)

Schneir (2018), indica que la mano de obra radica en los sueldos pagados a los trabajadores, es un consumo necesario como también una gran inversión si son operados adecuadamente. Por lo tanto, calcular los precios laborales y optimizarlo sin que esto perjudique a tu organización logra ser más viable de lo que posiblemente estés pensando.

Los empresarios, ya sean independientes, deducen que los precios de mano de obra simbolizan un significativo consumo versátil para el negocio. Por lo tanto, en la mano de obra, se debe detallar con el personal eficaz, idóneo y en constante modernización. (Riquelme, 2015)

Para alcanzar al triunfo con tu negocio de restaurantes es fundamental que se perfeccionen varias habilidades, existiendo una muy trascendental el mobiliario y el equipo a efectuar. Es importante que se consiga suministrar el excelente inmobiliario, obtenido de la principal calidad hacia efectuar las necesidades del consumidor, todo restaurante necesita de maquinaria y equipo en las cuales vienen hacer lo siguiente; refrigeradoras, cocina industrial, computadora, congeladoras, equipo de sonido, Sistemas de Pedido en Línea, televisor, mesas de plástico, mesa de cocina, sillas de plástico, estufa con horno, horno Microondas. (Norén, 2017)

En las redes sociales como las cuales son, twitter, Facebook, etc, favorecen a los restaurantes, ya que ellos transporten el mensaje hacia los clientes. Utiliza

modernizaciones habituales y brinda promociones específicas para los seguidores con la finalidad de mantenerlos enterados a los consumidores de los restaurantes, de igual manera facilita información frecuente sobre peculiaridades del menú. Este seguimiento en los sitios de web se da para suministrar un enfoque completo de tu empresa, consigues apropiar tus consumidores mediante la ayuda de pedidos, además por este sitio web, facilitando expectativas útiles que alcanzan a atraer unos consumidores nuevos. (Roy, 2018)

Vallejo (2019), menciona que los restaurantes perpetuamente están averiguando únicas ideas para atraer nuevos consumidores proporcionando que el restaurante sea beneficioso. Hoy en día los restaurantes hacen descuentos como el 20% para atraer la clientela, como también algunas veces lo hacen de otra forma, como dos entradas por el precio, de uno se dice que esta es la forma más útil que utilizan los restaurantes, constantemente hay variedad de ideas de conquistar a los clientes y así poder ampliar tus ingresos.

De acuerdo a la situación antes caracterizada, se puede enunciar el problema como: ¿Qué características tiene la gestión de calidad y atención al cliente en las MYPE rubro restaurante, calle san Martín, Sechura (Piura) año 2018? y como objetivo general tenemos, determinar cuáles son las características de la gestión de calidad y atención al cliente en las MYPE rubro restaurante, calle san Martín, Sechura (Piura) año 2018. a la misma vez como objetivos específicos tenemos, identificar los principios de la gestión de calidad en las MYPE rubro restaurante, calle san Martín, Sechura (Piura) año 2018, conocer los beneficios de la gestión de calidad en las MYPE rubro restaurante, calle san Martín, Sechura (Piura) año 2018, identificar las estrategias de la atención al cliente en las MYPE rubro restaurante, calle san Martín, Sechura

(Piura) año 2018, describir los componentes de la atención al cliente en las MYPE rubro restaurante, calle san Martín, Sechura (Piura) año 2018.

El presente investigación se justifica de manera práctica, ya que esta investigación esta laborada con el fin de determinar las características de la MYPE ya que debido a la actualidad solo se establecen en la práctica para comenzar un negocio, por esta cognición varias sucesiones no consiguen sus objetivos anhelados, por ello es muy significativo que las MYPE tenga la capacidad de diseñar estrategias de atención al cliente para que ante cualquier problema que se presente poder darle procedimiento con los instrucciones, conocimiento y habilidades adquiridos. Es por ello que se averiguará por otras fuentes de investigación con el fin de alcanzar un máximo conocimiento de las MYPES, averiguando información fundamental, respecto a las características de gestión de calidad y atención al cliente en las MYPE.

La elaboración de la investigación esta aprovechada acorde a la nueva ley anunciada por la SUNEDU así mismo de acuerdo a la ley universitaria N° 30220, artículo 45°, ha determinado que para optar el grado académico de bachiller se solicita haber capacitado los estudios de pregrado, así como también la comprensión de un idioma extranjero de particularidad inglés.

La investigación se dice que es teórica, ya que esta investigación se ha acudido al autor, Lizarzaburu (2016). Con el libro llamado “La gestión de la calidad en Perú” en el que discurre la variable de Gestión de Calidad, en la cual indica que la norma ISO 9000, es aquella que detalla los pilares del sistema de gestión de calidad para las empresas logrando una gestión eficaz, ventajas competitivas, confiabilidad entre empresa y proveedor con la finalidad de lograr la calidad o mejora para los productos

o servicios de la organización. Por otra parte, se ha solicitado al autor, Porporatto (2015). Con su libro titulado “Atención al cliente” donde considera que la variable de atención al cliente, es el servicio relacionado por una compañía con la finalidad de adaptarse con los clientes oh consumidores y complacer sus necesidades, por lo tanto, es un instrumento eficaz para interactuar con los consumidores ofreciendo asesoramiento apropiado para afirmar el buen uso correcto de un servicio oh también producto.

La investigación aplicara la metodología científica, donde se dará uso de fuentes estadísticas para recaudar, calcular la muestra y analizar la interpretación de datos de tal forma que se recaben datos adecuados para profundizar la investigación y conocer la problemática que se da en las MYPES.

II. Revisión de la literatura

2.1. Antecedentes

2.1.1. Gestión de calidad

Burgos (2017), en su tesis denominada “Desarrollo Del Sistema De Gestión De Calidad En El Restaurante-Bar Ouzo Agave Azul S.A.S. Bajo Los Lineamientos De La Norma Iso 9001:2015 Y La Norma Técnica Colombiana Ntsusna 008”. El presente trabajo se realizó en la Universidad Libre de Colombia, el objetivo general de esta presente investigación ha sido desarrollar el sistema de gestión de calidad para el restaurante- bar ouzo agave azul S.A.S (santa marta, magdalena) bajo los lineamientos de la norma ISO 9001:2015 y la norma técnica colombiana Nts-Usna 008 que estandarice sus procesos y valore el riesgo del sistema, se empleó una metodología de tipo mixta, finalmente, se concluye que los aspectos de servicios cuantificables sobre

los resultados obtenidos en el diagnóstico previamente realizado, donde se reflejaba la intranquilidad de los clientes dentro de los momentos de servicio y quienes a su vez mostraban total conformidad y gusto por los productos ofrecidos. Para diseñar el plan, procedimiento y demás formatos relacionados con las auditorías internas donde se estipularon además los respectivos responsables y procesos a auditar, teniendo en cuenta en cada caso las entradas y salidas por proceso, y las necesidades de los mismos para su cabal desarrollo; para llegar a la coordinación de estos criterios, fue necesario establecer varias reuniones con todo el personal involucrado en los distintos procesos y generar capacitación inicial sobre las generalidades del SGC. Se encontró que la organización presentaba falencias graves en aspectos de planificación para el sistema de gestión de calidad como consecuencia del recién inicio en el desarrollo del mismo y de la falta de conocimiento tanto de directivas como de trabajadores, por otro lado, en cuestiones de evaluación del desempeño de la prestación del servicio y liderazgo se evidenció poco progreso.

López (2018), en su trabajo de investigación titulado “Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy’s de la ciudad de Guayaquil”, de la universidad católica de Santiago de Guayaquil, el objetivo general de esta presente investigación es determinar la relación de la calidad del servicio con la satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy’s de la ciudad de Guayaquil, a través de una investigación de campo para el diseño de estrategias de mejora del servicio al cliente, se empleó una metodología de tipo descriptiva, finalmente, se concluye a través del desarrollo de esta investigación, se evidenció que el servicio al cliente es muy importante en cualquier empresa, depende de esto el éxito o el fracaso de la misma. Para una organización siempre es bueno que un cliente salga satisfecho para que así

ellos puedan recomendar el lugar por su buena comida y servicio. Referente al marco teórico se mencionaron algunas teorías, enfoques de la calidad, calidad del servicio, satisfacción al cliente, características de la calidad, modelos de medición de servicio. En donde se concluyó que es necesario tener una evaluación de calidad de servicio que permita controlar correctamente las actividades de la empresa. 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. Se pudo comprobar que existe una relación significativa positiva entre la calidad del servicio y la satisfacción al cliente, esto significa que si aumenta la calidad del servicio va a aumentar la satisfacción al cliente o si es que disminuye la calidad de servicio disminuye la satisfacción al cliente.

Monroy & Urcádiz (2018), ejecutaron una investigación titulada "Calidad en el servicio y su incidencia en la satisfacción del comensal en restaurantes de La Paz, México" en el Instituto Politécnico Nacional México, el objetivo es determinar la percepción promedio de la calidad en el servicio (CS) y su incidencia en las medias de la satisfacción del cliente (SC) en 54 restaurantes adscritos a la Cámara Nacional de Restaurantes y Alimentos Condimentados, A.C. de La Paz, Baja California Sur, Para el desarrollo de este trabajo de investigación, se utilizó la metodología SERVPERF con una adaptación donde se evalúa únicamente las

percepciones como una buena aproximación a la satisfacción del cliente, definida ésta como “el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas”, finalmente se concluye que en la industria restaurantera del destino turístico de la ciudad de La Paz, la calidad en el servicio es bien evaluada, ya que al momento de hacer un análisis inferencial de las percepciones generadas por los comensales, se pudo encontrar que la variable relacionada calidad en el servicio, la media global fue de 4.06, lo que representa para la CANIRAC una efectividad del 81.30% del servicio; mientras que, en la variable relacionada en la satisfacción del cliente, ésta fue del 81.90% (4.09 de 5).

Vergara (2019), desarrollo una investigación denominada “Gestión de calidad con el uso del neuromarketing y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro comidas en restaurantes del distrito de Huaraz, 2018”. En la Universidad Católica Los Ángeles Chimbote, tiene por objetivo general, describir las principales características de la gestión de calidad con el uso del neuromarketing y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro comidas en restaurantes del distrito de Huaraz, 2018, la metodología de la investigación es descriptivo, finalmente se concluye, con respecto a la gestión de calidad lo conocen esporádicamente y después de alguna información que se brindó se consideró que si ayudaría a mejorar su empresa pero como no estarían acostumbrados habría alguna dificultad pero estarían aptos en buscar alternativas de mejora de su empresa. Además, al tener un control interno, tiene por objetivo resguardar los recursos de la empresa o negocio evitando pérdidas por fraude o negligencia, como así también detectar las

desviaciones que se presenten en la empresa y que puedan afectar al cumplimiento de los objetivos de la organización.

Sandoval (2018), desarrollo una investigación titulada “El Sistema De Gestión De Calidad Y La Atención Al Cliente En El Restaurant El Gourmet Urbano En El Distrito De San Isidro, 2015”. De la universidad san Martin de Porres, tienen por objetivo general determinar de qué manera el Sistema de Gestión de Calidad se relaciona con la atención al cliente en el restaurant El Gourmet Urbano en el distrito de San Isidro en el 2015, Se realizó una investigación de tipo descriptiva, obteniendo como conclusión que el Resturante El Gourmet Urbano debe elaborar procesos, manuales, diseño de procedimientos de calidad hacia la gastronomía permanente mediante el sistema de gestión de la calidad promoviendo así mejorar el nivel de laboral de gastronomía y todos los empleados por ende esto se traducirá en la mejora de la atención al cliente brindada. También, fue notoria la necesidad de formar un comité de control de la calidad para la lograr satisfacción en los clientes, compuesto por personal capacitado, y a la vez elaborar una guía de indicadores de satisfacción del servicio. Otro aspecto que se pudo demostrar en la tesis es la importancia de implementar talleres de planificación mediante técnicas de diseño de procedimientos, procesos, manuales para lograr una adecuada atención al cliente que provoca devolución del servicio de parte del cliente.

Samanez (2019), ejecuto una investigación denominada “Gestión De Calidad En Atención Al Cliente Y Propuesta De Mejora En Las Micro Y Pequeñas Empresas Del Sector Servicio, Rubro Restaurantes Del Distrito De Sayan, Provincia De Huaura, Año 2019”. En la Universidad Católica Los Ángeles Chimbote, tiene como objetivo

principal: Determinar las principales características de la Gestión de Calidad en Atención al Cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes del Distrito de Sayán, Provincia de Huaura año 2019, Se realizó una investigación de tipo descriptiva, concluyendo en cuanto a que si las micro y pequeñas empresas están aplicando una Gestión de Calidad se obtuvo que el 70% no aplica una Gestión de Calidad, por lo que nos da a conocer que hay poco interés por parte de los gestores en aplicar una adecuada gestión de calidad. Con respecto al uso de las técnicas de Gestión de Calidad en las micro y pequeñas empresas, se obtuvo que el 37% no usa ninguna técnica de gestión, esto indica que las empresas poco les interesa su aplicación y a veces por desconocimiento no lo usan.

Castro (2019), desarrollo una investigación denominada “Caracterización De La Gestión De Calidad Y Satisfacción Del Cliente En La Mype Rubro Restaurantes Urb El Bosque-Castilla, Piura 2016”. En la Universidad Católica Los Ángeles Chimbote, tiene por objetivo, identificar las características que presenta la gestión de calidad y satisfacción al cliente en las MYPE rubro restaurantes, la metodología propuesta para esta investigación es descriptiva, asimismo llegando a la conclusión, según la investigación realizada, se obtuvo como resultado que la mayoría de los encuestados indican que los beneficios de la satisfacción del cliente son: la compra repetitiva, la boca a boca y el posicionamiento. Se sugiere a las MYPEs bajo estudio, que deben seguir llevando un control continuo sobre los beneficios de la satisfacción de sus clientes esto les permitirá conocer más a sus clientes y saber cuales son sus gustos y preferencia. Según la investigación realizada, se obtuvo como resultado que la mayoría de las MYPEs indica que los beneficios que brinda la gestión de calidad son: mayor participación de los empleados, mejorar la imagen y credibilidad ante

terceros y lograr maximizar la satisfacción de los clientes. Se recomienda a las MYPEs bajo estudio que deben contar con estrategias de gestión de calidad, ya que los beneficios que les brinda, hacen que cada vez sean mejores y poder mantener una buena relación entre trabajadores como con sus clientes. Un buen servicio al cliente es fundamental porque permite ser la diferencia de la empresa, brindar un buen servicio es más importante que el precio ya que los consumidores pagarían más dinero, por sentirse más valorados.

Medina (2018), en su tesis denominada “Caracterización De Competitividad Y Gestión De Calidad De Las Mype Sector Servicio Gastronómico Rubro Restaurantes Comida Marina, Talara, Año 2018”. El presente trabajo se realizó en la Universidad Católica Los Ángeles De Chimbote (Perú) El objetivo de esta presente investigación es determinar la Competitividad y Gestión de Calidad de las MYPE sector servicio Gastronómico rubro Restaurantes comida marina de Talara, año 2018. La metodología fue de tipo de descriptiva, finalmente se concluye, Con respecto a los beneficios de la gestión de calidad se llegó a la conclusión que los restaurantes de la AV. B de Talara debido a la totalidad de encuestados se pudo identificar la: Satisfacción al cliente, por la variedad de sus procesos y productos reciclables. Debido a esto siempre están atentos para agradar a sus clientes, para garantizarle una buena estadía y que estos sientan la alegría de regresar pronto, Cuando un restaurante ingresa un plato nuevo e innovador al mercado despierta en interés en los consumidores haciendo que esto sea una estrategia potencial, también se reciclan y venden los productos.

Dedios (2019), desarrollo una investigación denominada “Gestión De Calidad Y Atención Al Cliente De La Mype Rubro Restaurant Cevicheria Karaoke Ingrid De La Ciudad De Sullana, Año 2019”. En la universidad Católica los Ángeles de

Chimbote, tuvo como objetivo determinar las características de gestión de calidad y atención al cliente de la mype rubro Restaurant cevichería karaoke Ingrid de la ciudad de Sullana, año 2019, el tipo de investigación fue descriptivo, finalmente se concluye que el servicio del restaurant cevichería karaoke Ingrid, utiliza recursos especializados para atender al cliente, aportando un alto valor añadido para éstos. Es por ende que es importante que el restaurant utilice recursos para su ejecución e información, control o gestión para que de una u otra manera el restaurant tenga una buena productividad. Se concluye que la gerenta del restaurant cevichería karaoke Ingrid , tiene en cuenta los valores que mejoran el servicio al cliente , según la encuesta nos dice que sus trabajadores si se sienten a gusto con el restaurant , así mismo se sienten identificados con los objetivos de la empresa , lo cual el restaurant cevichería karaoke Ingrid hace sentir al trabajador como la persona más segura , elevando sus sentimientos a la vez sus trabajadores pone en práctica sus habilidades ,experiencia y confianza a sus trabajadores - clientes por lo que permitirá tener una buena relación con su trabajadores.

2.1.2. Atención al cliente

Romero (2018), estableció en su tesis titulado “Calidad Del Servicio Y Satisfacción Del Cliente En Los Principales Restaurantes Del Distrito De Juliaca Provincia De San Román 2018”. En la Universidad Nacional Del Altiplano, obteniendo como objetivo: estudiar el problema relacionado a la calidad de servicio y el desconocimiento que se tiene sobre el grado de satisfacción del cliente en los principales restaurantes del distrito de Juliaca, de la provincia de San Román, 2018. Se empleó la metodología tipo descriptiva, finalmente tenemos como conclusión, Con

relación a satisfacción del cliente en los restaurantes del distrito de Juliaca, se confirma que el 68,6% representado por 194 comensales quienes declaran satisfacción promedio. Se concluye que con el valor de las dimensiones ($p = 0,01$), lo cual, nos indica la existencia de relación entre las variables calidad de servicio y la satisfacción del cliente en estos principales restaurantes del distrito de Juliaca.

Catalán (2018), ejecuto una investigación titulada "Calidad De Los Servicios Y Satisfacción Del Cliente En El Restaurante Pizza Burger Diner, Ubicado En La Cabecera Del Departamento De Zacapa." En la Universidad Rafael Landívar, la presente investigación tuvo por objetivo determinar la calidad del servicio y satisfacción de los clientes en el restaurante de comida rápida Pizza Burger Diner, ubicado en la cabecera del departamento de Zacapa, se ejecutó una metodología de tipo descriptiva, finalmente se concluye que el personal del restaurante es amable, cortés y profesional, los clientes se encuentran totalmente satisfechos y la calificación es excelente, de igual manera calificaron la rapidez del servicio, prontitud en que fue tomada su orden y entrega de alimentos. Del entorno físico, que comprenden disponibilidad de mesa, carta del menú, decoración, comodidad del mobiliario, limpieza de instalaciones y la calidad de los alimentos y bebidas es aceptable, aportando seguridad, comodidad y confianza a los clientes; lo que se convierte en un reto para la gerencia en alcanzar la excelencia y una alta satisfacción.

El restaurante presenta pocas quejas, todas son hechas de manera verbal directas y el tiempo para resolverlas según los clientes es bueno; además se comprobó que no cuentan con mecanismos que permitan al cliente poder expresar sus sugerencias, reclamos o felicitaciones.

Sánchez (2017), ejecuto una investigación titulado "Evaluación De La Calidad De Servicio Al Cliente En El Restaurante Pizza Burger Diner De Gualan, Zacapa.". En la universidad Rafael Landívar, cuyo objetivo general fue: evaluar la calidad del servicio al cliente en el restaurante Pizza Burger Diner de Gualán. Se utilizó la metodología de tipo descriptivo, concluyendo 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.

Coronel (2016), desarrollo una investigación denominada “Calidad De Servicio Y Grado De Satisfacción Del Cliente En El Restaurant Pizza Hut En El Centro Comercial Mega Plaza Lima; 2016”. En la Universidad Señor de Sipán, tiene como objetivo determinar la calidad del servicio y el grado de satisfacción del cliente en el Restaurant Pizza Hut del centro comercial Mega plaza-lima 2016, se empleó una metodología de tipo descriptiva, finalmente se concluye que en el Restaurant Pizza Hut- Lima; de un total de 356 comensales encuestados 255 estuvieron de acuerdo con el nivel de calidad del servicio en el restaurante; sin embargo, 101 de ellos manifestaron su desacuerdo con este proceso. Es importante destacar que en promedio 157, manifestaron que los productos que vende dicho restaurante son de buena calidad, sin embargo, 199 de ellos afirman su desacuerdo con respecto a los productos ofrecidos por este restaurante.

Mejía (2017), estableció en su tesis titulado “La Satisfacción Del Cliente Y El Nivel De Fidelización En Restaurantes Familiares De San Miguel, San Isidro Y Jesús María”. En la universidad San Ignacio de Loyola, teniendo como objetivo determinar la relación entre los factores de la satisfacción del cliente y el nivel de fidelización en

restaurantes familiares de San Miguel, Jesús María, San Isidro, elaboro una metodología mixta, es decir tener una fusión de los enfoques cualitativos y cuantitativos. Finalmente se concluye que, hoy en día es importante que no solo los mozos estén pendientes del servicio, para completar la experiencia es fundamental que algún administrativo este presente y preocupado por el servicio a brindar, recolectando comentarios ya sean positivos o negativos. Actualmente se considera fundamental el vínculo de confianza que se desarrolle entre un cliente – empleado, la capacidad de solución de problemas es muy considerada por estos. Es por este motivo que la confianza es la variable que predomina sobre las demás como nos mencionó Orestes Díaz en su entrevista tenemos que ganarnos al cliente y de esta forma el cliente volverá a buscarnos.

Chupayo (2018), ejecuto una investigación denominada “Impacto De La Calidad Del Servicio En La Satisfacción En La Micro y Pequeña Empresa Del Rubro Restaurante De Comida Criolla En Ñaña, Distrito De Lurigancho Chosica”. En la universidad Esan, obteniendo como objetivo general, explicar el impacto de la calidad de servicio en la satisfacción de los clientes en restaurantes MYPE en Ñaña, distrito de Lurigancho en el periodo 2018, implementando una metodología de tipo explicativa ya que no sólo busca describir, la investigación se concluye en el rubro de restaurantes MYPE en el distrito de Lurigancho, es importante cuidar 6 variables: Elementos Tangibles, Empatía, Seguridad, Fiabilidad y la Accesibilidad, las cuales influyen significativamente; sin embargo, es importante destacar que las variables que mayor peso presentan según la regresión lineal son: Fiabilidad y Empatía.

Camacho (2019), determino en su tesis denominada “Caracterización De La Capacitación Y La Atención Al Cliente De Las Mype, Rubro Restaurantes Del Distrito De Morropón, Año 2016”. En la Universidad Católica Los Ángeles Chimbote, en la cual tuvo como objetivo general establecer las características de la capacitación y la atención al cliente; en la metodología de la investigación su nivel es descriptivo, con un diseño no experimental, de corte transversal. Se concluye que el desempeño de los trabajadores en las MYPEs de los restaurantes del Distrito de Morropón a los trabajadores los evalúan por su desempeño a través del mejor aprovechamiento de los recursos que les asignan, el resultado eficiente de la tarea que realizan y por el trato que dan al cliente, su desempeño en la función que realizan es de un alto nivel de calidad, y se sienten satisfechos por el nivel de desempeño que tienen en los restaurantes. Además, en el distrito de Morropón no se les ofrece una adecuada atención, ya que el personal no es capacitado como también no brindan variedad de platos, en la cual los clientes no son atendidos con el sabor y la sazón que satisfacen sus necesidades.

Se determinó las actividades de atención al cliente en las MYPEs de los restaurantes del Distrito de Morropón, no se les brinda una buena atención pese a que el personal no deja de ser capacitado, no tienen diversidad de procesos por lo que no brindan variedad de plato, están en desacuerdo con la capacidad de respuesta al no ser atendidos con la sazón y el sabor que satisfagan sus necesidades, están muy en desacuerdo con el servicio al cliente al no contar los restaurantes con adecuada distribución de las instalaciones, con buena atención al cliente y rápido pago en caja.

Villacorta (2019), realizó una investigación nombrada “Gestión De La Calidad En Atención Al Cliente Y Plan De Mejora En Las Micro Y Pequeñas Empresas Del

Sector Servicio – Rubro Restaurante, Urbanización Los Jardines, Trujillo 2018”, desarrollada en la universidad Católica los ángeles de Chimbote, esta investigación posee un objetivo donde determinar las características de la gestión de calidad en atención al cliente y plan de mejora en las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio – Rubro Restaurante Urbanización los Jardines, Trujillo 2018, con una metodología de tipo descriptiva, finalmente llegando a la conclusión, que la totalidad (100%) conoce lo que es atención al cliente. La mayoría (82%) miden el rendimiento a través de la observación. La totalidad (100%) contribuye a mejorar el rendimiento del negocio a través de la gestión de calidad. La totalidad (100%) de la gestión de calidad si ayuda alcanzar los objetivos y metas de la empresa. La mayoría (64%) conocen atención al cliente. La totalidad (100%) aplica la gestión de calidad en la atención al cliente. La mayoría (92%) fundamental la atención al cliente para que regrese. La mayoría (64%) utiliza la comunicación. La mayoría (55%) tiene rapidez en la entrega del producto. El (82%) brinda una buena atención al cliente. La mayoría (63%) una mala atención se da por una mala organización de los trabajadores.

Bueno (2018), Señalo en su Tesis titulado “Gestión De Calidad En Atención Al Cliente En Las Micro Y Pequeñas Empresas, Sector Servicio, Rubro Restaurantes En La Urb. 21 De abril, Chimbote, 2016”. En la universidad católica Los Ángeles De Chimbote, la investigación tuvo como objetivo general, determinar las principales características de la Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicio, rubro restaurantes en la urbanización 21 de abril, Chimbote, Ancash, Perú 2016. La investigación ejecuta una metodología de tipo descriptiva, finalmente se concluye que la mayoría de los representantes no conocen el término de gestión de calidad, pero aplican la técnica de atención al cliente, consideran que el

personal tiene poca iniciativa lo cual dificulta la implementación de la gestión, miden el rendimiento de su personal a través de la observación, así mismo consideran que la gestión de calidad mejora el rendimiento. Por otra parte, consideran que a veces la atención es fundamental para que el cliente regrese, así mismo utilizan confianza como herramienta de atención, aseguran que el factor más importante para la buena atención es la atención personalizada, la mayoría considera que se está dando una mala atención al cliente por falta de personal y finalmente una minoría han logrado fidelizar a los clientes.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Gestión de calidad

2.2.1.1. Concepto

Riesco (2018), menciona que la gestión de calidad es el conjunto de las tareas y herramientas que adquieren como objetivo impedir las desviaciones como también los errores en el transcurso de fabricación y en los productos. Asimismo, tenemos que evitar los errores antes que ocurran, además de nada sirve reprender los errores si no aprendemos de ellos.

Hugo, Barrios, & Martínez (2018), indican que el Iso 9001, es adaptable a cualquier sector e contiene las obligaciones de una empresa, tanto privada como también pública, corresponde cumplir para establecer con éxito el sistema de gestión de calidad. Accede a que la organización que cuenta con esa alegación integra los requisitos del consumidor según unas discreciones internacionales. Que se maneja con tres propósitos: perfeccionar el funcionamiento de la parte interna de la empresa,

conseguir la certificación, o conforme los resultados establecidos para concertar los criterios con el consumidor.

2.2.1.2.Principios de gestión de calidad

Delgado (2018), menciona que los principios de la gestión de calidad son las grandes condiciones que se manejan para ceder por la alta orientación oh dirección de la empresa. Estos principios no se pueden clausurar, en el instante que se efectuó esta norma ISO 9001 la organización no debe disgustarse. Por lo tanto, para que esta norma logre ser útil en las empresas tiene que tomarse como una técnica de referencias, asimismo los principios de la gestión de calidad son las siguientes:

- Enfoque al cliente: La dirección primordial de la gestión de la calidad es verificar y cumplir con las obligaciones del consumidor, como también conocer sus expectativas.
- Liderazgo: Los líderes establecen dirección, propósito, a la vez crean circunstancias en que los individuos consigan los objetivos de la empresa, siempre habrá una persona quien asuma todas las responsabilidades, mantenga al equipo motivado y enfocados en los resultados deseados.
- Compromiso de las personas. Los individuos empoderados, proporcionados, a la vez comprometidos con la empresa son principales para desarrollar la capacidad de la empresa, logrando formar y facilitar valor.
- Enfoque basado en procesos. Se logran resultados previsibles de forma más eficiente oh eficaz cuando las tareas se entienden y formalizan como técnicas interrelacionados que actúan como un método coherente.

- Mejora. Las empresas con triunfo poseen una orientación hacia la mejora. Es decir, la mejora continua viene hacer un enfoque con el fin de mejorar el proceso operativo de la empresa que se basa en la reducción de los costos, este proceso de mejora permanente nos ayuda a mejorar la eficiencia y la calidad de la empresa.
- Toma de decisiones basada en la evidencia. Las decisiones establecidas en las investigaciones e indagación obtienen mayor posibilidad de alcanzar los resultados esperados.
- Gestión de las relaciones. Para el éxito las empresas negocian los fragmentos interesadas adecuados, como son los proveedores. Las relaciones con el cliente es el objetivo clave para la organización, los empleados son los primeros en contestar y atender al cliente

2.2.1.3. Beneficios de gestión de calidad

Romero (2019), menciona que el sistema de gestión de calidad es una herramienta primordial para perfeccionar los métodos de elaboración de las compañías, asimismo adquirir la satisfacción y lealtad del consumidor. Por lo tanto, al implementar este sistema en todas las empresas nos conlleva a una serie de beneficios en la cual son las siguientes:

- Potenciar la imagen de la organización, constantemente busquemos desarrollar la calidad del perfil de las empresas.
- Mejorar la calidad de los servicios y productos, este sistema nos ayuda a observar con detalle cualquier proceso y precisar instrucciones detallados a normalizar para asegurar la elaboración de un servicio o también producto, así

mismo nos facilita instrumentos útiles para estudiar, investigar ese proceso, con el fin de mejorarlo.

- Mejorar el sistema de trabajo conllevará a ser más eficaz, como también más competitivos, al detallar los procedimientos de nuestra labor, obtendremos hacer las cosas excelentes logrando eliminando los errores del trabajo.
- Aumentar la satisfacción de los consumidores, es el objetivo primordial de toda empresa, como también es importante indagar los niveles de gusto, hacia el consumidor, cubriendo los intereses como el precio y calidad.
- Elevar la motivación y satisfacción de los miembros de la organización.

2.2.1.4. Importancia de la gestión de calidad

Riquelme (2017), menciona que la gestión de calidad es muy importante para cualquier organización o empresa ya que nos ayuda hoy en día a someter la impremeditación dentro de nuestras técnicas, con el fin de llegar hacia el objetivo, de llevar a cabo los procesos completamente planeados, en los que sepamos en el momento de actuar durante las actividades, procedimientos, recursos, situaciones y asimismo ante una desviación de los requisitos establecidos, para poder establecer mecanismos para el seguimiento y la mejora de los mismos.

2.2.1.5. Calidad de servicio

Silva (2018), determina que la calidad de servicio es multidimensional en el sentido de que las necesidades de los consumidores sean diversas como también múltiples, ya que contienen exteriores como la aptitud e satisfacción para el diseño, uso, seguridad. Por lo tanto, la calidad es una de las primordiales formas de desigualar los servicios de una organización es facilitar, de una forma estable, una calidad del

servicio superior a la de la competencia, la clave es en superar las perspectivas de los consumidores, asimismo, la calidad, consiste en el vínculo de particularidades de un servicio e un bien que indemnizan los escasos y posibilidades de los consumidores.

2.2.2. Atención al cliente

2.2.2.1. Concepto

La atención al cliente, es el servicio relacionado por una compañía con la finalidad de adaptarse con los clientes e consumidores y complacer sus necesidades, por lo tanto, es un instrumento eficaz para interactuar con los consumidores ofreciendo asesoramiento apropiado para afirmar el buen uso correcto de un servicio o también producto (Porporatto, 2015).

Raffino (2018), indica que el cliente es cualquier individuo que tiene un deseo o una necesidad, por lo tanto, tiene que utilizar y pedir los productos ofrecidos por una persona u organización que brinda el servicio. En pocas palabras podemos determinar que la atención al cliente consiste en la prestación, que facilitan e proveen las organizaciones que distribuyen servicios, a sus clientes para que así mismo tengan una información claramente con ellos. Un cliente viene hacer el que otorga un producto o ya sea un servicio mediante una transacción financiera.

2.2.2.2. Estrategias de la atención al cliente

López (2019), menciona que, al diseñar nuevas estrategias de atención al cliente, nos ayuda a crecer más la empresa, es primordial para mantener un plan de éxito. A continuación, veremos las nueve estrategias que debemos de tener en cuenta.

- Brinda tu ayuda: Es muy resaltante saber las quejas de los consumidores a través de las personas precisas, atender continuamente sus sugerencias, sus quejas y tener en cuenta sus indicaciones, para que así el consumidor aprecie la calidad en el servicio que brindamos.
- Actúa con rapidez: Lo que más estima el cliente es que lo atiendas lo más rápido posible, no hagas esperar a los clientes. ya que el cliente lo que más valora es la rapidez a la hora de solucionar sus molestias oh dudas.
- Utiliza un idioma efectivo: Al no poder ayudar, brinda opciones y otorgarles el lapso preciso para que se sientan atendidos.
- Personaliza la confianza al cliente: Tus consumidores no pretenden apreciar un número en tu lista de relaciones. Desean que les conozcas y pretenden sentirse significativos.
- Expresa profesionalidad: Ser profesional alcanza traducirse en ser honorables, como también consiste en la manera de desarrollar actividades con un compromiso y responsabilidad, en pocas palabras se refiere a que si prometes algo lo cumples.
- Satisfacción: Al tener un buen servicio obtienes una excelente fidelización hacia tus consumidores, es por ello que debes de brindar tu disposición a prolongar la relación con tu comprador con el fin de que es una parte fundamental de la estrategia.
- Utiliza patrones de medición: Establece patrones que impidan valoraciones relativas, esto nos proporciona a llevar una investigación mucho más honesta, hacia el incremento de tu negocio.

- El cliente es el centro de la organización: menciona que el cliente es importante para llegar hacia el beneficio o éxito de la empresa, es por ello que las Mypes dependen de sus consumidores por lo que deberían satisfacer sus necesidades y expectativas.

2.2.2.3. Componentes de la atención al cliente

Pedro (2019), indica que cuando se conoce la satisfacción del consumidor, todos los individuos de la organización tienen que colaborar y ayudar con las necesidades del cliente, solicitadas a cualquier reclamó o cualquier otro motivo, a continuación, conoceremos los componentes del buen servicio al consumidor.

- Seguridad: ofrecer al consumidor cero peligros, riesgos, dudas en el servicio.
- Credibilidad: un contexto de confianza expresa seguridad incondicional.
- Comunicación: comunicar a los consumidores manejando un lenguaje corporal.
- Comprensión al cliente: tener una excelente comunicación para que el consumidor pronuncie lo que desea, como lo quiere y cuando lo desea.
- Accesibilidad: las vías de contacto con el consumidor son muy importante para ofrecer un buen servicio al cliente. estas vías nos ayudan a identificar las quejas los reclamos, malos comentarios hacia el producto adquirido.

2.2.2.4. Principios de atención al cliente

Samsing (2019), menciona que los principios requieren atención, tanto la clientela como también los individuos del equipo destinado hacia este trabajo. Además, la organización requiere cubrir las necesidades del consumidor, también debe

solucionar los problemas, es por eso que es muy primordial capacitar a los trabajadores de la empresa. Estos principios evitan que los trabajadores posean malas cualidades con los usuarios, los principios son los siguientes ya que te ayudara a perfeccionar la atención al cliente.

- Constituir una comunicación firme y educada.
- Tener cuidado con las cualidades y la apariencia.
- Brindar la información conveniente y oportuno.
- Tener en cuenta las necesidades.
- Contagiar el entusiasmo y ganar la confianza.

2.2.2.5. Importancia de saber mirar, escuchar y preguntar al cliente

Dominguez (2015), menciona lo siguiente:

- **Mire:** cuando escuche a cualquier persona, debe de evitar desviar la mirada del participante. Si esta distraído, su mente igual estará. Mayormente nos complace hacer dos cosas al mismo tiempo, se dice que el 100% la mente logra concentrarse en una sola tarea, Mientras tome atención de varias cosas, hay muchas posibilidades de que deje de atender algunos detalles resaltantes de lo que están hablando, es por ello que se debe de oír correctamente y tomar atención a una sola cosa.
- **Escuche:** Jamás, debe interrumpir a un comprador mientras converse.
- **Pregunte:** Estar atento solicita la concentración de procesar lo que usted oye para corresponder hacer las interrogaciones oportunas. Cuando la persona hace

preguntas, afirma al individuo con quien conversa, que usted está preparado para estudiar, manejar y analizar las actividades asignada.

III. Hipótesis

Yzaguirre (2019), menciona que esta investigación es descriptiva, es por ello que no se planteó hipótesis, ya que únicamente se va a saber las costumbres, tradiciones, situaciones y cualidades por medio de la descripción de los procesos, actividades y las relaciones o conocimientos que existe entre las variables.

IV. Metodología

4.1. Diseño de la investigación

Martínez (2018), determina que el tipo de investigación es descriptivo, en la cual consiste en la descripción de un hecho, fenómeno a investigar, tal como es y a la vez como se encuentra en el momento de realizar la investigación, buscando detallar las propiedades importantes para evaluar y medir los aspectos, componentes o dimensiones

Balladares (2018), indica que el nivel de la investigación es cuantitativo, porque esta metodología radica en el contraste de teorías ya ciertas a partir de una fila de suposiciones surgidas de la misma, siendo preciso lograr una muestra aleatoria, definiendo una población de estudio. Es por ello que para obtener un estudio cuantitativo es necesario tener una teoría ya fundada. Además, la metodología científica necesita de recolección y el estudio de datos para obtener las preguntas de la investigación y así tener la hipótesis establecida, asimismo tiene una total confianza

en el conteo, medición numérica y el uso frecuente de estadística para establecer la población.

Bueno (2018), señala que la presente investigación se utilizó el diseño no experimental de corte transversal.

- Fue no experimental porque se ejecutó sin manipular las variables, en la cual se observó, la caracterización de gestión de calidad y atención al cliente en las Mype rubro restaurante, Calle san Martín, Sechura (Piura) Año 2018, a manera como se encuentra en la realidad, como también dentro de su contexto, sin sufrir modificaciones.
- Fue de corte transversal porque esta investigación recolecta datos en un solo momento, en la cual se ejecutó en un tiempo determinado, su propósito es describir las variables de caracterización de gestión de calidad y atención al cliente en las Mype rubro restaurante, Calle san Martín, Sechura (Piura) Año 2018.

4.2. Población y muestra

Para el presente trabajo se ha considerado las MYPE del Rubro Restaurante, Calle san Martín, Sechura (Piura), que se detallan a continuación.

N°	MYPE	RUC	DIRECCIÓN	PROPIETARIOS	N° TRABAJADORES
1.	Restaurante Y café Fragu	10472226440	Calle San Martín – 548, Sechura / Piura	Vela Sánchez, Gustavo Adolfo	9
2.	Sabores de mi Tierra	10035017882	Calle San Martín - 576, Sechura / Piura	Villacorta Albán José Víctor	6
3.	Carmelita	10028620255	Calle San Martín – 634 Sechura / Piura	Morales Periche, Carlos Andres	6
4.	El Galpón	10484327624	Calle San Martín - 680, Sechura/ Piura	Periche Amaya, Jimmy Antonio	5
Total					26

Fuente: elaboración propia.

4.2.1. Población

Martín, Lafuente, & Faura (2015), indican que una población es un conjunto infinito o también finito de entes (objetos, individuos, organizaciones, etc.) que tienen características comunes.

P1: Para la variable Gestión de calidad, la población de estudio considerada estuvo conformada por los trabajadores de la MYPE, al ser esto en la cual la población es finita.

P2: Para la variable atención al cliente se ha considerado a los clientes, con una población infinita, en la cual se desconoce la cantidad de clientes, es por ello que la valoración de la muestra se ejecutará más adelante.

4.2.2. Muestra

Martín, Lafuente, & Faura (2015), mencionan que la muestra viene hacer un subgrupo de la población, en la cual es un subconjunto de elementos que corresponden a ese conjunto determinado en sus particularidades de la población.

M1: La muestra para la variable Gestión de la Calidad, está conformada por los trabajadores, según la información proporcionada, por lo tanto, el número de persona son 26, ya que solo son 4 MYPES del rubro restaurante, Calle San Martín, Sechura, datos obtenidos por las mismas MYPES.

Angelica (2016), indica que, si una población finita es menor e igual a 50, la muestra es igual ($N=n$), es decir ($26=26$), la población es igual a la muestra.

M2: la muestra para la segunda variable que viene hacer la atención al cliente, está conformada por los clientes, con una población infinita, en la cual se tomó una muestra de 119 personas.

Pino (2016), Señala que la muestra es el subconjunto que se extrae de una población, es decir significa una parte de la población. Al tener una población desconocida en cuanto a clientes, se utilizó la siguiente formula:

La Fórmula es:

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

Dónde:

- n = Tamaño de la muestra.
- Z = Nivel de confianza en este caso 92% el valor es Z= (1.75)2
- p = Probabilidad de éxito 0.50.
- q = Probabilidad de fracaso 0.50.
- e = Margen de error 8%.

Entonces la muestra se estableció de la siguiente forma:

$$n = \frac{(1.75)^2 * (0.5) * (0.5)}{(0.08)^2}$$

$$n = \frac{3.0625 * 0.5 * 0.5}{0.0064}$$

$$n = \frac{0765625}{00064}$$

$$n = 119.6289063$$

$$n = 119$$

La muestra se justifica, porque según la información adquirida mediante la entrevista realizada a los propietarios de las MYPE rubro restaurante calle san Martín, de la provincia de Sechura (Piura), mencionaron que el número de clientes que asisten al restaurante es de 35 personas al día, es por ello que, al no existir mucha influencia de consumidores se ha aplicado la formula estadística con un nivel de confianza del 92% (1.75), con un margen de error de 8% (0.08), con la probabilidad del éxito del 50% (0.5) y con la probabilidad del fracaso de 50% (0.5), consiguiendo 119 clientes a encuestar para la variable de atención al cliente.

4.2.3. Criterios

4.2.3.1. Criterio de inclusión

- Para las variables tomadas, las características que se tomaron en cuenta dentro de la población son las personas propias como el dueño, trabajadores y los clientes de la MYPE en el rubro de restaurante además que participen en la investigación.
- Trabajadores elaborando más de tres meses.
- Clientes de ambos géneros, dentro del rango de 18- 50 años

4.2.3.2. Criterio de exclusión

- Personas que sean menores de edad.
- Trabajadores laborando menos de tres meses.
- Clientes que no están en capacidad de brindar información y que no disponen de tiempo.
- Personas con alguna discapacidad o deficiencia.

4.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores.

VARIABLE	DEFINICION CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES	DEFINICIÓN OPERACIONAL	ESCALA	FUENTE	METODOLOGIA
Gestión de Calidad	La gestión de calidad es el conjunto de las tareas y herramientas que adquieren como objetivo impedir las desviaciones como también los errores en el trascurso de fabricación y en los productos. Asimismo, tenemos que evitar los errores ante que ocurran, además de nada sirve reprender los errores si no aprendemos de ellos. (Riesco, 2018)	Principios	<ul style="list-style-type: none"> - Enfoque al cliente - Liderazgo - Participación del personal. - Enfoque basado en procesos. - Mejora continua - Enfoque basado en hechos para la toma de decisión. - Gestión de las relaciones. 	La dimensión principios de la gestión de calidad se medirá con sus indicadores: enfoque al cliente, liderazgo, compromiso de las personas, enfoque a procesos, mejora, toma de decisiones basada en la evidencia, gestión de las relaciones.	Nominal	Trabajadores	<p>Tipo de Investigación:</p> <p>Descriptivo</p> <p>Nivel de Investigación:</p> <p>Cuantitativo</p> <p>Diseño:</p> <p>No experimental – corte transversal</p>
		Beneficios	<ul style="list-style-type: none"> - Potenciar la imagen de la organización. - Mejorar la calidad de los servicios y productos - Mejorar el sistema de trabajo - Aumentar la satisfacción de los consumidores 	La dimensión beneficios de la gestión de calidad se medirá con sus indicadores: potenciar la imagen de la organización, mejorar la calidad de los servicios y productos, mejorar el sistema de trabajo, aumentar la satisfacción de los consumidores, elevar la	Nominal	Trabajadores	

			<ul style="list-style-type: none"> - Elevar la motivación y satisfacción de los miembros de la organización. 	motivación y satisfacción de los miembros de la organización.			<p>Universo o Población:</p> <p>Población</p> <p>Está conformada por 04 MYPE, 04 Propietarios y clientes con una población infinita.</p> <p>Muestra</p> <p>Conformada por 119 clientes y 26 trabajadores.</p>
Atención al cliente	La atención al cliente, es el servicio relacionado por una compañía con la finalidad de adaptarse con los clientes e consumidores y complacer sus necesidades, por lo tanto, es un instrumento eficaz para interactuar con los	Estrategias	<ul style="list-style-type: none"> - Ofrece ayuda de forma activa. - Actúa con rapidez. - Utiliza un idioma efectivo - Personaliza el trato al cliente - Expresa profesionalidad - Satisfacción - Utiliza patrones de medición. - Cliente 	La dimensión estrategias del servicio al cliente se medirá con sus indicadores: brinda tu ayuda, actúa con urgencia ante cualquier problema, habla el lenguaje del cliente, utiliza un idioma efectivo, personaliza la confianza al cliente, expresa profesionalidad, satisfacción, utiliza patrones de medición, el cliente es el centro de la organización	Nominal	Clientes	
	consumidores ofreciendo asesoramiento apropiado para afirmar el buen uso correcto de un servicio oh también producto (Porporatto, 2015).	Componentes	<ul style="list-style-type: none"> - Seguridad. - Credibilidad. - Comunicación. - Comprensión al cliente. - Accesibilidad. 	La dimensión componentes de la atención al cliente se medirá con sus indicadores: seguridad, credibilidad, comunicación, comprensión al cliente, accesibilidad.	Nominal	Clientes	

4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

4.4.1. Técnica

Para realizar este proyecto de investigación se utilizó la técnica de la encuesta. La encuesta, consiste una técnica propuesta a adquirir datos de distintas personas en la cual las opiniones les interesan al investigador. (Barco, 2017)

4.4.2. Instrumento de recolección de datos.

El recojo de los datos se alcanzó a través del cuestionario estructurado, ya que se constituye de varias preguntas, para los representantes de las MYPES y a la vez para las variables de estudio. (López & Fachelli, 2015)

El cuestionario se obtendrá a partir de la operacionalización de las variables, está investigación se aplicó un cuestionario que constituye de 37 preguntas en la cual está hecho en dos partes, la principal parte, con la variable gestión de calidad, en la que podemos encontramos 2 dimensiones, una de ellas es principios de la gestión de calidad y de ellos obtenemos a 7 indicadores y por otro lado tenemos la dimensión de los beneficios de gestión de calidad, en la cual encontramos a 5 indicadores, con un total de 20 preguntas dirigidas a los trabajadores y con la variable de atención al cliente, igualmente encontramos a 2 dimensiones que una de ellas viene hacer las estrategias de la atención al cliente, en la cual nos proporcionan a 8 indicadores y la otra dimensión viene hacer los componentes de la atención al cliente, nos facilita a 5 indicadores, con un total de 17 preguntas dirigidas a los clientes. Por lo tanto, la encuesta será aplicada a 26 trabajadores y 121 clientes de las Mype Rubro Restaurante, Calle San Martín, Sechura. Para ello se hará uso de un listado de preguntas, para obtener la información necesaria.

4.5. Plan de análisis

Para el recojo de datos de la presente investigación se efectuó con los representantes de las MYPE del rubro restaurantes, para conseguir la autorización de permitir relacionarme con los trabajadores y los clientes, a la misma vez aplicarles las preguntas (cuestionarios), en la cual estuvieron adecuadamente validados por tres expertos.

Para obtener los resultados del presente estudio de investigación se ejecutó un plan de análisis para la recopilación de los datos, se tabularon y se presentaron por medios de gráficos, teniendo en cuenta las dimensiones de cada variable, además dichos resultados indican los objetivos de la investigación. Se empleó estadística descriptiva, calculando los porcentajes y frecuencias en la cual se recurrió el programa Excel

4.6. Matriz de consistencia

Titulo	Problema	Objetivos	Variables	Hipótesis	Metodología
<p>Caracterización de Gestión de Calidad y Atención al Cliente en las MYPE rubro restaurante, calle San Martín, Sechura (Piura) Año 2018.</p>	<p>¿Qué características tiene la gestión de calidad y atención al cliente en las MYPE rubro restaurante, calle san Martín, Sechura (Piura) año 2018?</p>	<p>OBJETIVO GENERAL:</p> <p>Determinar cuáles son las características de la gestión de calidad y atención al cliente en las MYPE rubro restaurante, calle san Martín, Sechura (Piura) año 2018.</p> <p>OBJETIVOS ESPECÍFICOS:</p> <p>Identificar los principios de la gestión de calidad en las MYPE rubro restaurante, calle san Martín, Sechura (Piura) año 2018.</p> <p>Conocer los beneficios de la gestión de calidad en las MYPE rubro restaurante, calle san Martín, Sechura (Piura) año 2018.</p> <p>Identificar las estrategias de la atención al cliente en las MYPE rubro restaurante, calle san Martín, Sechura (Piura) año 2018.</p> <p>Describir los componentes de la atención al cliente en las MYPE rubro restaurante, calle san Martín, Sechura (Piura) año 2018.</p>	<p>Variable:</p> <p>Gestión de Calidad</p> <p>Variable:</p> <p>Atención al Cliente</p>	<p>Yzaguirre (2019), menciona que esta investigación es descriptiva, es por ello que no se planteó hipótesis, ya que únicamente se va a saber las costumbres, tradiciones, situaciones y cualidades por medio de la descripción de los procesos, actividades y las relaciones o conocimientos que existe entre las variables.</p>	<p>Tipo de Investigación:</p> <p>Descriptivo</p> <p>Nivel de Investigación:</p> <p>Cuantitativo Diseño:</p> <p>No experimental – Corte transversal</p> <p>Universo o Población:</p> <p>Población</p> <p>Está conformada por 04 MYPE, 04 Propietarios y clientes con una población infinita.</p> <p>Muestra</p> <p>Conformada por 119 clientes y 26 trabajadores.</p>

4.7. Principios éticos

El presente trabajo de investigación se realizó con total transparencia al momento de ejecutar el análisis de datos, con respecto a los derechos del autor con sus respectivas citas. Además, se efectuó esta investigación con el número mayor de fuentes, para tener un máximo conocimiento de los datos reales, ya que nos conlleva a cómo encuentra funcionando las MYPES del estudio. Por otra parte, esta investigación no tuvo ningún impacto negativo sobre la sociedad, muy por el contrario, la beneficiara, siendo viable su ejecución en beneficio de las MYPES del rubro restaurante.

Alayo (2018), determina los tres principios básicos, ya que nos ayuda a realizar una investigación con total honestidad, a la vez estos principios nos permiten tener un procedimiento dentro del sistema social. Los principios son:

- Respeto por las personas: Porque se dio un trato de amable al momento de ejecutar los cuestionarios de las variables del estudio, como también se respetó las opiniones de los representantes de la MYPE del rubro restaurante, con el fin de que no haiga ninguna confrontación entre los representantes y el investigador.
- Porque esta investigación se elaboró con el principio de fidelidad, es por ello que se buscó la información real sobre caracterización de gestión de calidad y atención al cliente en las MYPE rubro restaurante, Calle San Martín, Sechura (Piura) Año 2018, y los datos captados han sido referenciados de página web, libros, artículos, etc.
- Confidencialidad: los datos obtenidos de las MYPES se reservan confidencialmente.
- Veracidad: porque esta respectiva investigación se realizó sobre las MYPES del rubro restaurante con total verdad.

4.8. Matriz de preguntas

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	PREGUNTAS	PORCENTAJE	
				SI	NO
Gestión de Calidad	Principios	Enfoque al cliente	¿Piensa usted que la atención que le brinda a sus clientes es la adecuada?	85%	15%
			¿Considera que es importante atender adecuadamente al cliente?	100%	0%
		Liderazgo	¿Participan todos los trabajadores en el diseño y logro de los objetivos planteados?	73%	27%
			¿Consideran que el liderazgo que se ejerce en la empresa prioriza el servicio al cliente?	73%	27%
		Compromiso de las personas	¿La empresa incentiva la participación del personal para alcanzar los objetivos?	42%	58%
		Enfoque basado en procesos	¿Se realizan procesos para el logro de la mejora continua de la empresa?	81%	19%
		Mejora	¿La mejora permanente en el servicio responde a las necesidades y expectativas detectadas en los clientes?	73%	27%
		Toma de decisiones	¿Ayuda o participa en el proceso de la toma de decisiones para la empresa?	50%	50%
		Gestión de las relaciones.	¿La relación que mantiene con sus clientes, respecto a las quejas y sugerencias es la adecuada?	88%	12%
		Potenciar la imagen de la organización.	¿El trabajo con calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazadas por la empresa?	77%	23%
			¿Considera importante la planeación para cumplir con los objetivos?	88%	12%

Beneficios	Mejorar la calidad de los servicios y productos	¿Cree usted que el cliente se va satisfecho por el producto ofrecido?	69%	31%
		¿Toman en cuenta los gustos y preferencias de sus clientes?	77%	23%
		¿La empresa lleva un adecuado control de sus productos?	100%	0%
	Mejorar el sistema de trabajo	¿El personal debe cumplir estándares en el desempeño de su trabajo?	50%	50%
		¿La empresa mide la productividad de sus trabajadores?	73%	27%
		¿Al momento de realizar sus actividades, Todos trabajan en forma conjunta?	54%	46%
	Aumentar la satisfacción de los consumidores	¿Busca satisfacer al cliente con el producto ofrecido?	100%	0%
		¿Existe un alto grado de compromiso de los empleados hacia los clientes?	92%	8%
	Elevar la motivación y satisfacción de los miembros de la organización.	¿Sus trabajadores están comprometidos con la MYPE para el logro de los resultados esperados?	62%	38%
	Brinda tu ayuda.	¿Los empleados del restaurante muestran interés y disponibilidad para ayudarlo en lo que necesita?	73%	27%
¿Los empleados conocen y le brindan la información adecuada sobre el producto ofrecido en el restaurante?			90%	10%
Actúa con rapidez		¿El restaurante actúa con rapidez a la hora de resolver sus dudas?	65%	35%
Utiliza un idioma efectivo		¿El empleado habla de forma clara y entendible al momento de ofrecerle el producto del restaurante?	33%	67%
Personaliza la confianza al cliente.		¿Frecuentaría el lugar, después de haber consumido en el restaurante?	80%	20%
		¿Considera usted que el restaurante debe de atender llamadas telefónicas y hacer entregas a domicilio?	93%	7%

Atención al cliente	Estrategias	Expresa profesionalidad	¿los empleados son honestos al momento de ofrecerle el producto?	54%	46%
			¿Percibe un ambiente que muestra calidad y profesionalismo?	82%	18%
		Satisfacción	¿Se siente a gusto con el servicio que ofrece el restaurante?	84%	16%
		Utiliza patrones de medición.	¿Considera usted importante que el empleado debe desempeñarse al 100%?	85%	15%
		El cliente es el centro de la organización	¿Le ofrecen promociones en algunos productos al ser cliente del restaurante?	34%	66%
	¿Cree usted que el restaurante debe seguir innovando con nuevos platos turísticos y de otras regiones que se han agradables?		100%	0%	
	Componentes	Seguridad.	¿El personal del comercial suele resolver sus dudas acerca del producto adquirido?	61%	39%
		Credibilidad.	¿Usted como cliente recurre a empresas que más confianza le transmiten?	100%	0%
		Comunicación.	¿Usted utiliza un lenguaje adecuado al momento de solicitar un producto?	100%	0%
		Comprensión al cliente.	¿El personal mantiene comunicación con usted como cliente que le permita conocer que desea adquirir?	76%	24%
Accesibilidad.		¿La empresa mantiene contacto con usted de una u otra manera y que le permita conocer las fallas detectadas?	8%	92%	

V. Resultados

5.1. Resultados

5.1.1. Variable gestión de calidad

Tabla 01. ¿Piensa usted que la atención que le brinda a sus clientes es la adecuada?

Categoría	Frecuencia	Porcentajes
SI	22	85%
NO	4	15%
TOTAL	26	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los Trabajadores.

Elaboración: Propia

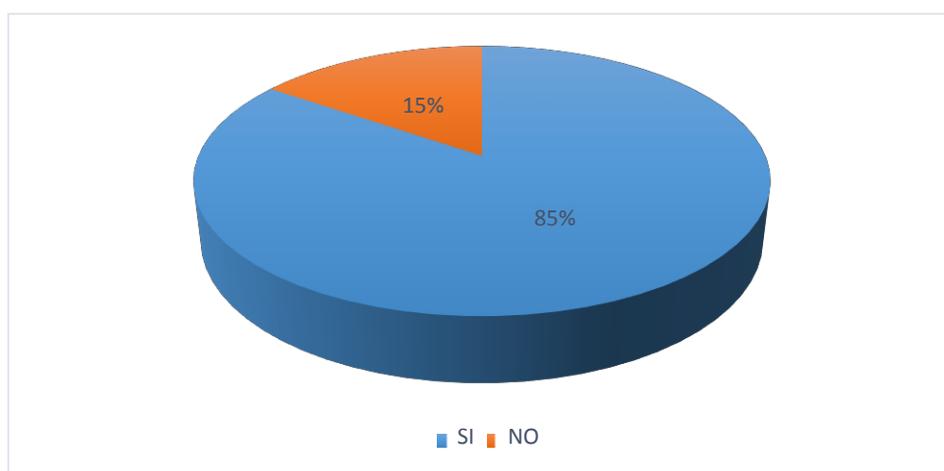


Figura 01. Gráfico circular que representa a la pregunta ¿Piensa usted que la atención que le brinda a sus clientes es la adecuada?

Fuente: cuestionario aplicado a los trabajadores.

Elaboración: Propia

Interpretación: En la tabla 1 y figura 1, se observa que el 85% de los trabajadores encuestados del restaurante respondieron que, si brindan una buena atención hacia sus clientes, mientras que el 15% dijeron lo contrario.

Tabla 02. ¿Considera que es importante atender adecuadamente al cliente?

Categoría	Frecuencia	Porcentajes
SI	26	100%
NO	0	0%
TOTAL	26	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los Trabajadores.

Elaboración: Propia

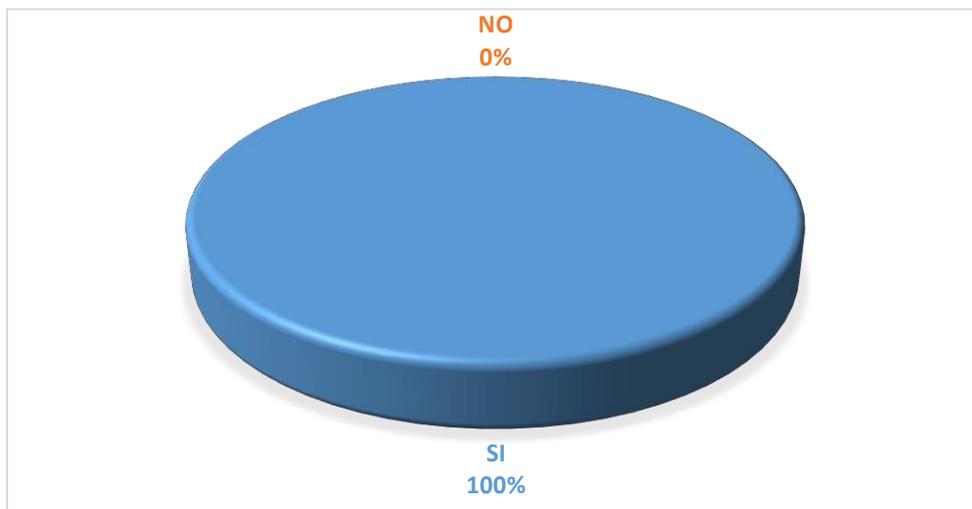


Figura 02. Gráfico circular que representa a la pregunta, ¿Considera que es importante atender adecuadamente al cliente?

Fuente: Cuestionario aplicado a los trabajadores.

Elaboración: Propia

Interpretación: En la tabla 02 y figura 02, se observa que el 100% de los trabajadores encuestados del restaurante respondieron, que si es importante atender adecuadamente al cliente.

Tabla 03. ¿Participan todos los trabajadores en el diseño y logro de los objetivos planteados?

Categoría	Frecuencia	Porcentajes
SI	19	73%
NO	7	27%
TOTAL	26	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los Trabajadores.

Elaboración: Propia

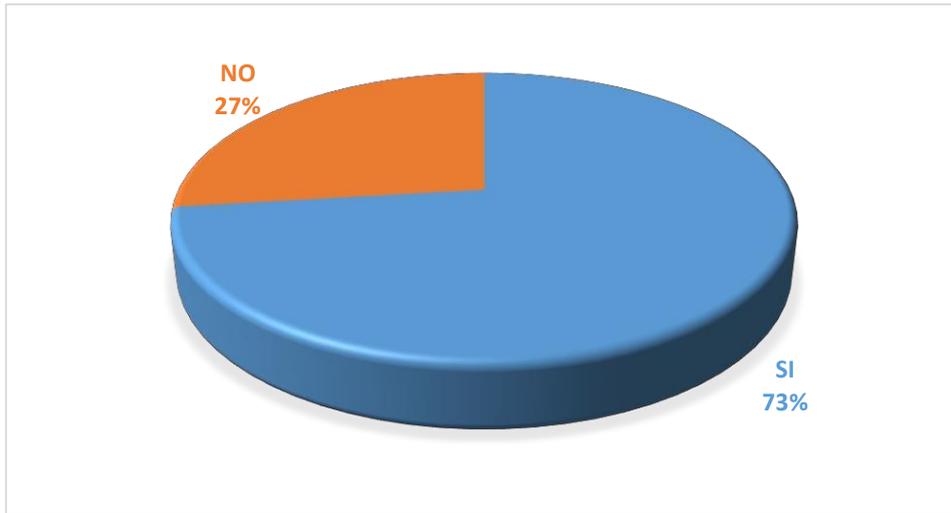


Figura 03. Gráfico circular que representa la pregunta ¿Participan todos los trabajadores en el diseño y logro de los objetivos planteados?

Fuente: cuestionario aplicado a los trabajadores.

Elaboración: Propia

Interpretación: En la tabla 3 y figura 3, se puede apreciar que el 73% de ellos mencionaron que, si participan en el diseño y logro de los objetivos planteados, mientras tanto el 27 % mencionaron lo contrario.

Tabla 04. ¿Consideran que el liderazgo que se ejerce en la empresa prioriza el servicio al cliente?

Categoría	Frecuencia	Porcentajes
SI	19	73%
NO	7	27%
TOTAL	26	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los Trabajadores.

Elaboración: Propia

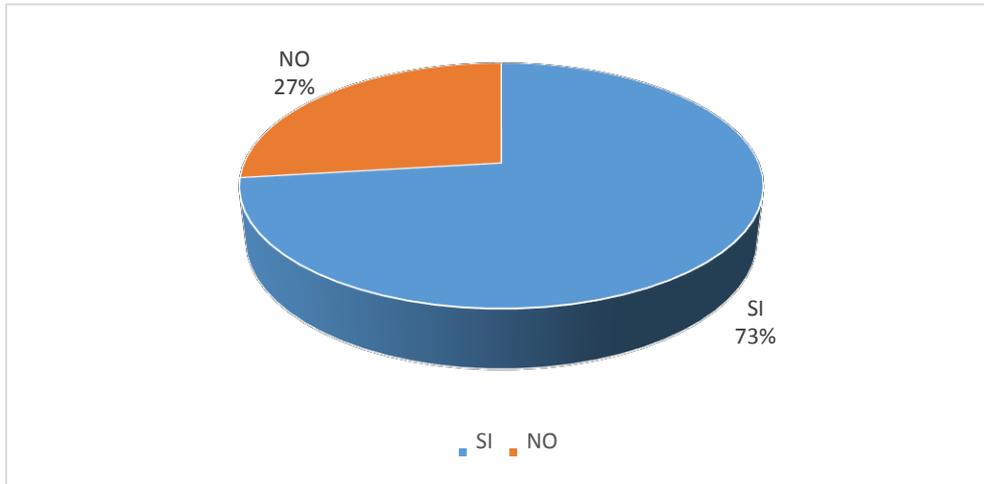


Figura 04. Gráfico circular que representa la pregunta, ¿Consideran que el liderazgo que se ejerce en la empresa prioriza el servicio al cliente?

Fuente: Cuestionario aplicado a los trabajadores.

Elaboración: Propia

Interpretación: En la tabla 4 y figura 4 se puede apreciar que el total de los trabajadores encuestados que el 73% (19) si consideran que el liderazgo que se ejerce dentro de la empresa si prioriza el servicio al cliente, mientras que el 27% (7) dicen lo contrario.

Tabla 05. ¿La empresa incentiva la participación del personal para alcanzar los objetivos?

Categoría	Frecuencia	Porcentajes
SI	11	42%
NO	15	58%
TOTAL	26	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los Trabajadores.

Elaboración: Propia

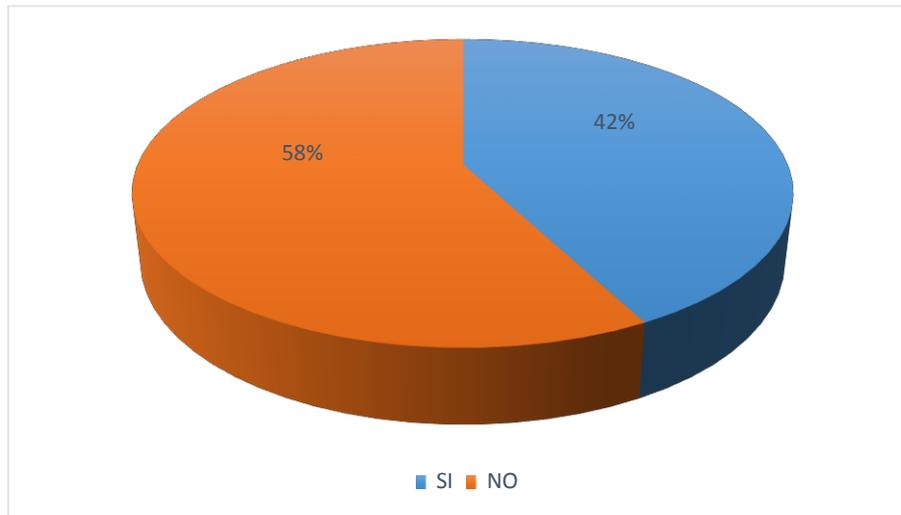


Figura 05. Gráfico circular que representa la pregunta, ¿La empresa incentiva la participación del personal para alcanzar los objetivos?

Fuente: Cuestionario aplicado a los trabajadores.

Elaboración: Propia

Interpretación: En la tabla 5 y figura 5, se observa que el 42% (11) de los trabajadores, mencionaron que, el restaurante incentiva la participación del personal para alcanzar los objetivos, mientras que el 58% (15) dicen lo contrario.

Tabla 06. ¿Se realizan procesos para el logro de la mejora continua de la empresa?

Categoría	Frecuencia	Porcentajes
SI	21	81%
NO	5	19%
TOTAL	26	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los Trabajadores.

Elaboración: Propia

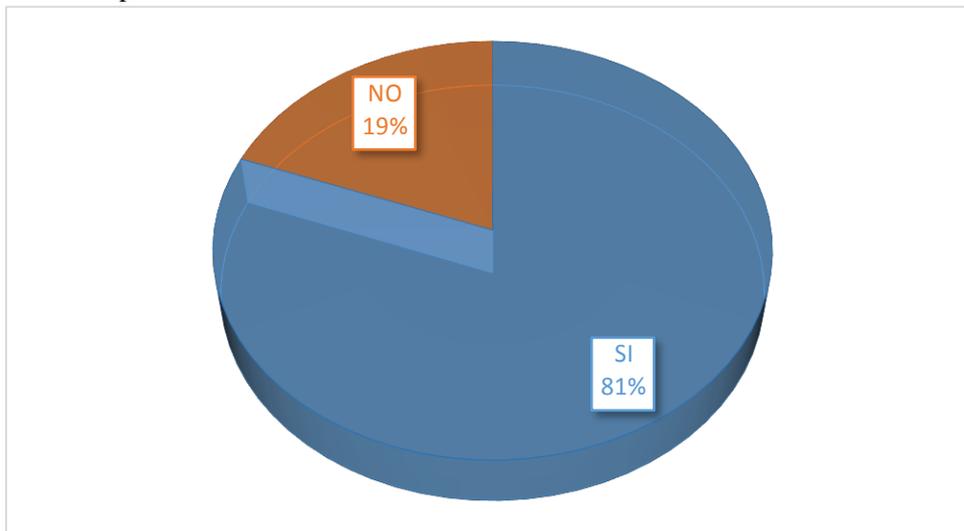


Figura 06. Gráfico circular que representa la pregunta, ¿Se realizan procesos para el logro de la mejora continua de la empresa?

Fuente: cuestionario aplicado a los trabajadores.

Elaboración: Propia

Interpretación: En la tabla 06 y figura 06, denominada, ¿Se realizan procesos para el logro de la mejora continua de la empresa?, Se observó que el 81% de los trabajadores encuestados mencionaron que el restaurante si realiza procesos para el logro de la mejora continua de la empresa y el 19% mencionaron lo contrario.

Tabla 07. ¿La mejora permanente en el servicio responde a las necesidades y expectativas detectadas en los clientes?

Categoría	Frecuencia	Porcentajes
SI	19	73%
NO	7	27%
TOTAL	26	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los Trabajadores.

Elaboración: Propia

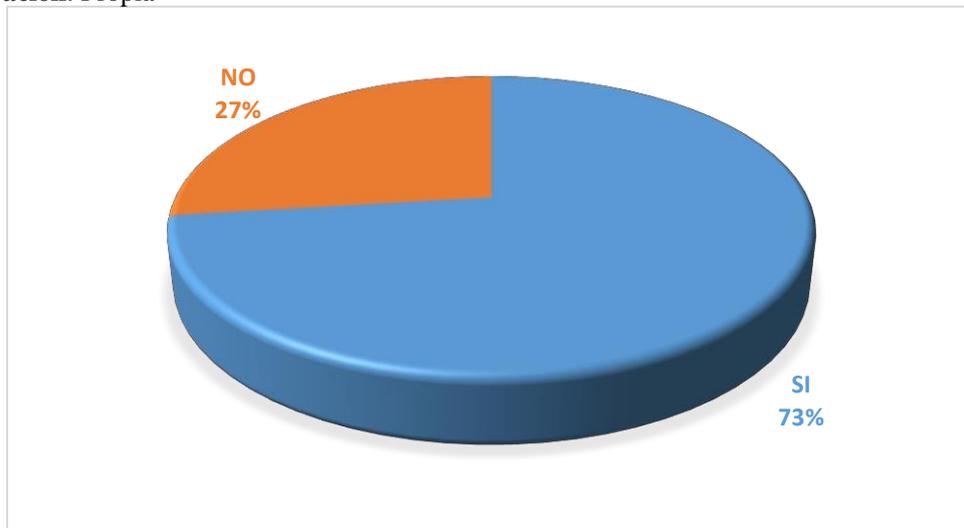


Figura 07. Gráfico circular que representa la pregunta, ¿La mejora permanente en el servicio responde a las necesidades y expectativas detectadas en los clientes?

Fuente: cuestionario aplicado a los trabajadores.

Elaboración: Propia

Interpretación: En la tabla 07 y figura 07, Se puede apreciar que el total de los trabajadores encuestados el 73%, mencionan que la mejora permanente en el servicio si responden a las expectativas de los clientes y el 27% dijeron lo contrario.

Tabla 08. ¿Ayuda o participa en el proceso de la toma de decisiones para la empresa?

Categoría	Frecuencia	Porcentajes
SI	13	50%
NO	13	50%
TOTAL	26	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los Trabajadores.

Elaboración: Propia

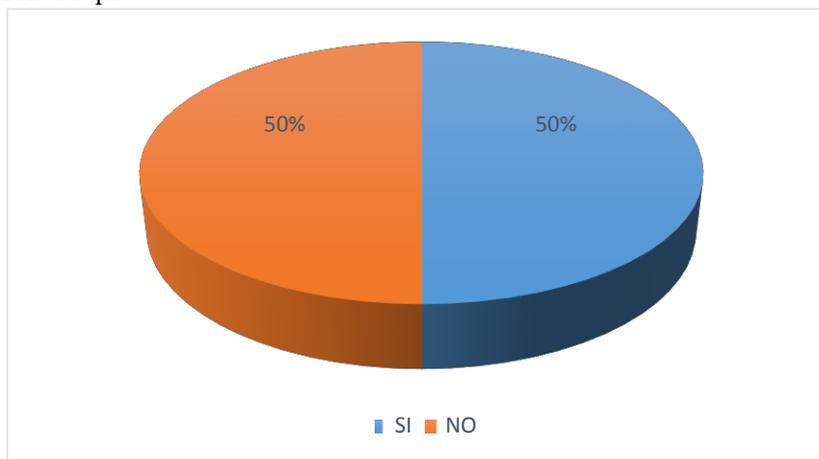


Figura 08. Gráfico circular que representa la pregunta, ¿Ayuda o participa en el proceso de la toma de decisiones para la empresa?

Fuente: cuestionario aplicado a los trabajadores.

Elaboración: Propia

Interpretación: En la tabla 8 y figura 8 se observa que el 50% de los trabajadores, mencionaron que, si participan en el proceso de la toma de decisiones para la Mype, mientras tanto que el 50% dicen lo contrario.

Tabla 09. ¿La relación que mantiene con sus clientes, respecto a las quejas y sugerencias es la adecuada?

Categoría	Frecuencia	Porcentajes
SI	23	88%
NO	3	12%
TOTAL	26	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los Trabajadores.

Elaboración: Propia

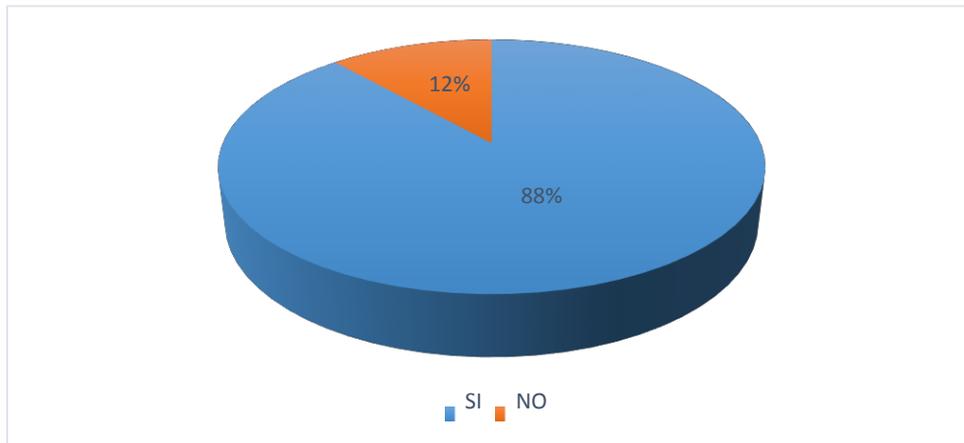


Figura 09. Gráfico circular que representa la pregunta, ¿La relación que mantiene con sus clientes, respecto a las quejas y sugerencias es la adecuada?

Fuente: cuestionario aplicado a los trabajadores.

Elaboración: Propia

Interpretación: En la tabla 09 y figura 09, denominada, ¿la relación que mantiene con sus clientes, respecto a las quejas y sugerencias es la adecuada?, se observó que el 88% de los trabajadores encuestados indicaron, que si tienen una relación adecuada con respecto a las quejas del cliente y el 12% dijeron lo contrario.

Tabla 10. ¿El trabajo con calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazadas por la empresa?

Categoría	Frecuencia	Porcentajes
SI	20	77%
NO	6	23%
TOTAL	26	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los Trabajadores.

Elaboración: Propia

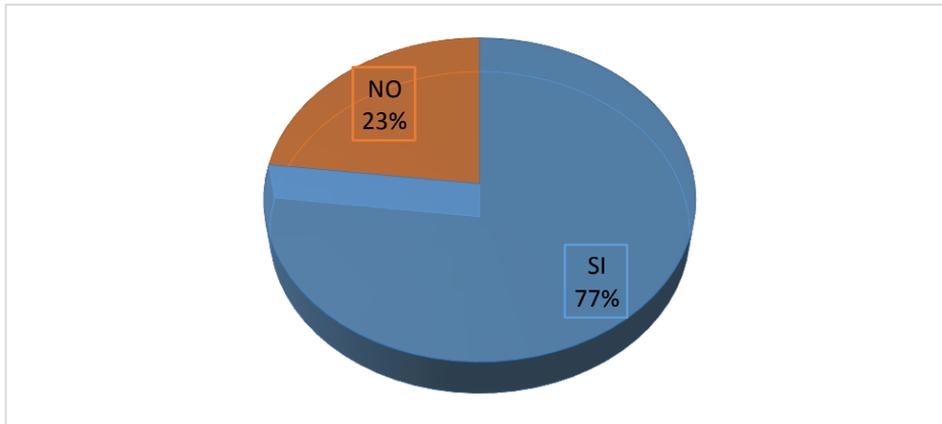


Figura 10. Gráfico circular que representa la pregunta, ¿El trabajo con calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazadas por la empresa?

Fuente: cuestionario aplicado a los trabajadores.

Elaboración: Propia

Interpretación: En la tabla 10 y figura 10, se puede apreciar que el total de los trabajadores encuestados el 77% (20) indicaron que el trabajo con calidad ayuda a alcanzar los objetivos de la empresa, por otro lado, el 23% (6) dijeron lo contrario.

Tabla 11. ¿Considera importante la planeación para cumplir con los objetivos?

Categoría	Frecuencia	Porcentajes
SI	23	88%
NO	3	12%
TOTAL	26	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los Trabajadores.

Elaboración: Propia

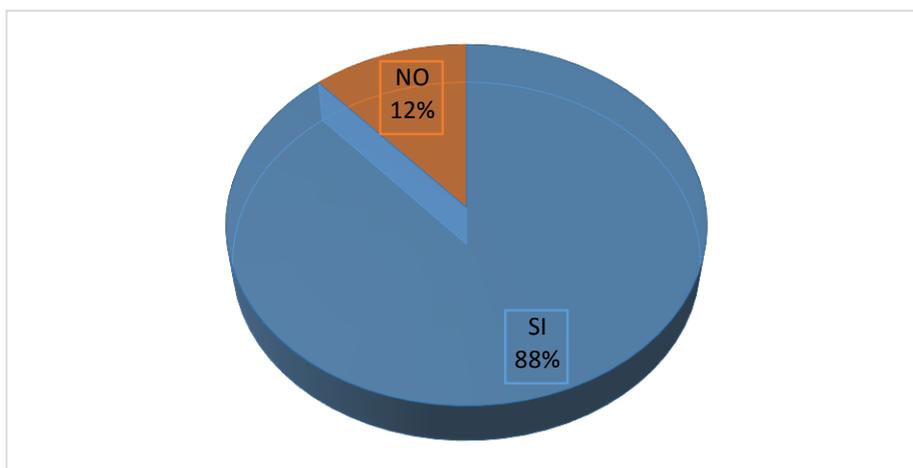


Figura 11. Gráfico circular que representa la pregunta, ¿Considera importante la planeación para cumplir con los objetivos?

Fuente: Cuestionario aplicado a los trabajadores.

Elaboración: Propia

Interpretación: En la tabla 11 y figura 11 se observa que el 88% de los trabajadores, mencionaron indican que, si es importante la planeación para cumplir con los objetivos del restaurante, mientras que el 12% indican lo contrario.

Tabla 12. ¿Cree usted que el cliente se va satisfecho por el producto ofrecido?

Categoría	Frecuencia	Porcentajes
SI	18	69%
NO	8	31%
TOTAL	26	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los Trabajadores.

Elaboración: Propia

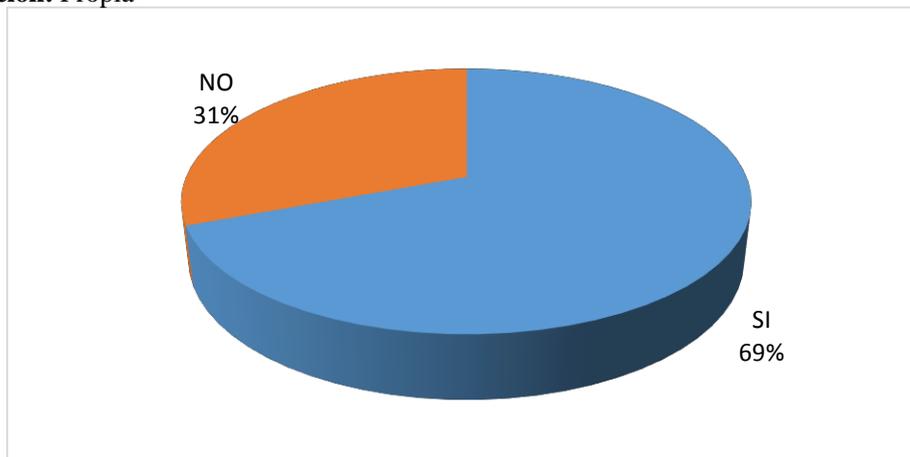


Figura 12. Gráfico circular que representa la pregunta, ¿Cree usted que el cliente se va satisfecho por el producto ofrecido?

Fuente: cuestionario aplicado a los trabajadores.

Elaboración: Propia

Interpretación: En la tabla 12 y figura 12, se observa que el 69% de ellos mencionaron que, si creen que el cliente se va satisfecho por el producto ofrecido mientras que el 31% dijeron lo contrario.

Tabla 13. ¿Toman en cuenta los gustos y preferencias de sus clientes?

Categoría	Frecuencia	Porcentajes
SI	20	77%
NO	6	23%
TOTAL	26	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los Trabajadores.

Elaboración: Propia

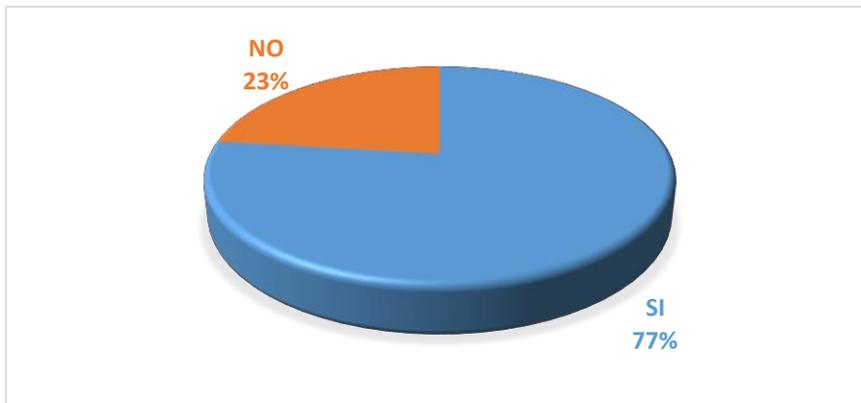


Figura 13. Gráfico circular que representa la pregunta, ¿Toman en cuenta los gustos y preferencias de sus clientes?

Fuente: cuestionario aplicado a los trabajadores.

Elaboración: Propia

Interpretación: En la tabla 13 y figura 13, Se puede apreciar que el 77 % de los trabajadores encuestados, mencionan que si toman en cuenta los gustos y preferencias del cliente y el 23% mencionan lo contrario.

Tabla 14. ¿La empresa lleva un adecuado control de sus productos?

Categoría	Frecuencia	Porcentajes
SI	26	100%
NO	0	0%
TOTAL	26	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los Trabajadores.

Elaboración: Propia

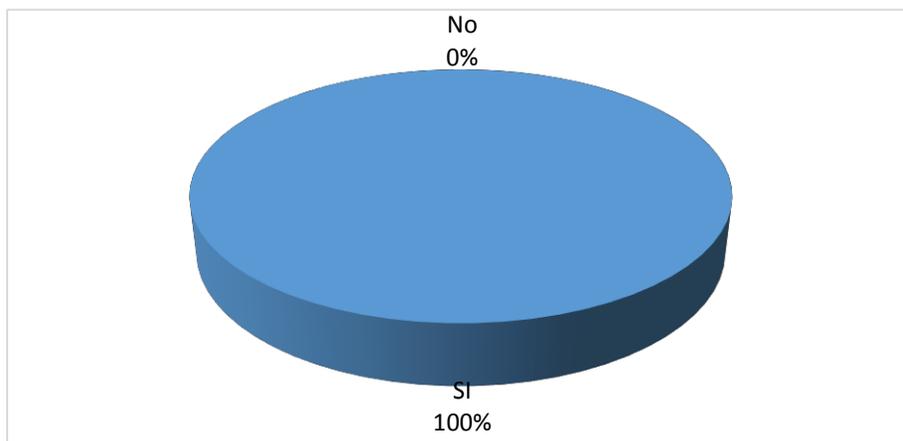


Figura 14. Grafico circular que representa la pregunta, ¿La empresa lleva un adecuado control de sus productos?

Fuente: cuestionario aplicado a los trabajadores.

Elaboración: Propia

Interpretación: En la tabla 14 y figura 14, denominada ¿La empresa lleva un adecuado control de sus productos?, Se puede apreciar que el total de los trabajadores encuestados el 100% (26) indican que el restaurante si lleva un adecuado control de sus productos.

Tabla 15. ¿El personal debe cumplir estándares en el desempeño de su trabajo?

Categoría	Frecuencia	Porcentajes
SI	13	50%
NO	13	50%
TOTAL	26	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los Trabajadores.

Elaboración: Propia

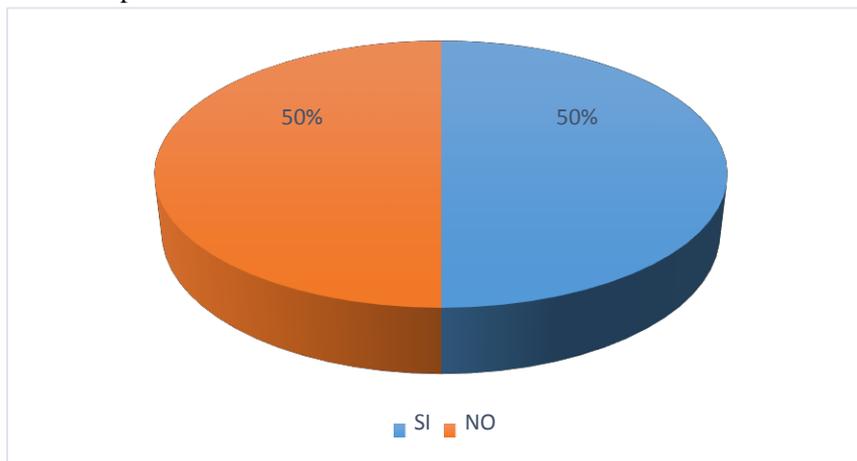


Figura 15. Gráfico circular que representa la pregunta, ¿El personal debe cumplir estándares en el desempeño de su trabajo?

Fuente: cuestionario aplicado a los trabajadores.

Elaboración: Propia

Interpretación: En la tabla 15 y figura 15 se observa que el 50% de los trabajadores, mencionaron que, el personal cumple estándares en el desempeño de su trabajo, mientras tanto que el 50% dicen lo contrario.

Tabla 16. ¿La empresa mide la productividad de sus trabajadores?

Categoría	Frecuencia	Porcentajes
SI	19	73%
NO	7	27%
TOTAL	26	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los Trabajadores.

Elaboración: Propia

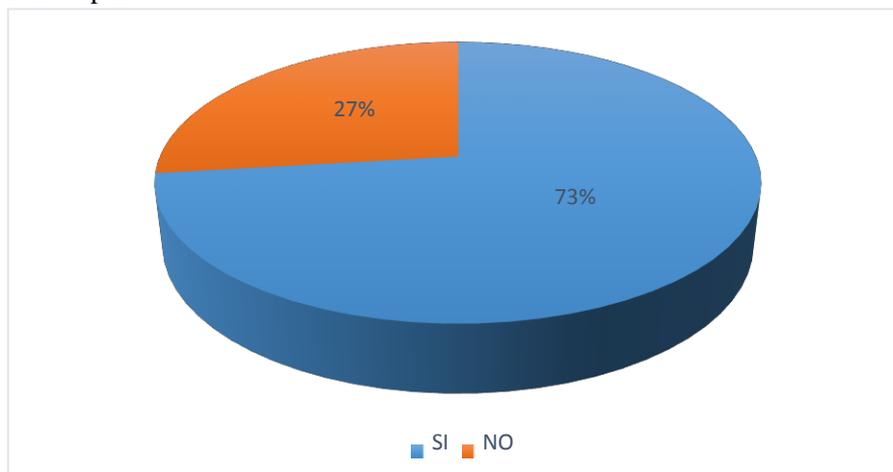


Figura 16. Gráfico circular que representa la pregunta, ¿la empresa mide la productividad de sus trabajadores?

Fuente: Cuestionario aplicado a los trabajadores.

Elaboración: Propia

Interpretación: En la tabla 16 y figura 16, se observó que el 73% de los trabajadores encuestados mencionaron que si miden la productividad de los trabajadores de la MYPE y el 27% dijeron lo contrario.

Tabla 17. ¿Al momento de realizar sus actividades, todos trabajan en forma conjunta?

Categoría	Frecuencia	Porcentajes
SI	14	54%
NO	12	46%
TOTAL	26	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los Trabajadores.

Elaboración: Propia

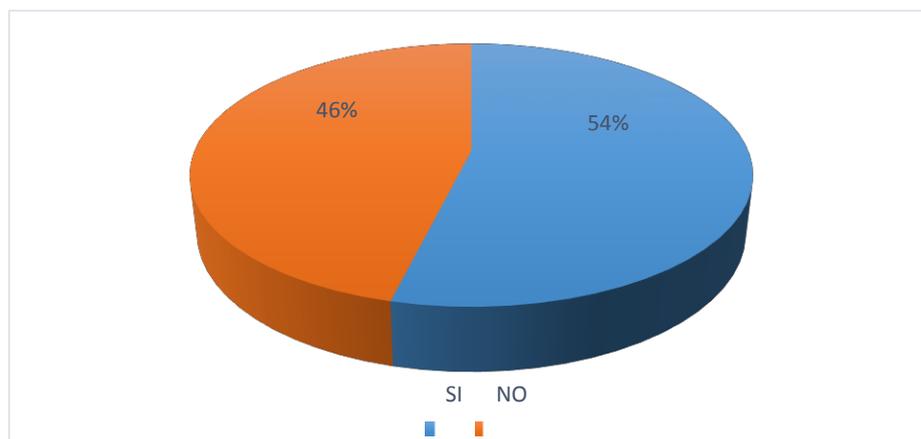


Figura 17. Gráfico circular que representa la pregunta, ¿Al momento de realizar sus actividades, todos trabajan en forma conjunta?

Fuente: Cuestionario aplicado a los trabajadores.

Elaboración: Propia

Interpretación: En la tabla 17 y figura 17, se puede apreciar que el total de los trabajadores encuestados el 54% indicaron que trabajan en forma conjunta, por otro lado, el 46% dijeron lo contrario.

Tabla 18. ¿Busca satisfacer al cliente con el producto ofrecido?

Categoría	Frecuencia	Porcentajes
SI	23	100%
NO	0	0%
TOTAL	26	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los Trabajadores.

Elaboración: Propia

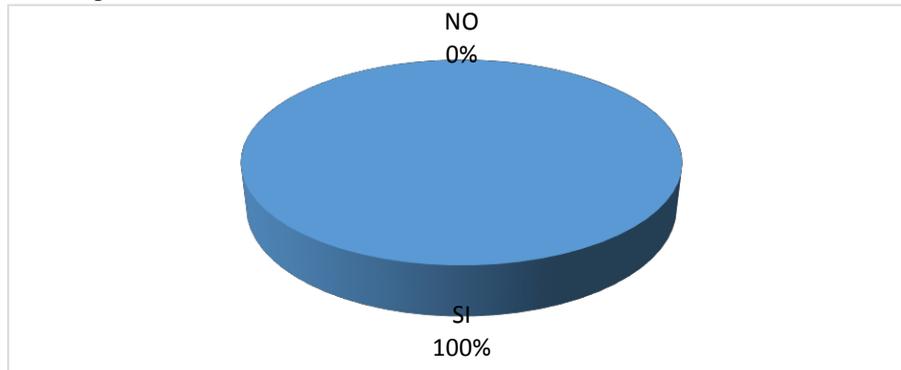


Figura 18.: Gráfico circular que representa la pregunta, ¿Busca satisfacer al cliente con el producto ofrecido?

Fuente: cuestionario aplicado a los trabajadores.

Elaboración: Propia

Interpretación: En la tabla 18 y figura 18 se observa que el 100% de los trabajadores, buscan satisfacer al cliente con el producto ofrecido por la Mype.

Tabla 19. ¿Existe un alto grado de compromiso de los empleados hacia los clientes?

Categoría	Frecuencia	Porcentajes
SI	16	62%
NO	10	38%
TOTAL	26	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los Trabajadores.

Elaboración: Propia

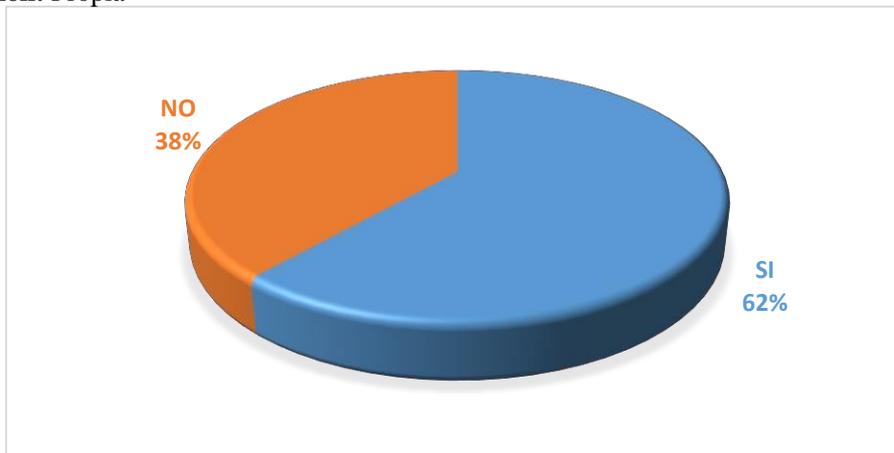


Figura 19. Gráfico circular que representa la pregunta, ¿Existe un alto grado de compromiso de los empleados hacia los clientes?

Fuente: Cuestionario aplicado a los trabajadores.

Elaboración: Propia

Interpretación: En la tabla 19 y figura 19, se observa que el 62% de los trabajadores encuestados mencionaron que sí, existe un alto grado de compromiso de los empleados hacia los clientes y el 38% dijeron que lo contrario.

Tabla 20. ¿Usted está comprometidos con la MYPE para el logro de los resultados esperados?

Categoría	Frecuencia	Porcentajes
SI	16	62%
NO	10	38%
TOTAL	26	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los Trabajadores.

Elaboración: Propia

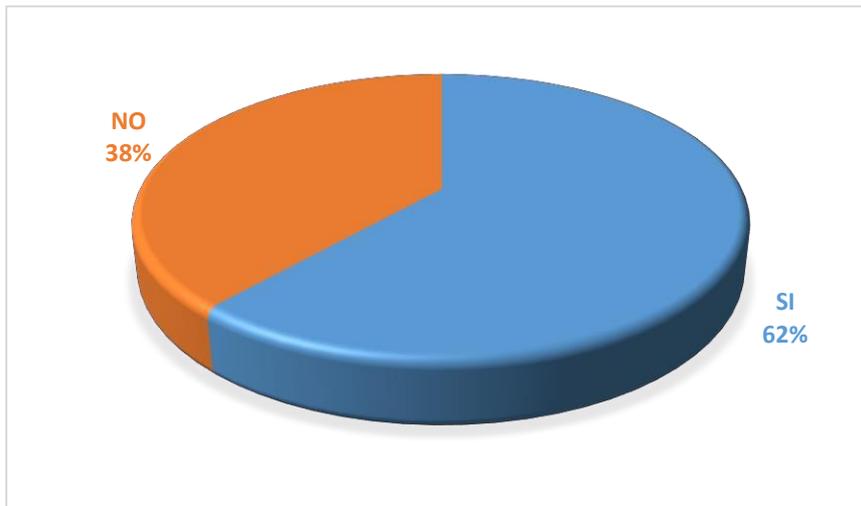


Figura 20. Gráfico circular que representa la pregunta, ¿Usted está comprometidos con la MYPE para el logro de los resultados esperados?

Fuente: cuestionario aplicado a los trabajadores.

Elaboración: Propia

Interpretación: En la tabla 20 y figura 20, Se puede apreciar que el total de los trabajadores encuestados el 62%, indicaron que están comprometidos con la MYPE para el logro de los resultados y el 38% dijeron lo contrario.

5.1.2. Variable atención al cliente

Tabla 21. ¿Los empleados del restaurante muestran interés y disponibilidad para ayudarlo en lo que necesita?

Categoría	Frecuencia	Porcentajes
SI	87	73%
NO	32	27%
TOTAL	119	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes

Elaboración: Propia

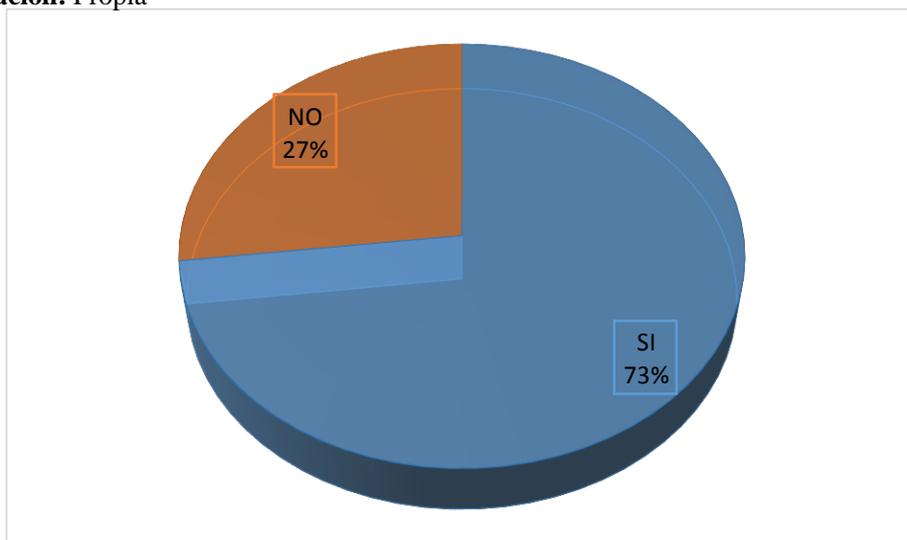


Figura 21. Gráfico circular que representa a la pregunta, ¿Los empleados del restaurante muestran interés y disponibilidad para ayudarlo en lo que necesita?

Fuente: cuestionario aplicado a los clientes

Elaboración: Propia

Interpretación: En la tabla 21 y figura 21 se observa que el 73% de los clientes encuestados mencionaron que los empleados de las MYPE si muestran interés y disponibilidad para ayudarlo en lo que necesita, por otro lado, el 27% dicen lo contrario.

Tabla 22. ¿Los empleados conocen y le brindan la información adecuada sobre el producto ofrecido en el restaurante?

Categoría	Frecuencia	Porcentajes
SI	107	90%
NO	12	10%
TOTAL	119	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes.

Elaboración: Propia

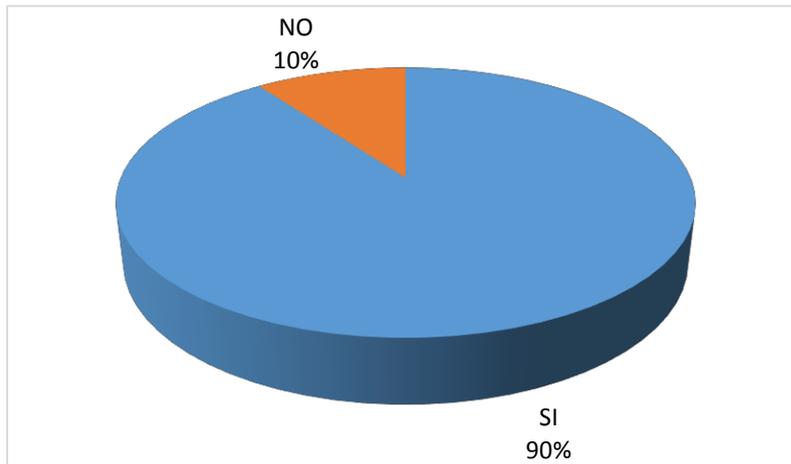


Figura 22. Gráfico circular que representa la pregunta, ¿Los empleados conocen y le brindan la información adecuada sobre el producto ofrecido en el restaurante?

Fuente: cuestionario aplicado a los clientes.

Elaboración: Propia

Interpretación: En la tabla 22 y figura 22, se observó que el 90% de los clientes encuestados afirman que los empleados de la Mype si tienen conocimiento y brindan la información adecuada del producto, mientras que el 10% indican lo contrario.

Tabla 23. ¿El restaurante actúa con rapidez a la hora de resolver sus dudas?

Categoría	Frecuencia	Porcentajes
SI	77	65%
NO	42	35%
TOTAL	119	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los Clientes.

Elaboración: Propia

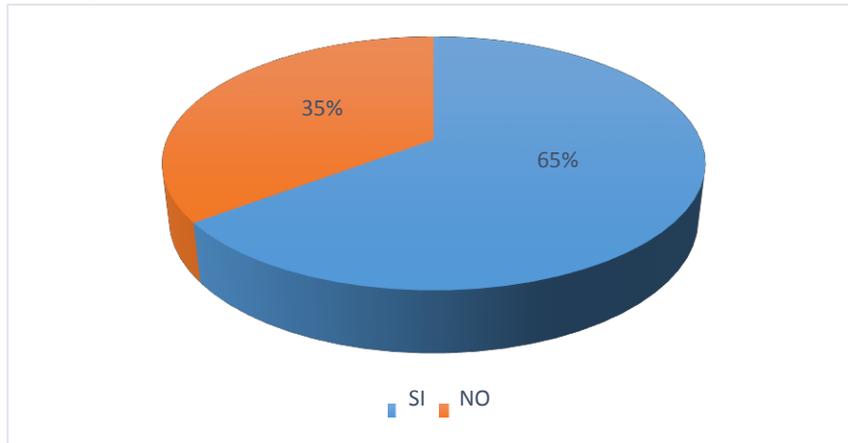


Figura 23. Gráfico circular que representa la pregunta ¿El restaurante actúa con rapidez a la hora de resolver sus dudas?

Fuente: cuestionario aplicado a los clientes.

Elaboración: Propia

Interpretación: En la tabla 23 y figura 23, se observó que el 65% (77) de los clientes encuestados, manifestaron que las Mype si actúan con rapidez a la hora de resolver sus dudas, mientras que el 35% (42), indican lo contrario.

Tabla 24. ¿El empleado habla de forma clara y entendible al momento de ofrecerle el producto del restaurante?

Categoría	Frecuencia	Porcentajes
SI	39	33%
NO	80	67%
TOTAL	119	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los Clientes.

Elaboración: Propia

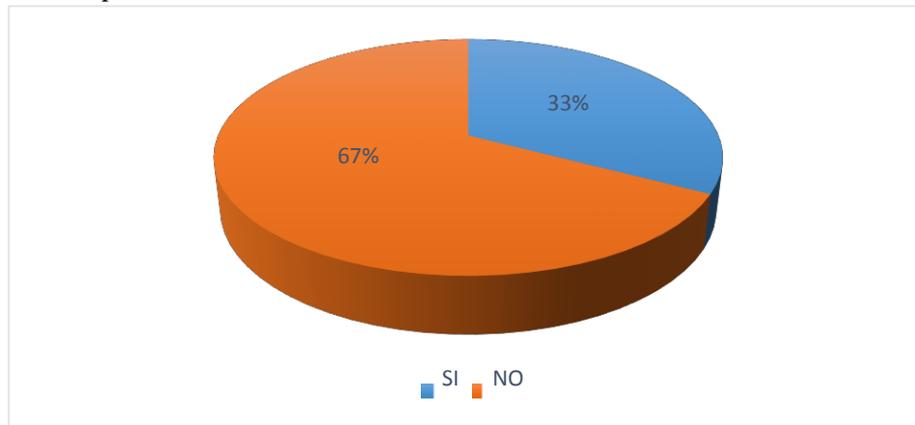


Figura 24. Gráfico circular que representa la pregunta, ¿El empleado habla de forma clara y entendible al momento de ofrecerle el producto del restaurante?

Fuente: Cuestionario aplicado a los Clientes.

Elaboración: Propia

Interpretación: En la tabla 24 y figura 24, se observó que el 33% los clientes encuestados, mencionaron que los empleados de la Mype hablan de forma clara y entendible al momento de ofrecer el producto, mientras que el 67% dijeron lo contrario.

Tabla 25. ¿Frecuentaría el lugar, después de haber consumido en el restaurante?

Categoría	Frecuencia	Porcentajes
SI	95	80%
NO	24	20%
TOTAL	119	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los Clientes.

Elaboración: Propia

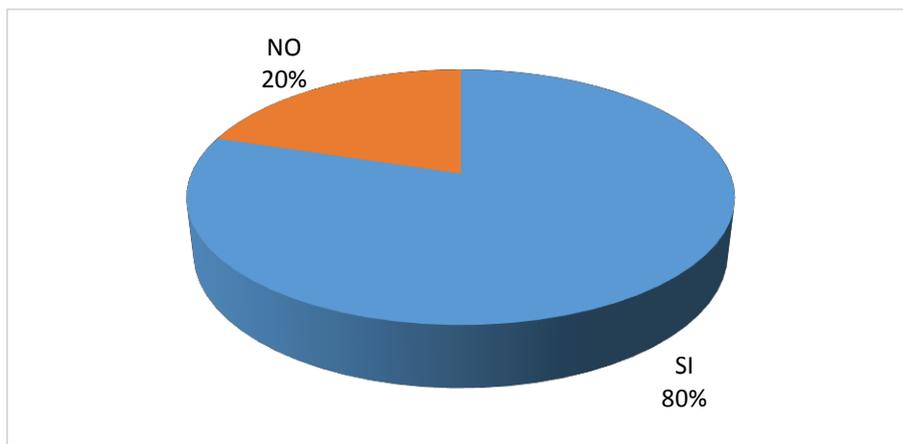


Figura 25. Gráfico circular que representa la pregunta, ¿Frecuentaría el lugar, después de haber consumido en el restaurante?

Fuente: cuestionario aplicado a los clientes.

Elaboración: Propia

Interpretación: En la tabla 25 y figura 25, se observó que el 80% de ellos, mencionaron que, si frecuentaría el lugar, después de haber consumido en el restaurante y el 20% dijeron lo contrario.

Tabla 26. ¿Considera usted que el restaurante debe de atender llamadas telefónicas y hacer entregas a domicilio?

Categoría	Frecuencia	Porcentajes
SI	111	93%
NO	8	7%
TOTAL	119	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los Clientes.

Elaboración: Propia

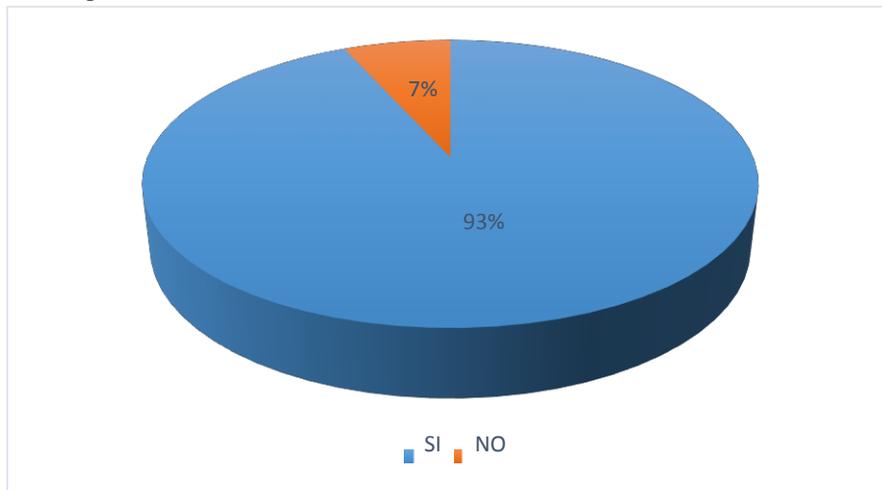


Figura 26. Gráfico circular que representa la pregunta, ¿Considera usted que el restaurante debe de atender llamadas telefónicas y hacer entregas a domicilio?

Fuente: cuestionario aplicado a los clientes.

Elaboración: Propia

Interpretación: En la tabla 26 y figura 26, se observó que el 93% de ellos, mencionaron que, si consideran que el restaurante debe de atender llamadas telefónicas y hacer entregas a domicilio. y el 7% dijeron lo contrario.

Tabla 27. ¿Los empleados son honestos al momento de ofrecerle el producto?

Categoría	Frecuencia	Porcentajes
SI	64	54%
NO	55	46%
TOTAL	119	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los Clientes.

Elaboración: Propia

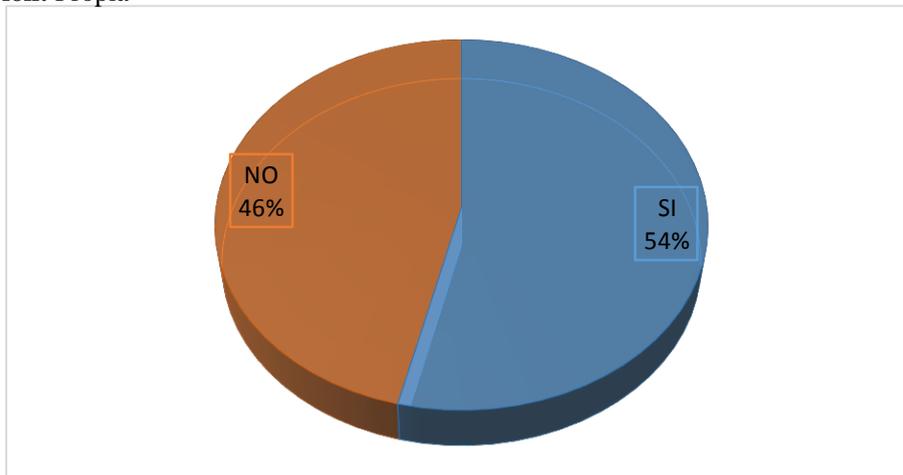


Figura 27. Gráfico circular que representa la pregunta, ¿Los empleados son honestos al momento de ofrecerle el producto?

Fuente: cuestionario aplicado a los clientes.

Elaboración: Propia

Interpretación: En la tabla 27 y figura 27, Se observó que el 54% de los clientes encuestados, mencionaron que los empleados de las Mype son honestos al momento de ofrecerle el producto, mientras que el 46% indican lo contrario.

Tabla 28. ¿Percibe un ambiente que muestra calidad y profesionalismo?

Categoría	Frecuencia	Porcentajes
SI	97	82%
NO	22	18%
TOTAL	119	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los Clientes.

Elaboración: Propia

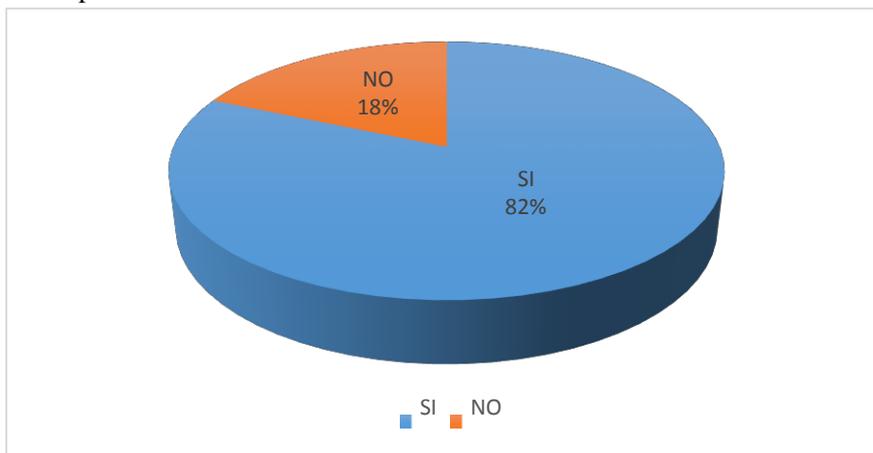


Figura 28. Gráfico circular que representa la pregunta, ¿Percibe un ambiente que muestra calidad y profesionalismo?

Fuente: cuestionario aplicado a los clientes.

Elaboración: Propia

Interpretación: En la tabla 28 y figura 28, se observó que el 82% de los clientes encuestados, respondieron que si muestra calidad y profesionalismo dentro de las MYPES y el 18% muestran lo contrario.

Tabla 29. ¿Se siente a gusto con el servicio que ofrece el restaurante?

Categoría	Frecuencia	Porcentajes
SI	100	84%
NO	19	16%
TOTAL	119	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los Clientes.

Elaboración: Propia

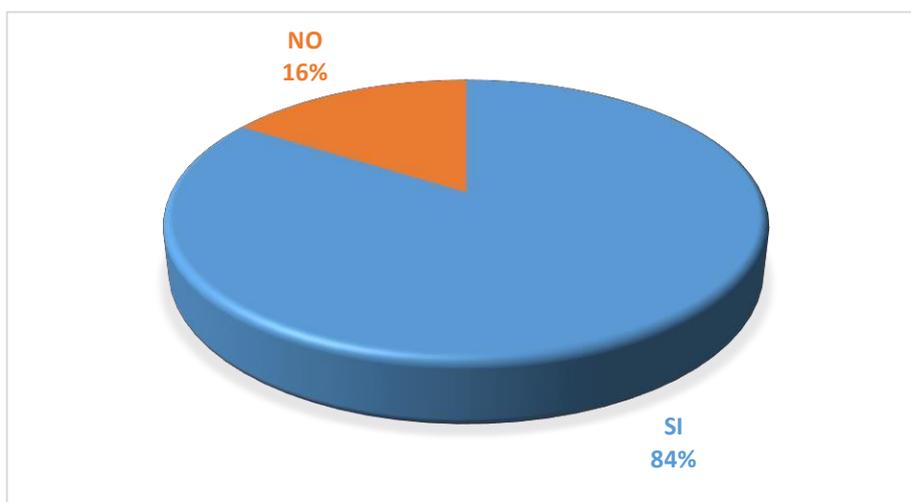


figura 29. Grafico circular que representa la pregunta, ¿Se siente a gusto con el servicio que ofrece el restaurante?

Fuente: cuestionario aplicado a los clientes.

Elaboración: Propia

Interpretación: En la tabla 29 y figura 29, se observó que el 84% (100) de los clientes encuestados, se sienten a gusto con el servicio que ofrece el restaurante, en cambio el 16% (19) no se sienten a gusto con el servicio de la Mype.

Tabla 30. ¿Considera usted importante que el empleado debe desempeñarse al 100%?

Categoría	Frecuencia	Porcentajes
SI	101	85%
NO	18	15%
TOTAL	119	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los Cliente.

Elaboración: Propia

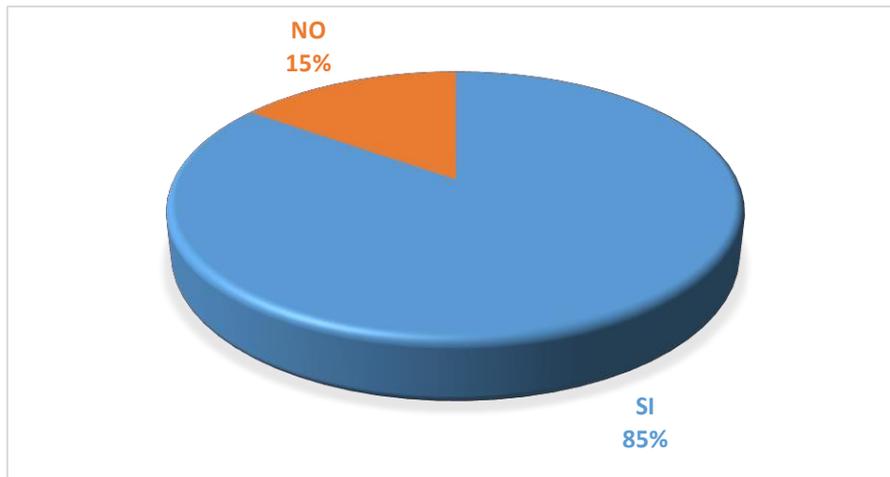


Figura 30. Grafico circular que representa la pregunta, ¿Considera usted importante que el empleado debe desempeñarse al 100%?

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes.

Elaboración: Propia

Interpretación: En la tabla 30 y figura 30, Se observó que el 85% de los clientes encuestados, determinan que si es importante que el empleado del restaurante se desempeñe al 100% y el 15% indican lo contrario.

Tabla 31. ¿Le ofrecen promociones en algunos productos al ser cliente del restaurante?

Categoría	Frecuencia	Porcentajes
SI	41	34%
NO	78	66%
TOTAL	119	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes

Elaboración: Propia

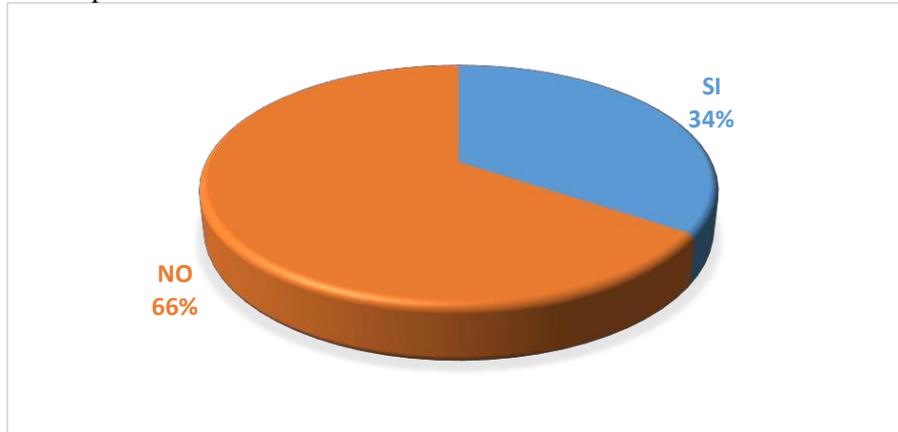


Figura 31. Gráfico circular que representa a la pregunta, ¿Le ofrecen promociones en algunos productos al ser cliente del restaurante?

Fuente: cuestionario aplicado a los clientes

Elaboración: Propia

Interpretación: En la tabla 31 y figura 31, se observa que el 34% de los clientes encuestados, mencionaron que el restaurante si les ofrece promociones del producto y el 66% indicaron lo contrario.

Tabla 32. ¿Cree usted que el restaurante debe seguir innovando con nuevos platos turísticos y de otras regiones que sean agradables?

Categoría	Frecuencia	Porcentajes
SI	119	100%
NO	0	0%
TOTAL	119	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes.

Elaboración: Propia

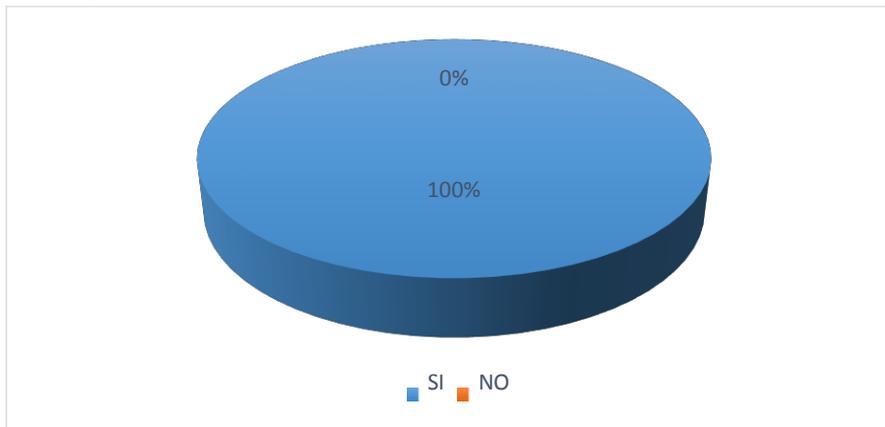


Figura 32. Gráfico circular que representa la pregunta, ¿Cree usted que el restaurante debe seguir innovando con nuevos platos turísticos y de otras regiones que sean agradables?

Fuente: cuestionario aplicado a los clientes.

Elaboración: Propia

Interpretación: En la tabla 32 y figura 32, se observó que el 100% de los clientes encuestados, afirman que el restaurante debe seguir innovando con nuevos platos turísticos y de otras regiones que sean agradables.

Tabla 33. ¿El personal del comercial suele resolver sus dudas acerca del producto adquirido?

Categoría	Frecuencia	Porcentajes
SI	73	61%
NO	46	39%
TOTAL	119	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los Clientes.

Elaboración: Propia

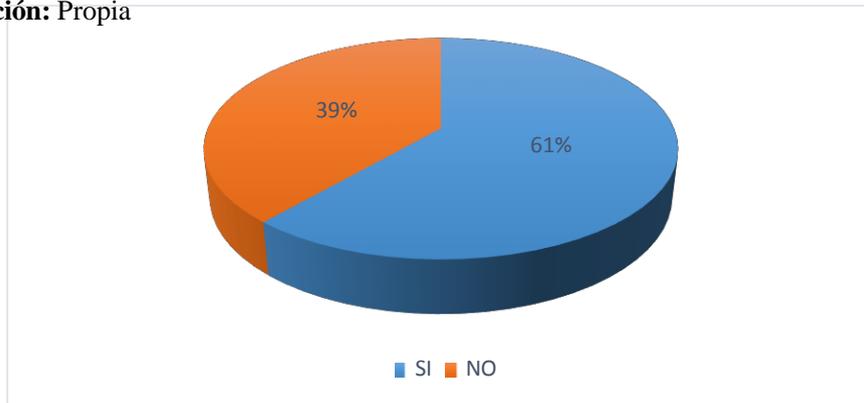


Figura 33. Gráfico circular que representa la pregunta ¿El personal del comercial suele resolver sus dudas acerca del producto adquirido?

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes.

Elaboración: Propia

Interpretación: En la tabla 33 y figura 33, se observó que el 61% de los clientes encuestados, manifestaron que el personal de las Mype si resuelven sus dudas acerca del producto, mientras que el 39% indican lo contrario.

Tabla 34. ¿Usted como cliente recurre a empresas que más confianza le transmiten?

Categoría	Frecuencia	Porcentajes
SI	119	100%
NO	0	0%
TOTAL	119	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los Clientes.

Elaboración: Propia

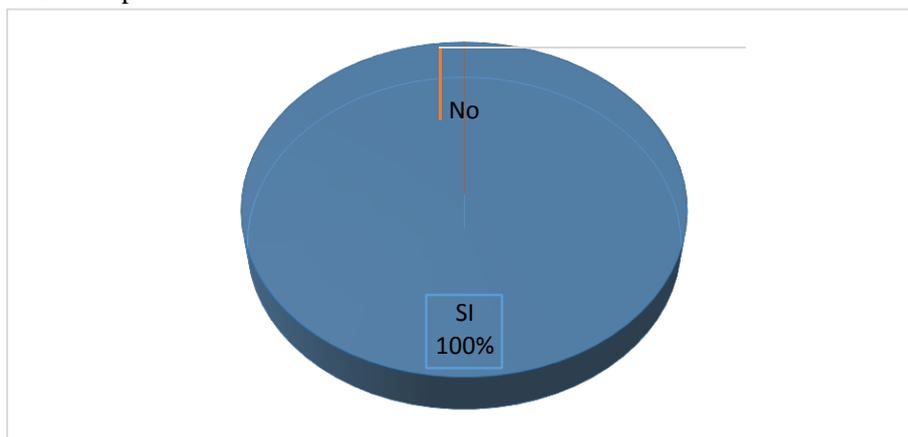


Figura 34. Gráfico circular que representa la pregunta, ¿Usted como cliente recurre a empresas que más confianza le transmiten?

Fuente: cuestionario aplicado a los Clientes.

Elaboración: Propia

Interpretación: En la tabla 34 y figura 34, se observó que el 100% (119) los clientes encuestados, mencionaron que ellos como clientes recurre a empresas que más confianza le transmiten.

Tabla 35. ¿Usted utiliza un lenguaje adecuado al momento de solicitar un producto?

Categoría	Frecuencia	Porcentajes
SI	119	100%
NO	0	0%
TOTAL	119	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los Clientes.

Elaboración: Propia

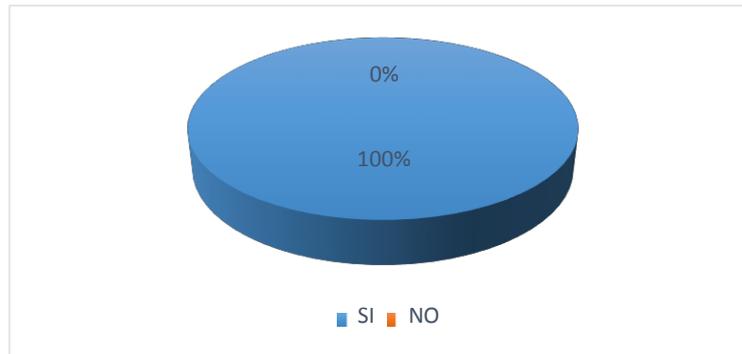


Figura 35. Gráfico circular que representa la pregunta, ¿Usted utiliza un lenguaje adecuado al momento de solicitar un producto?

Fuente: cuestionario aplicado a los clientes.

Elaboración: Propia

Interpretación: En la tabla 35 y figura 35, se observó que el 100% de los clientes encuestados, utilizan un lenguaje adecuado al momento de solicitar el producto.

Tabla 36. ¿El personal mantiene comunicación con usted como cliente, que le permita conocer que desea adquirir?

Categoría	Frecuencia	Porcentajes
SI	90	76%
NO	29	24%
TOTAL	119	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los Clientes.

Elaboración: Propia

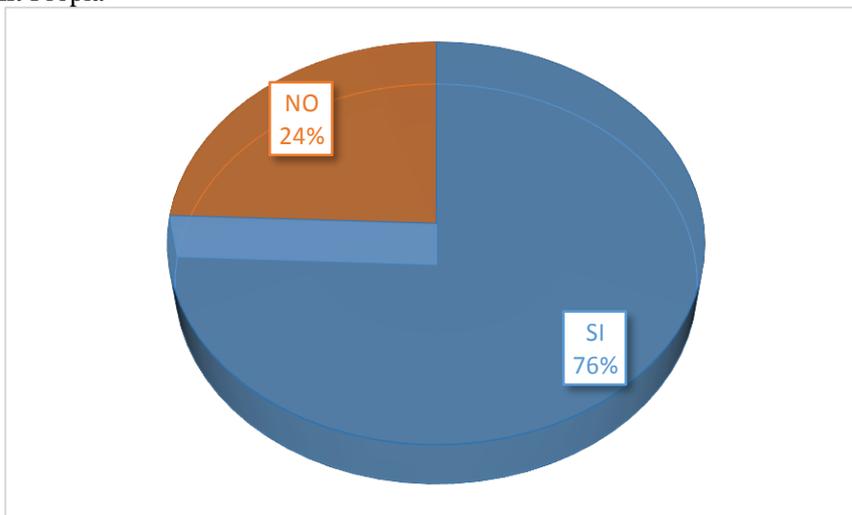


Figura 36. Grafico circular que representa la pregunta, ¿El personal mantiene comunicación con usted como cliente, que le permita conocer que desea adquirir?

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes.

Elaboración: Propia

Interpretación: En la tabla 36 y figura 36, se observó que el 76% de los clientes encuestados, mencionaron que el personal si mantiene una comunicación, en la cual permita conocer lo que el cliente desea adquirir y el 24 % indican lo contrario.

Tabla 37. ¿La empresa mantiene contacto con usted de una u otra manera y que le permita conocer las fallas detectadas?

Categoría	Frecuencia	Porcentajes
SI	9	8%
NO	110	92%
TOTAL	119	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los Clientes.

Elaboración: Propia

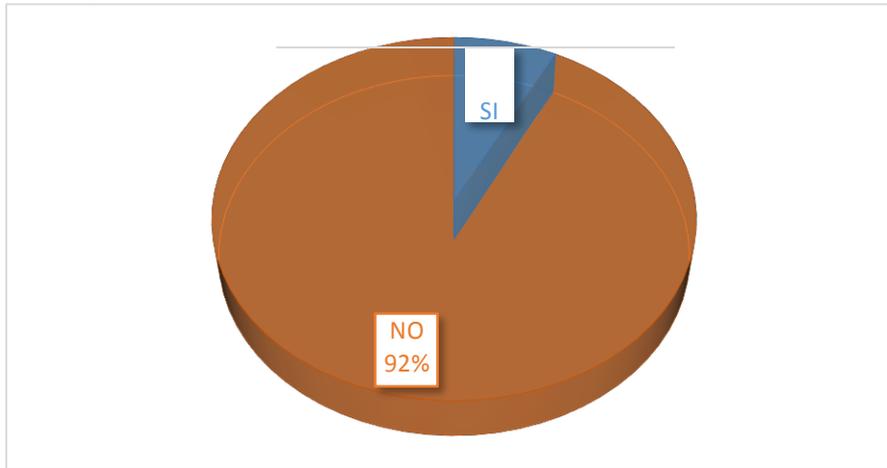


Figura 37. Gráfico circular que representa la pregunta, ¿La empresa mantiene contacto con usted de una u otra manera y que le permita conocer las fallas detectadas?

Fuente: cuestionario aplicado a los clientes.

Elaboración: Propia

Interpretación: En la tabla 37 y figura 37, Se observó que el 92% de los clientes encuestados, mencionaron que no mantiene ningún contacto con el restaurante, la cual permita conocer las fallas detectadas y el 8% indican lo contrario.

5.2. Análisis de resultados

5.2.1. Gestión de calidad

Objetivo específico 01: Identificar los principios de la gestión de calidad en las MYPE rubro restaurante, calle san Martín, Sechura (Piura) año 2018.

En la figura N° 1 – Tabla N°1, denominada, ¿Piensa usted que la atención que le brinda a sus clientes es la adecuada?, se observa que el 85% de los trabajadores encuestados del restaurante respondieron que, si brindan una buena atención hacia sus clientes. Esto coincide con el autor López (2018), quien resalta que el servicio hacia el cliente es muy primordial en toda organización, ya que depende de eso existe el fracaso o el éxito. Es por ello que se dice que en una empresa siempre es bueno que el consumidor o cliente salga muy satisfecho con el fin de que ellos puedan recomendar a otros conocidos, del lugar, por la buena comida y el buen servicio.

En la siguiente pregunta mencionada, ¿Considera que es importante atender adecuadamente al cliente? Obtuvimos que el mayor porcentaje de los trabajadores opta por una respuesta agradable para la MYPE, obteniendo el 100% de los trabajadores mencionan que si es importante atender adecuadamente al cliente. Esto coincide con el autor Castro (2019), quien resalta que las MYPES deben de seguir llevando un adecuado control sobre los beneficios de la satisfacción de sus clientes, ya que esto nos conlleva a conocer más a sus clientes y por otro lado saber cuáles son sus gustos y preferencias. Además, un buen servicio al cliente es fundamental porque permite ser la diferencia de la empresa, brindar un buen servicio es más importante que el precio ya que los consumidores pagarían más dinero, por sentirse más valorados.

Según la siguiente pregunta, ¿Participan todos los trabajadores en el diseño y logro de los objetivos planteados? De acuerdo a los resultados obtenidos por parte de los trabajadores el 73% de ellos mencionaron que, si participan en el diseño y logro de los objetivos planteados. Dedios (2019), indica que el servicio del restaurante, utiliza recursos para brindar una buena atención al cliente es por ello que estos recursos son importantes para su ejecución y control con el fin de que el restaurante tenga una buena productividad y así consiga sus objetivos planteados.

Referente a la cuarta pregunta nombrada, ¿Consideran que el liderazgo que se ejerce en la empresa prioriza el servicio al cliente? Se puede apreciar que el total de los trabajadores encuestados que el 73% si consideran que el liderazgo que se ejerce dentro de la empresa si prioriza el servicio al cliente. Delgado (2018), quien indican que los lideres establecen dirección, propósito, a la vez crean circunstancias en que los individuos consigan los objetivos de la empresa, siempre habrá una persona quien asuma todas las responsabilidades, mantenga al equipo motivado y enfocados en los resultados deseados.

En la figura N° 5 – Tabla N°5, designada ¿La empresa incentiva la participación del personal para alcanzar los objetivos? De nuestra encuesta aplicada a los trabajadores, obtuvimos que el 42% mencionaron que el restaurante incentiva la participación del personal para alcanzar los objetivos. Esto coincide con el autor Castro (2019), quien resalta que los beneficios que brinda la gestión de calidad es mejorar la imagen, maximizar la satisfacción del cliente, mayor participación de los empleados, se recomiendan que deben de tener estrategias de gestión de calidad, en la cual los beneficios que les brinda, hacen que sean mejores y mantener una relación entre los clientes y trabajadores.

En la siguiente pregunta denominada, ¿Se realizan procesos para el logro de la mejora continua de la empresa?, se observó que el 81% de los trabajadores encuestados mencionaron que el restaurante si realiza procesos para el logro de la mejora continua de la empresa. Esto coincide con el autor Dedios (2019), quien indica que el gerente del restaurante tiene en cuenta los valores que ayudan a mejorar el servicio al cliente, en la cual según las encuestas realizadas obtuvo que los trabajadores se sienten a gusto con el restaurante, como también el restaurante hace sentir al trabajador como la persona más segura, poniendo en conocimiento sus habilidades y experiencias.

Según la siguiente pregunta mencionada, ¿La mejora permanente en el servicio responde a las necesidades y expectativas detectadas en los clientes?, se puede apreciar que el total de los trabajadores encuestados el 73%, mencionan que la mejora permanente en el servicio si responden a las expectativas de los clientes. Esto coincide con el autor Delgado (2018), quien indica que las empresas con triunfo poseen una orientación hacia la mejora. Es decir, la mejora continua viene hacer un enfoque con el fin de mejorar el proceso operativo de la empresa que se basa en la reducción de los costos, este proceso de mejora permanente nos ayuda a mejorar la eficiencia y la calidad de la empresa.

Referente a la octava pregunta de mi cuestionario aplicada a los trabajadores de las MYPE restaurante, con la pregunta, ¿Ayuda o participa en el proceso de la toma de decisiones para la empresa?, de nuestra encuesta aplicada a los trabajadores, obtuvimos que el 50% de los trabajadores, mencionaron que, si participan en el proceso de la toma de decisiones para la Mype, mientras tanto que el 50% dicen lo contrario. Esto coincide con el autor Delgado (2018), menciona que las decisiones establecidas en las investigaciones e indagación obtienen mayor posibilidad de alcanzar los resultados esperados.

Tabla N°9, nombrada ¿La relación que mantiene con sus clientes, respecto a las quejas y sugerencias es la adecuada?, se observó que el 88% de los trabajadores encuestados indicaron, que si tienen una relación adecuada con respecto a las quejas del cliente. Esto coincide con el autor Medina (2018), quien indica que siempre los trabajadores de los restaurantes deben de estar muy atentos para agradar a sus clientes, con el propósito que se sientan satisfecho y que regresen pronto.

Objetivo específico 02: Conocer los beneficios de la gestión de calidad en las MYPE rubro restaurante, calle san Martín, Sechura (Piura) año 2018.

En la figura N° 10 – Tabla N°10, denominada ¿El trabajo con calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazadas por la empresa?, se puede apreciar que el total de los trabajadores encuestados el 77% indicaron que el trabajo con calidad ayuda a alcanzar los objetivos de la empresa. Esto coincide con el autor López (2018), quien menciona que es muy primordial tener una evaluación de calidad de servicio en la cual nos conlleva a tener un adecuado control de las actividades de la organización con el propósito de alcanzar los objetivos deseados.

En la siguiente pregunta mencionada, ¿Considera importante la planeación para cumplir con los objetivos?, se observa que el 88% de los trabajadores, mencionaron indican que, si es importante la planeación para cumplir con los objetivos del restaurante. Esto coincide con el autor Riquelme (2017), menciona que la gestión de calidad es muy importante para cualquier organización o empresa ya que nos ayuda hoy en día a someter la impremeditación dentro de nuestras técnicas, con el fin de llegar hacia el objetivo, de llevar a cabo los procesos completamente planeados, en los que sepamos en el momento de actuar durante las actividades, procedimientos, recursos, situaciones y asimismo ante

una desviación de los requisitos establecidos, para poder establecer mecanismos para el seguimiento y la mejora de los mismos.

Según la siguiente pregunta determinada, ¿Cree usted que el cliente se va satisfecho por el producto ofrecido?, se observa que el 69% de ellos mencionaron que, si creen que el cliente se va satisfecho por el producto ofrecido. Esto coincide con el autor López (2018), menciona que los factores de calidad del servicio vienen hacer; trato personalizado, respuesta inmediata y equipos nuevos, en la cual permite que el cliente se sienta satisfechos con la comida y la confianza por parte del personal.

Tabla N°13, denominada ¿Toman en cuenta los gustos y preferencias de sus clientes?, se puede apreciar que el 77 % de los trabajadores encuestados, mencionan que si toman en cuenta los gustos y preferencias del cliente. Esto coincide con el autor Castro (2019), indica que los beneficios de la satisfacción del cliente vienen hacer; el posicionamiento, la compra repetitiva y la boca a boca, en la cual la empresa debe de llevar un control de los beneficios de la satisfacción de sus clientes, esto conlleva a conocer exactamente las preferencias y gustos de sus consumidores.

Según la siguiente pregunta establecida, ¿La empresa lleva un adecuado control de sus productos?, Se puede apreciar que el total de los trabajadores encuestados el 100% indican que el restaurante si lleva un adecuado control de sus productos. Esto coincide con el autor Vergara (2019), indica que la gestión de calidad lo conocen por momentos, después que se le brindan dicha información consideran que, si les ayudaría a mejorar su organización, llevando un adecuado control, pero como no están acostumbrados tendría cualquiera dificultad. Además, al tener un adecuado control interno en la empresa nos proporciona resguardar los recursos y así evitando las pérdidas.

En la figura N° 15 – Tabla N°15, denominada ¿El personal debe cumplir estándares en el desempeño de su trabajo?, se observa que el 50% de los trabajadores, mencionaron que, el personal cumple estándares en el desempeño de su trabajo. Esto coincide con el autor Burgos (2017), indica que, para diseñar el plan, procesos a auditar, para alcanzar estos criterios, fueron necesarios realizar reuniones con todo el personal.

En la siguiente pregunta mencionada, ¿La empresa mide la productividad de sus trabajadores?, se observó que el 73% de los trabajadores encuestados mencionaron que si miden la productividad de los trabajadores del restaurante. Esto coincide con el autor Romero (2019), indica que mejorar el sistema de trabajo conllevará a ser más eficaz, como también más competitivos, al detallar los procedimientos de nuestra labor, obtendremos hacer las cosas excelentes logrando eliminando los errores del trabajo.

Según la pregunta nombrada, ¿Al momento de realizar sus actividades, todos trabajan en forma conjunta?, se puede apreciar que el total de los trabajadores encuestados el 54% indicaron que trabajan en forma conjunta. Esto coincide con el autor Burgos (2017), indica que la empresa presentaba aspectos graves en la planificación del sistema de la gestión de calidad, esto se conlleva por la falta de compromiso de los trabajadores como también de directivas.

En la siguiente pregunta determinada, ¿Busca satisfacer al cliente con el producto ofrecido?, se observa que el 100% de los trabajadores, buscan satisfacer al cliente con el producto ofrecido por la Mype. Esto coincide con el autor Romero (2019), menciona que la satisfacción de los consumidores, es el objetivo primordial de toda empresa, como también es importante indagar los niveles de gusto, hacia el consumidor, cubriendo los intereses como el precio y calidad.

En la figura N° 19 – Tabla N°19, mencionada ¿Existe un alto grado de compromiso de los empleados hacia los clientes?, se observa que el 62% de los trabajadores encuestados mencionaron que sí, existe un alto grado de compromiso de los empleados hacia los clientes. Esto coincide con el autor Sandoval (2018), indica que es muy primordial realizar talleres de planificación mediante procesos con el fin de llevar a cabo una buena atención al cliente.

Tabla N° 20, señala ¿Usted está comprometidos con la MYPE para el logro de los resultados esperados?, se puede apreciar que el total de los trabajadores encuestados el 62%, indicaron que están comprometidos con la MYPE para el logro de los resultados. Esto coincide con el autor Sandoval (2018), menciona que el restaurante debe realizar procesos, como también el diseño de calidad de la gastronomía, progresando así el nivel de gastronomía y logrando que todos los trabajadores mejoren la atención hacia el cliente.

5.2.2. Atención al cliente

Objetivo específico 03: Identificar las estrategias de la atención al cliente en las MYPE rubro restaurante, calle san Martín, Sechura (Piura) año 2018.

En la siguiente pregunta denominada, ¿Los empleados del restaurante muestran interés y disponibilidad para ayudarlo en lo que necesita?, se observa que el 73% de los clientes encuestados mencionaron que los empleados de las MYPE si muestran interés y disponibilidad para ayudarlo en lo que necesita. Esto coincide con el autor Catalán (2018), menciona que los trabajadores del restaurante son cortés, amables y profesionales, es por ello que los consumidores se encuentran satisfechos y tienen una calificación excelente.

Según la pregunta mencionada, ¿Los empleados conocen y le brindan la información adecuada sobre el producto ofrecido en el restaurante?, de nuestra encuesta aplicada a los clientes, obtuvimos que el 73% de los clientes encuestados mencionaron

que los empleados de las MYPE si muestran interés y disponibilidad para ayudarlo en lo que necesita. Esto coincide con el autor Camacho (2019), indica que los trabajadores son evaluados por su desempeño, su resultado es muy eficaz ya que conllevan una buena relación o un buen trato a los clientes, es por ello que existe un alto nivel de calidad en la cual se sienten satisfechos por el desempeño que tiene la empresa.

Tabla N°23, nombrada ¿El restaurante actúa con rapidez a la hora de resolver sus dudas?, se observó que el 65% de los clientes encuestados, manifestaron que las Mype si actúan con rapidez a la hora de resolver sus dudas. Esto coincide con el autor López (2019), indica lo que más estima el cliente es que lo atiendas lo más rápido posible, no hagas esperar a los clientes. ya que el cliente, lo que más valora es la rapidez a la hora de solucionar sus molestias oh dudas.

Según la siguiente pregunta determinada, ¿El empleado habla de forma clara y entendible al momento de ofrecerle el producto del restaurante?, de nuestra encuesta aplicada a los clientes, obtuvimos que el 33%, mencionaron que los empleados de la Mype hablan de forma clara y entendible al momento de ofrecer el producto. Esto coincide con el autor Bueno (2018), menciona que la atención al cliente es muy importante para que el consumidor regrese, así mismo utilizan el instrumento de confianza, además aseguran que es un factor fundamental para la buena atención logrando fidelizar a los consumidores del restaurante.

En la siguiente pregunta nombrada, ¿Frecuentaría el lugar, después de haber consumido en el restaurante?, se observó que el 80% de ellos, mencionaron que, si frecuentaría el lugar, después de haber consumido en el restaurante. Esto coincide con el autor Mejía (2017), indica que no solo los mozos se encuentren pendiente en el servicio,

es por ello que es muy importante que algún funcionario también esté presente en el servicio ya que ayuda a coger comentarios negativos o positivos.

Tabla N°26, denominada ¿Considera usted que el restaurante debe de atender llamadas telefónicas y hacer entregas a domicilio?, de nuestra encuesta aplicada a los clientes, obtuvimos que el 93%, mencionaron que, si consideran que el restaurante debe de atender llamadas telefónicas y hacer entregas a domicilio. Esto coincide con el autor Villacorta (2019), menciona que el 100% de la gestión de calidad beneficia a la empresa a alcanzar los resultados deseados. El 64% maneja una buena comunicación. En cambio, el 55 % mantienen una rapidez en la entrega inmediata de los productos.

En la figura N° 27 – Tabla N°27, llamada ¿Los empleados son honestos al momento de ofrecerle el producto?, Se observó que el 54% de los clientes encuestados, mencionaron que los empleados de las Mype son honestos al momento de ofrecerle el producto. Esto coincide con el autor Coronel (2016), menciona que en el Restaurant Pizza Hut, de los 356 encuestados el 255 indican que, si están de acuerdo con la calidad del servicio, en cambio 101 mostraron su desacuerdo.

Según la siguiente pregunta señalada, ¿Percibe un ambiente que muestra calidad y profesionalismo?, se observó que el 82% de los clientes encuestados, respondieron que si muestra calidad y profesionalismo dentro de las MYPES. Esto coincide con el autor López (2019), menciona que ser profesional, alcanza traducirse en ser honorables, como también consiste en la manera de desarrollar actividades con un compromiso y responsabilidad, en pocas palabras se refiere a que si prometes algo lo cumples.

En la siguiente pregunta nombrada, ¿Se siente a gusto con el servicio que ofrece el restaurante?, de nuestra encuesta aplicada a los clientes, obtuvimos que el 84% de los clientes encuestados, se sienten a gusto con el servicio que ofrece el restaurante. Esto

coincide con el autor López (2019), menciona que al tener un buen servicio obtienes una excelente fidelización hacia tus consumidores, es por ello que debes de brindar tu disposición a prolongar la relación con tu comprador con el fin de que es una parte fundamental de la estrategia.

En la figura N° 30 – Tabla N°30, denominada ¿Considera usted importante que el empleado debe desempeñarse al 100%?, Se observó que el 85% de los clientes encuestados, determinan que si es importante que el empleado del restaurante se desempeñe al 100%. Esto coincide con el autor Catalán (2018), menciona que el entorno físico en la cual comprende la carta del menú, la limpieza, la calidad de las bebidas y alimentos, comodidad, seguridad, confianza hacia los consumidores, con el fin de alcanzar una alta y excelente satisfacción.

Tabla N°31, designada ¿Le ofrecen promociones en algunos productos al ser cliente del restaurante?, se observa que el 34% de los clientes encuestados, mencionaron que el restaurante si les ofrece promociones del producto. Esto coincide con el autor López (2019), menciona que el cliente es importante para llegar hacia el beneficio o éxito de la empresa, es por ello que las Mypes dependen de sus consumidores por lo que deberían satisfacer sus necesidades y expectativas. Por otra parte, Coronel (2016), indica que 157 personas encuestadas, declararon que los productos que vende en el restaurante son de buena calidad, en cambio 199 indican lo contrario.

En la siguiente pregunta mencionada, ¿Cree usted que el restaurante debe seguir innovando con nuevos platos turísticos y de otras regiones que sean agradables?, de nuestra encuesta aplicada a los clientes, obtuvimos que el 100% de los clientes encuestados, afirman que el restaurante debe seguir innovando con nuevos platos turísticos y de otras regiones que sean agradables. Esto coincide con el autor Camacho

(2019), indica que las Mypes del distrito de Morropòn no se les ofrece una adecuada atención, ya que el personal no es capacitado como también no brindan variedad de platos, en la cual los clientes no soy atendidos con el sabor y la sazón que satisfacen sus necesidades.

Objetivo específico 04: Describir los componentes de la atención al cliente en las MYPE rubro restaurante, calle san Martín, Sechura (Piura) año 2018.

En la figura N° 33 – Tabla N°33, denominada ¿El personal del comercial suele resolver sus dudas acerca del producto adquirido?, se observó que el 61% de los clientes encuestados, manifestaron que el personal de las Mype si resuelven sus dudas acerca del producto. Esto coincide con el autor Catalán (2018), menciona que la empresa muestra pocas quejas, todas son echas de una manera directa y el tiempo en resolver el reclamo según el cliente es bueno. Además, se llevó a la conclusión que el restaurante no cuenta con mecanismos en la cual permita que el cliente exprese sus reclamos o sugerencias y felicitaciones.

Según la siguiente pregunta señalada, ¿Usted como cliente recurre a empresas que más confianza le trasmiten?, de nuestra encuesta aplicada a los clientes, obtuvimos que el 100% los clientes encuestados, mencionaron que ellos como clientes recurre a empresas que más confianza le trasmiten. Esto coincide con el autor Mejía (2017), indica que es muy fundamental la confianza que se desarrolla entre el cliente y el empleado o trabajador, al ser respetuoso y agradable ellos sienten que están empezando a conocerse, tienes que tener la confianza con el cliente otorgándole el seguimiento y estableciendo de una compra increíble. Es por ello que deben de ganarse al cliente y de esa forma que ellos volverán a buscarnos.

En la siguiente pregunta mencionada, ¿Usted utiliza un lenguaje adecuado al momento de solicitar un producto?, se observó que el 100% de los clientes encuestados, utilizan un lenguaje adecuado al momento de solicitar el producto. Esto coincide con el autor Villacorta (2019), menciona que el 64% utiliza una comunicación ante sus clientes, el 82% brinda una adecuada atención al cliente. el 36% de los clientes se encuentran satisfechos.

Tabla N°36, designada ¿El personal mantiene comunicación con usted como cliente, que le permita conocer que desea adquirir?, se observó que el 76% de los clientes encuestados, mencionaron que el personal si mantiene una comunicación, en la cual permita conocer lo que el cliente desea adquirir. Esto coincide con el autor Pedro (2019), indica que al tener una excelente comunicación para que el consumidor pronuncie lo que desea, como lo quiere y cuando lo desea.

En la figura N° 37 – Tabla N°37, denominada ¿La empresa mantiene contacto con usted de una u otra manera y que le permita conocer las fallas detectadas?, Se observó que el 92% de los clientes encuestados, mencionaron que no mantiene ningún contacto con el restaurante, la cual permita conocer las fallas detectadas. Esto coincide con el autor Pedro (2019), indica que las vías de contacto con el consumidor son muy importantes para ofrecer un buen servicio al cliente. estas vías nos ayudan a identificar las quejas los reclamos, malos comentarios hacia el producto adquirido.

VI. Conclusiones

Respecto al primer objetivo específico sobre los principios de la gestión de calidad en las MYPE estudiadas se identificó; el enfoque al cliente, donde satisfacen sus necesidades, ya que ellos son cada vez más rígidos, no solo buscan la calidad o el precio, como también una adecuada atención, un servicio inmediato y un trato personalizado, además la gestión de relaciones, enfoque basados en procesos, liderazgo y mejora continua.

Con relación al segundo objetivo específico sobre los beneficios de la gestión de calidad en las MYPE estudiadas se conoció; mejorar la calidad de los servicios y productos en la cual optimizan los resultados financieros, es por ello que se menciona que para la empresa es muy necesario que tenga su inventario controlado y ordenado, asimismo buscan satisfacer al cliente con el producto ofrecido, ya que es el objetivo primordial de las organizaciones, para obtener un aumento en las ventas, con el fin de mejorar la rentabilidad, al mismo tiempo ampliar la imagen de la organización y mejorar el sistema de trabajo.

Respecto al tercer objetivo específico sobre las estrategias de atención al cliente en las MYPE estudiadas se identificó; el cliente es el centro de la organización, con el fin de tener conocimiento de su comportamiento y sus necesidades, logrando así ventajas competitivas por lo tanto, deben de seguir innovando con nuevos platos turísticos y de otras regiones que sean agradables, con el propósito de que los clientes accedan al producto y servicio que ofrece el restaurante, ya que esto permite a que obtenga mayor acogida, de la misma manera personaliza la confianza al cliente, brinda ayuda y utiliza patrones de medición.

Con relación al cuarto objetivo específico sobre los componentes de atención al cliente en las MYPE estudiadas se describió; la credibilidad donde permite que el consumidor recurra continuamente por la seguridad y confianza que le transfiere, como también la comunicación en la cual, al tener un lenguaje apropiado del cliente con el personal, se obtiene una comprensión para saber lo que se necesita o adquiere.

VII. Recomendaciones

Se recomienda que las MYPES logren incentivar a su personal, ya que la organización depende de personas para que funcione la empresa de una forma agradable y excelente, es por ello que las personas deben de estar motivadas para que la organización logre los beneficios económicos y el éxito.

Se recomienda que las empresas, motiven a sus trabajadores para que realicen sus actividades en forma conjunta, ya que es un elemento muy primordial en toda empresa, cuando las personas que conforman la empresa están comprometidas y a la misma vez trabajen conjuntamente, con el fin de conseguir los resultados deseados, pero si, por el contrario, hay descoordinación y envidia dentro de la empresa, lo más posible es que los objetivos no sean alcanzados.

Se recomienda al restaurante, que los empleados de las MYPE sean preparados y capaces para que puedan realizar sus actividades correctamente como por ejemplo a que hablen de una forma entendible y clara, con el fin de evitar el lenguaje negativo.

Se recomienda que las MYPES realicen un programa de comunicación con los clientes permanentes, para que obtenga una retroalimentación. Además, así permite que la organización tenga conocimiento sobre las opiniones de sus clientes, con el fin de que la empresa pretenda ser exitosa, realizar un seguimiento y una medición para dar a

conocer sus debilidades y fortalezas en la cual logrará trazar las estrategias de mejora que le resulten más beneficiosas.

Referencias bibliográficas

Dedios, M. A. (2019). *Gestión de calidad y atención al cliente de la Mype rubro resturante cevicheria karaoke ingrid de la ciudad de sullana, Año 2019*. Sullana.

Obtenido de

http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/11471/GESTION_DE_CALIDAD_ATENCION_AL_CLIENTE_DEDIOS_LOPEZ_MERCEDES_ARACELLI.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Alayo, A. (2018). *Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro juguerías, centro de la ciudad de Chimbote, 2017*. Chimbote- Piura.

Obtenido de

http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/5765/ATENCION_AL_CLIENTE_GESTION_DE_CALIDAD_ALAYO_REYES_ANTHONY_BREDYS.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Alcázar, J. (25 de Febrero de 2019). *Acerca de nosotros: Desde el sur peruano*. Obtenido

de Desde el sur peruano Web site:

<http://semanaeconomica.com/desdeelsurperuano/2019/02/25/perspectivas-para-el-2019/>

Angelica . (03 de Marzo de 2016). *Acerca de nosotros: Metodología*. Obtenido de

Metodología Web site: <http://m3todologia1.blogspot.com/>

Atarama, R., Eduardo, C., & Paredes, A. (2 de Noviembre de 2016). *PLAN DE*

NEGOCIOS PARA LA PUESTA EN MARCHA DE UN RESTAURANTE DE

COMIDA CRIOLLA EN LA CIUDAD DE AREQUIPA. Obtenido de https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/621296/Atarama_Paredes_Eduardo.pdf;jsessionid=54C6D303A7914BC1289041A90FF924F6?sequence=9

Ayesta, A. (28 de Enero de 2019). *Acerca de nosotros: Trend AGENCIA DE PR & REPUTACIÓN*. Obtenido de Trend AGENCIA DE PR & REPUTACIÓN Web site: <https://trend.pe/analisis-politico-y-economico-enero-2019/>

Balladares, F. (2018). “*CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y CAPACITACIÓN DE LAS MYPES, EN EL SECTOR SERVICIO RUBRO HOSPEDAJE EN EL DISTRITO DE TUMBES, 2017*”. Tumbes. Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3849/GESTION_DE_CALIDAD_COMPETITIVIDAD_BALLADARES_PAREDES_FLORINDA%20.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Barco, M. (2017). *Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipos de sonido e instrumentos musicales, disctrito de Chimbote, 2017*. Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/4770/MICRO_Y_PEQUENAS_EMPRESAS_REPRESENTANTE_BARCO_PAREDES_MORIYOSHI_JAIR.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Bueno, M. (2018). *Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicio, rubro restaurantes en la Urb. 21 de Abril, Chimbote, 2016*. Chimbote-Piura. Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/8228/GESTION_

DE_CALIDAD_EN_LA_ATENCION_AL_CLIENTE_BUENO_MARTINEZ_MICELI_PAOLA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Bueno, M. P. (2018). *GESTIÓN DE CALIDAD EN ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS, SECTOR SERVICIO, RUBRO RESTAURANTES EN LA URB. 21 DE ABRIL, CHIMBOTE, 2016*. Chimbote. Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/8228/GESTION_DE_CALIDAD_EN_LA_ATENCION_AL_CLIENTE_BUENO_MARTINEZ_MICELI_PAOLA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Burgos, D. J. (2017). *DESARROLLO DEL SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD EN EL RESTAURANTE-BAR OUZO AGAVE AZUL S.A.S. BAJO LOS LINEAMENTOS DE LA NORMA ISO 9001:2015 Y LA NORMA TÉCNICA COLOMBIANA NTSUSNA 008*. Bogotá. Obtenido de <https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/10591/DOCUMENTO%20FINAL.pdf?sequence=1>

Camacho, C. E. (2019). *CARACTERIZACIÓN DE LA CAPACITACIÓN Y LA ATENCIÓN AL CLIENTE DE LAS MYPE, RUBRO RESTAURANTES DEL DISTRITO DE MORROPÓN, AÑO 2016*. Piura. Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/10342/CUSTOMER_SERVICE_TRAINING_CAMACHO_BERRU_CARLOS_ENRIQUE.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Castro, F. M. (2019). *CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LA MYPE RUBRO RESTAURANTES URB EL BOSQUE-CASTILLA, PIURA 2016*. PIURA – PERÚ. Obtenido de

http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/11629/SATISFACCION_DEL_CLIENTE_INNOVACION_CASTRO_CHOQUEHUANCA_FELISCAR_MEDALI.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Catalán, Y. J. (2018). *"CALIDAD DE LOS SERVICIOS Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN EL RESTAURANTE PIZZA BURGER DINER, UBICADO EN LA CABECERA DEL DEPARTAMENTO DE ZACAPA ."*. Zacapa. Obtenido de <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesisjrkd/2018/01/04/DelCid-Yasser.pdf>

Cerro, J. (16 de Junio de 2016). *Acerca de nosotros: Entrepreneur*. Obtenido de Entrepreneur Web site: <https://www.entrepreneur.com/article/277668>

Chupayo, K. B. (2018). *Impacto De La Calidad Del Servicio En La Satisfacción En La Micro y Pequeña Empresa Del Rubro Restaurante De Comida Criolla En Ñaña, Distrito De Lurigancho Chosica*. Lima. Obtenido de http://repositorio.esan.edu.pe/bitstream/handle/ESAN/1347/2018_ADYMA_18-1_01_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Coquillat, D. (14 de Enero de 2016). *Estudio sobre el impacto de la tecnología en los restaurantes en 2015*. Obtenido de <https://www.diegocoquillat.com/estudio-sobre-el-impacto-de-la-tecnologia-en-los-restaurantes-en-2015/>

Coronel, C. S. (2016). *CALIDAD DE SERVICIO Y GRADO DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN EL RESTAURANT PIZZA HUT EN EL CENTRO COMERCIAL MEGA PLAZA LIMA; 2016*. PIMENTEL. Obtenido de <http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/uss/2707/CAROLINA-SOLEIDAD-CORONEL-ARCE%20TESIS.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Delgado, E. (7 de Mayo de 2018). *Los 7 principios de la Gestión de la Calidad*. Obtenido de <https://spcgroup.com.mx/los-7-principios-de-la-gestion-de-la-calidad/>

Dominguez, J. (5 de Febrero de 2015). *Manual atención cliente*. Obtenido de <https://es.slideshare.net/joseldominguez1297/manual-atencin-cliente>

Ferreyros, E. (31 de Julio de 2017). *Acerca de nosotros El Peruano*. Obtenido de El Peruano Web site: <https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/decreto-supremo-que-dispone-la-modificacion-de-diversos-arti-decreto-supremo-n-009-2017-mincetur-1549064-5/>

Garrido, J. (23 de Agosto de 2018). *Acerca de nosotros: El comercio*. Obtenido de El comercio Web site: <https://elcomercio.pe/economia/peru/negocios-restaurantes-crecieron-1-86-junio-inei-noticia-nndc-549877>

Gañí , P. (15 de Noviembre de 2018). *Acerca de nosotros: Perú Retail*. Obtenido de Perú Retail Web site: <https://www.peru-retail.com/especialista/panorama-industria-foodservice-peru/>

Hugo, H., Barrios, I., & Martínez, D. (23 de Agosto de 2018). *Gestión de la calidad: elemento clave para el desarrollo de las organizaciones*. Obtenido de <https://revistas.unilibre.edu.co/index.php/criteriolibre/article/view/2130>

Jimenez, J. (5 de Julio de 2017). *Acerca de nosotros: Food Service Magazine*. Obtenido de Food Service Magazine Web site: <https://foodservicemagazine.es/2017/07/5-tecnologias-que-tu-restaurante-debe-implementar-en-los-proximos-diez-anos.html>

- Lizarzaburu, E. R. (30 de enero-junio de 2016). *La gestión de la calidad en Perú: un estudio de la norma ISO 9001, sus beneficios y los principales cambios en la versión 2015*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/1872/187244133006.pdf>
- López, D. C. (2018). *Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante*. Guayaquil, Ecuador. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/9867/1/T-UCSG-POS-MAE-160.pdf>
- López, M. A. (2019). *GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE DE LA MYPE RUBRO RESTAURANT CEVICHERIA KARAOKE INGRID DE LA CIUDAD DE SULLANA, AÑO 2019*. Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/11471/GESTION_DE_CALIDAD_ATENCION_AL_CLIENTE_DEDIOS_LOPEZ_MERCEDE_S_ARACELLI.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- López, P., & Fachelli, S. (Febrero de 2015). *Metodología de la investigación social cuantitativa*. Barcelona: 1ª edición. Obtenido de https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2016/163567/metinvsocua_a2016_cap2-3.pdf
- Luzardo, A. (21 de Febrero de 2017). *5 Acciones Tecnológicas Para Un Restaurante Más Eficiente*. Obtenido de <https://www.enter.co/especiales/empresas-del-futuro/5-acciones-tecnologicas-para-un-restaurante-mas-eficiente/>
- Martín, P. J., Lafuente, M., & Faura, Ü. (2015). *Guía práctica de Estadística aplicada a la empresa y al marketing*. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=23LkBwAAQBAJ&pg=PA7&lpg=PA7&dq=Una+poblaci%C3%B3n+desde+el+punto+de+vista+estad%C3%ADstico>,

+es+un+conjunto+finito+o+infinito+de+entes+(individuos,+objetos,+empresas,
+etc.)+que+poseen+unas+caracter% C3% ADsticas+comunes.&

Martínez, G. (2018). *Caracterización de capacitación y liderazgo en las MYPE rubro bodegas de la Urbanización Miraflores-Piura, Año 2018*. Piura. Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3354/CAPACITACION_LIDERAZGO_MARTINEZ_MORE_GLADYS.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Medina, K. J. (2018). *Caracterización de competitividad y gestión de la calidad de las Mype sector servicio gastronómico rubro restaurantes comida Marina, Talara, Año 2018*. Piura. Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/4504/COMPETITIVIDAD_Y_GESTION_DE_CALIDAD_MEDINA_VARGAS_%20KATHERINE_ULIETT.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Medina, M. (2018). *Caracterización de la gestión de calidad y atención al cliente en las MYPE rubro pollería del distrito de Vice - Sechura Año 2018*. Piura - Perú. Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/5932/CLIENTES_CALIDAD_MEDINA_CHUNGA_MARY_ESTEFANY.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Mejía, J. H. (2017). *LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE Y EL NIVEL DE FIDELIZACIÓN EN RESTAURANTES FAMILIARES DE SAN MIGUEL, SAN ISIDRO Y JESUS MARIA*. Lima. Obtenido de http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/3672/1/2017_Hern% C3% A1ndez-Mej% C3% ADa.pdf

- Monroy, M. A., & Urcádiz, F. J. (2018). *Calidad en el servicio y su incidencia en la satisfacción del comensal en restaurantes de La Paz, México*. La paz, México. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=456057665005>
- Norén, A. (9 de Junio de 2017). *La importancia de los materiales en la maquinaria y mobiliario*. Obtenido de <https://vitrinashosteleria.com/blog/la-importancia-de-los-materiales-en-la-maquinaria-y-mobiliario/>
- Núñez, J. (16 de Noviembre de 2016). *Acerca de nosotros: Diario de gastronomía*. Obtenido de Diario de gastronomía Web site: <https://diariodegastronomia.com/pagariamos-mas-comer-restaurante-sostenible/>
- Paz, F. (15 de Marzo de 2018). *Acerca de nosotros: El peruano*. Obtenido de El peruano Web site: <https://elperuano.pe/noticia-la-incertidumbre-politica-afecta-expansion-del-peru-64743.aspx>
- Paz, F. (22 de Abril de 2019). *Acerca de nosotros: Andina*. Obtenido de Andina Web site: <https://andina.pe/agencia/noticia-inei-negocios-restaurantes-crecieron-344-febrero-2019-749286.aspx>
- Pedro. (16 de Abril de 2019). *Empresa: las necesidades del consumidor y los componentes básicos del buen servicio*. Obtenido de <https://www.hrlab.es/empresa-las-necesidades-del-consumidor-y-los-componentes-basicos-del-buen-servicio.htm>
- Pino, M. A. (27 de Octubre de 2016). *Tamaño de la muestra población infinita*. Obtenido de <https://prezi.com/c5lvkcpokdxu/tamano-de-la-muestra-poblacion-infinita/>

- Ponce, L. (10 de Febrero de 2017). *Tendencias tecnológicas para restaurantes: una oportunidad para la innovación*. Obtenido de <https://www.diegocoquillat.com/tendencias-tecnologicas-para-restaurantes-una-oportunidad-para-la-innovacion/>
- Porporatto, M. (9 de Junio de 2015). *ATENCIÓN AL CLIENTE*. Obtenido de <https://quesignificado.com/atencion-al-cliente/>
- Raffino, M. (16 de noviembre de 2018). *"Servicio al Cliente"*. Obtenido de <https://concepto.de/servicio-al-cliente/>
- Ramos, V. (23 de Julio de 2016). *¿Cómo evalúan los clientes tu servicio?* Obtenido de <https://prezi.com/2hf8dpjky6us/como-evaluan-los-clientes-tu-servicio/>
- Riesco, S. (11 de Septiembre de 2018). *¿Cuáles son las normas ISO más importantes?* Obtenido de https://www.formazion.com/noticias_formacion/cuales-son-las-normas-iso-mas-importantes-org-5273.html
- Riquelme, M. (2017). *La Importancia De La Gestión De La Calidad*. Obtenido de <https://www.webyempresas.com/la-importancia-de-la-gestion-de-la-calidad/>
- Riquelme, R. (22 de septiembre de 2015). *Acerca de nosotros: Extensión y Proyección Universitaria*. Obtenido de Extensión y Proyección Universitaria Web site: <http://blog.epu.edu.pe/por-que-controlar-los-costos-en-gastronomia/>
- Romero, J. A. (2018). *CALIDAD DEL SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LOS PRINCIPALES RESTAURANTES DEL DISTRITO DE JULIACA PROVINCIA DE SAN ROMÁN 2018*. Puno. Obtenido de

http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/9970/Jimmy_Andy_Del_Pino_Romero.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Romero, K. (Febrero de 2019). *Beneficios de un sistema de gestión de calidad adecuado en una empresa*. Obtenido de <https://www.virtualpro.co/editoriales/20190201-ed.pdf>

Roy, T. (1 de Febrero de 2018). *Acerca de nosotros: Métodos de publicidad para restaurantes*. Obtenido de Métodos de publicidad para restaurantes Web site: <https://www.cuidatudinero.com/13142516/metodos-de-publicidad-para-restaurantes>

Samanez, L. E. (2019). *GESTIÓN DE CALIDAD EN ATENCIÓN AL CLIENTE Y PROPUESTA DE MEJORA EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO, RUBRO RESTAURANTES DEL DISTRITO DE SAYAN, PROVINCIA DE HUAURA, AÑO 2019*. Chimbote. Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/11528/ATENCIÓN_AL_CLIENTE_SAMANEZ_FERREBU_LUDWIN_EDGAR.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Samsing, C. (19 de Junio de 2019). *Principios de la atención al cliente*. Obtenido de <https://blog.hubspot.es/service/principios-atencion-cliente>

Sánchez, A. L. (2017). *"EVALUACIÓN DE LA CALIDAD DE SERVICIO AL CLIENTE EN EL RESTAURANTE PIZZA BURGER DINER DE GUALAN, ZACAPA."*. Zacapa. Obtenido de <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesisjcem/2017/01/01/Sanchez-Aby.pdf>

- Sandoval, F. E. (2018). *EL SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD Y LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN EL RESTAURANT EL GOURMET URBANO EN EL DISTRITO DE SAN ISIDRO*, 2015. Lima. Obtenido de http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/4339/3/sandoval_cfe.pdf
- Schneir, J. (25 de Septiembre de 2018). *Acerca de nosotros: Camino Financial*. Obtenido de Camino Financial Web site: <https://www.caminofinancial.com/es/como-reducir-tus-costos-de-mano-de-obra/>
- Silva, K. (2018). *¿Por qué la calidad en el servicio al cliente es importante?* Obtenido de <https://www.cuidatudinero.com/13075766/por-que-la-calidad-en-el-servicio-al-cliente-es-importante>
- Vallejo, J. L. (21 de Enero de 2019). *Metodologías innovadoras: creando la empresa del futuro*. Obtenido de <https://metodogas.com/2019/01/21/metodologias-innovadoras-creando-el-restaurante-del-futuro/>
- Vergara, E. N. (2019). *GESTIÓN DE CALIDAD CON EL USO DEL NEUROMARKETING Y PLAN DE MEJORA EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIOS, RUBRO COMIDAS EN RESTAURANTES DEL DISTRITO DE HUARAZ*, 2018. HUARAZ. Obtenido de [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/11792/GESTI%
c3%
93N_DE_CALIDAD_RESTAURANTES_VERGARA_ANTUNEZ_ELIZABETH_NOEMI.pdf?sequence=3&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/11792/GESTI%c3%93N_DE_CALIDAD_RESTAURANTES_VERGARA_ANTUNEZ_ELIZABETH_NOEMI.pdf?sequence=3&isAllowed=y)
- Villacorta, H. E. (2019). *GESTIÓN DE LA CALIDAD EN ATENCIÓN AL CLIENTE Y PLAN DE MEJORA EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR*

SERVICIO – RUBRO RESTAURANTE, URBANIZACIÓN LOS JARDINES, TRUJILLO 2018. Trujillo. Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/9253/CALIDAD_CLIENTE_VILLACORTA_AREDO_HILDER_EVER.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Yzaguirre, E. (2019). *Gestión de calidad en la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías, en el casco urbano de la ciudad de chimbote*, 2018. Chimbote-Perú. Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/9872/GESTION_DE_CALIDAD_ATENCION_AL_CLIENTE_YZAGUIRRE_VENTURA_ELIZABETH_YSELA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

ANEXOS

Anexo N°1: Esquema del cronograma de actividades

	2-Set	12-Set	22-Set	2-Oct	12-Oct	22-Oct	1-Nov	11-Nov	21-Nov	1-Dic
Informe de Investigación										
Presentación del primer borrador del Informe Final										
Mejora de la redacción del primer borrador del Informe F										
Primer borrador de Artículo Científico										
Mejoras a la Redacción del Informe F y Artículo C.										
Revisión y mejora del Informe Final										
Revisión y mejora del Artículo Científico										
Calificación del Informe F y Artículo C por el DTI										
Sustentación del Informe Final de I.										
Calificación y sustentación del Informe F y Artículo C por el J.I (1 era Revisión)										
Calificación y sustentación del Informe F y Artículo C por el J.I (1 era Revisión)										
Calificación y sustentación del Informe F y Artículo C por el J.I (2da Revisión)										
Acta de sustentación										
Publicación de promedios										

Anexo N° 2: Presupuesto

RUBROS	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO UNIT.	SUBTOTAL
BIENES DE CONSUMO				
Lapiceros	15		0.50	S/7.50
USB	1		30	S/30.00
Lápiz	5		0.50	s/2.50
Hijas Dina A4	1	Millar	25	S/25.00
SUBTOTAL				s/. 65.00
II SERVICIOS				
Anillado	2		20	S/40.00
Internet	360	Horas	1	S/360.00
Energía eléctrica		Horas		S/570.00
Pasajes			100	s/100.00
Refrigerio			60	s/ 80.00
Impresiones	150	Unidad	0.50	S/75.00
Fotocopias	80	Unidad	0.10	S/8.00
Varios			150	S/150.00
Turnitin			50	S/50.00
SUBTOTAL				s/. 1,433.00
TOTAL				S/ 1,498.00

Anexo N° 3: Cuestionario dirigido a los trabajadores



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES FINANCIERAS Y

ADMINISTRATIVAS

Buenas tardes estimado trabajador, soy alumna de la Universidad Católica Los Ángeles Chimbote de la Carrera Profesional de Administración y estoy realizando una encuesta que tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación denominada **“Caracterización de Gestión de Calidad y Atención al Cliente en las Mype Rubro Restaurante, Calle San Martín, Sechura (Piura) Año 2018”**.

La información que usted proporcionará será utilizada con fines académicos y de investigación, se agradece su valioso tiempo y apoyo brindado.

Marca con una (x) la respuesta correspondiente:

ENCUESTA

DATOS GENERALES

Edad a) 18 a 25 años b) 25 a 35 años c) 30 a 50 años	Estado civil a) Soltero b) Casado c) Viudo
Genero / Sexo a) Masculino b) Femenino	Nivel de estudios a) Sin estudio b) Estudios básicos c) Estudios superiores d) Estudios universitarios

VARIABLE GESTIÓN DE CALIDAD

1. ¿Piensa usted que la atención que le brinda a sus clientes es la adecuada?
SI () NO()
2. ¿Considera que es importante atender adecuadamente al cliente?
SI () NO()
3. ¿Participan todos los trabajadores en el diseño y logro de los objetivos planteados?
SI () NO()
4. ¿Consideran que el liderazgo que se ejerce en la empresa prioriza el servicio al cliente?
SI () NO()
5. ¿La empresa incentiva la participación del personal para alcanzar los objetivos?
SI () NO()
6. ¿Se realizan procesos para el logro de la mejora continua de la empresa?
SI () NO()
7. ¿La mejora permanente en el servicio responde a las necesidades y expectativas detectadas en los clientes?
SI () NO()
8. ¿Ayuda o participa en el proceso de la toma de decisiones para la empresa?
SI () NO()
9. ¿La relación que mantiene con sus clientes, respecto a las quejas y sugerencias es la adecuada?
SI () NO()
10. ¿El trabajo con calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazadas por la empresa?
SI () NO()
11. ¿Considera importante la planeación para cumplir con los objetivos?
SI () NO()
12. ¿Cree usted que el cliente se va satisfecho por el producto ofrecido?
SI () NO()
13. ¿Toman en cuenta los gustos y preferencias de sus clientes?
SI () NO()

14. ¿La empresa lleva un adecuado control de sus productos?

SI () NO()

15. ¿El personal debe cumplir estándares en el desempeño de su trabajo?

SI () NO()

16. ¿La empresa mide la productividad de sus trabajadores?

SI () NO()

17. ¿Al momento de realizar sus actividades, Todos trabajan en forma conjunta?

SI () NO()

18. ¿Busca satisfacer al cliente con el producto ofrecido?

SI () NO()

19. ¿Existe un alto grado de compromiso de los empleados hacia los clientes?

SI () NO()

20. ¿Sus trabajadores están comprometidos con la MYPE para el logro de los resultados esperados?

SI () NO()

Anexo N° 4: Cuestionario dirigido a los clientes



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES FINANCIERAS Y

ADMINISTRATIVAS

Buenas tardes estimado cliente, soy alumna de la Universidad Católica Los Ángeles Chimbote de la Carrera Profesional de Administración y estoy realizando una encuesta que tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación denominada **“Caracterización de Gestión de Calidad y Atención al Cliente en las Mype Rubro Restaurante, Calle San Martín, Sechura (Piura) Año 2018”**.

La información que usted proporcionará será utilizada con fines académicos y de investigación, se agradece su valioso tiempo y apoyo brindado.

Marca con una (x) la respuesta correspondiente:

ENCUESTA

DATOS GENERALES

Edad d) 18 a 25 años e) 25 a 35 años f) 30 a 50 años	Estado civil d) Soltero e) Casado f) Viudo
Genero / Sexo c) Masculino d) Femenino	Nivel de estudios e) Sin estudio f) Estudios básicos g) Estudios superiores h) Estudios universitarios

VARIABLE ATENCIÓN AL CLIENTE:

1. ¿Los empleados del restaurante muestran interés y disponibilidad para ayudarlo en lo que necesita?

SI () NO()

2. ¿Los empleados conocen y le brindan la información adecuada sobre el producto ofrecido en el restaurante?

SI () NO()

3. ¿El restaurante actúa con rapidez a la hora de resolver sus dudas?

SI () NO()

4. ¿El empleado habla de forma clara y entendible al momento de ofrecerle el producto del restaurante?

SI () NO()

5. ¿Frecuentaría el lugar, después de haber consumido en el restaurante?

SI () NO()

6. ¿Considera usted que el restaurante debe de atender llamadas telefónicas y hacer entregas a domicilio?

SI () NO()

7. ¿los empleados son honestos al momento de ofrecerle el producto?

SI () NO()

8. ¿Percibe un ambiente que muestra calidad y profesionalismo?

SI () NO()

9. ¿Se siente a gusto con el servicio que ofrece el restaurante?

SI () NO()

10. ¿Considera usted importante que el empleado debe desempeñarse al 100%?

SI () NO()

11. ¿Le ofrecen promociones en algunos productos al ser cliente del restaurante?

SI () NO()

12. ¿Cree usted que el restaurante debe seguir innovando con nuevos platos turísticos y de otras regiones que se han agradables?
SI () NO()
13. ¿El personal del comercial suele resolver sus dudas acerca del producto adquirido?
SI () NO()
14. ¿Usted como cliente recurre a empresas que más confianza le transmiten?
SI () NO()
15. ¿Usted utiliza un lenguaje adecuado al momento de solicitar un producto?
SI () NO()
16. ¿El personal mantiene comunicación con usted como cliente, que le permita conocer que desea adquirir?
SI () NO()
17. ¿La empresa mantiene contacto con usted de una u otra manera y que le permita conocer las fallas detectadas?
SI () NO()

Anexo N° 5: Permiso para encuestas



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

“AÑO DE LA LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN E IMPUNIDAD”

SOLICITO: EL PERMISO PARA REALIZAR ENCUESTA

Señor(a):

Soy estudiante de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote - Filial Piura, de la escuela profesional de administración del VIII ciclo, ante Ud. me dirijo con todo el respeto para la siguiente solicitud.

Presento a mi estudiante del curso: Taller de investigación IV del VIII ciclo que presentará una herramienta de instrumento de cuestionario que contribuirá a obtener información real y coherente, de esta manera poder cumplir la meta y llegar a los objetivos de la asignatura. Por ello agradezco de antemano que nos permita realizar las encuestas.

Agradezco su colaboración

La información solicitada se usará exclusivamente con fines académicos de la cual se le proporcionará una copia.

Quien se identificará con su documento de Identidad Nacional (DNI)

El estudiante:

DNI

Grace Chunga Chunga

70802921

Docente Tutor ULADECH – Sede Piura

Mg. Héctor Yván Peláez Camacho

Email: Hpelaecz@uladech.edu.pe

Señor(a)

Jose Victor Vilcanta Alvar
03501788

Piura 02 de septiembre del 2019



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

“AÑO DE LA LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN E IMPUNIDAD”

SOLICITO: EL PERMISO PARA REALIZAR ENCUESTA

Señor(a):

Soy estudiante de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote - Filial Piura, de la escuela profesional de administración del VIII ciclo, ante Ud. me dirijo con todo el respeto para la siguiente solicitud.

Presento a mi estudiante del curso: Taller de investigación IV del VIII ciclo que presentará una herramienta de instrumento de cuestionario que contribuirá a obtener información real y coherente, de esta manera poder cumplir la meta y llegar a los objetivos de la asignatura. Por ello agradezco de antemano que nos permita realizar las encuestas.

Agradezco su colaboración

La información solicitada se usará exclusivamente con fines académicos de la cual se le proporcionará una copia.

Quien se identificará con su documento de Identidad Nacional (DNI)

El estudiante:

DNI

Grace Chunga Chunga

70802921

Docente Tutor ULADECH – Sede Piura

Mg. Héctor Yván Peláez Camacho

Email: Hpelaecz@uladech.edu.pe

Señor(a)

Gustavo Vela Sánchez
47222644

Piura-02 de Septiembre del 2019



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

“AÑO DE LA LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN E IMPUNIDAD”

SOLICITO: EL PERMISO PARA REALIZAR ENCUESTA

Señor(a):

Soy estudiante de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote - Filial Piura, de la escuela profesional de administración del VIII ciclo, ante Ud. me dirijo con todo el respeto para la siguiente solicitud.

Presento a mi estudiante del curso: Taller de investigación IV del VIII ciclo que presentará una herramienta de instrumento de cuestionario que contribuirá a obtener información real y coherente, de esta manera poder cumplir la meta y llegar a los objetivos de la asignatura. Por ello agradezco de antemano que nos permita realizar las encuestas.

Agradezco su colaboración

La información solicitada se usará exclusivamente con fines académicos de la cual se le proporcionará una copia.

Quien se identificará con su documento de Identidad Nacional (DNI)

El estudiante:

DNI

Grace Chunga Chunga

70802921

Docente Tutor ULADECH – Sede Piura

Mg. Héctor Yván Peláez Camacho

Email: Hpelaecz@uladech.edu.pe

Señor(a)

Carlos Morales Pencho.
02862025

Piura 02 de Septiembre del 2019



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

“AÑO DE LA LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN E IMPUNIDAD”

SOLICITO: EL PERMISO PARA REALIZAR ENCUESTA

Señor(a):

Soy estudiante de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote - Filial Piura, de la escuela profesional de administración del VIII ciclo, ante Ud. me dirijo con todo el respeto para la siguiente solicitud.

Presento a mi estudiante del curso: Taller de investigación IV del VIII ciclo que presentará una herramienta de instrumento de cuestionario que contribuirá a obtener información real y coherente, de esta manera poder cumplir la meta y llegar a los objetivos de la asignatura. Por ello agradezco de antemano que nos permita realizar las encuestas.

Agradezco su colaboración

La información solicitada se usará exclusivamente con fines académicos de la cual se le proporcionará una copia.

Quien se identificará con su documento de Identidad Nacional (DNI)

El estudiante:

DNI

Grace Chunga Chunga

70802921

Docente Tutor ULADECH – Sede Piura

Mg. Héctor Yván Peláez Camacho

Email: Hpelaecz@uladech.edu.pe

Señor(a)

JENNY PERICHE AMAYA

48432762

Piura-----02 SEPTIEMBRE del 2019

Anexo N° 6: Constancia de validación



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

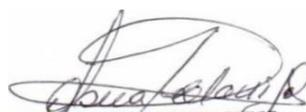
Yo: DIRECTOR ORLANDO ARIAS CLAVIJO

Identificado (a) con D.N.I. 0_2_7_2_6_3_0_6 con grado de

H 5 Por medio de este presente hago constar que eh revisado con fines de validación el (los) instrumentos de recolección de datos: u_e_6 elaborado por: Grace Rosalinda Chunga Chunga, a los efectos de su aplicación a los elementos de la población (muestra), seleccionada para el trabajo de investigación: "CARACTERIZACIÓN DE GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MYPE RUBRO RESTAURANTE, CALLE SAN MARTÍN, SECHURA (PIURA) AÑO 2018", que se encuentra realizando.

Luego de hacer la revisión correspondiente se recomienda al estudiante tener en cuenta las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar sus resultados.

Piura, 23 de Setiembre 2019.


Mg. Arias Clavijo Hector Orlando
DNI. 02786302
CLAD 06246

Firma Y Sello Del Validador

MATRIZ DE VALIDACIÓN

Ítems relacionados con la variable Gestión De Calidad	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		¿Se necesita más Ítems para medir el concepto?	
	SI	O	SI	NO	SI	NO	SI	NO
1. ¿Piensa usted que la atención que le brinda a sus clientes es la adecuada?	/			i/		/		i/
2. ¿Considera que es importante atender adecuadamente al cliente?	i/			i/		i/		II
3. ¿Participan todos los trabajadores en el diseño y logro de los objetivos planteados?	/			i/		i/		i/
4. ¿Consideran que el liderazgo que se ejerce en la empresa prioriza el servicio al cliente?	/			i/		i/		i/
5. ¿La empresa incentiva la participación del personal para alcanzar los objetivos?	/			i/		V		i/
6. ¿Se realizan procesos para el logro de la mejora continua de la empresa?	.i			i/		i/		i/
7. ¿La mejora permanente en el servicio responde a las necesidades y expectativas detectadas en los clientes?	i/			i/		i/		i/
8. ¿Ayuda o participa en el proceso de la toma de decisiones para la empresa?	V			/		y		i/
9. ¿La relación que mantiene con sus clientes, respecto a las quejas y sugerencias es la adecuada?	,/			/		v		i/
10. ¿El trabajo con calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazadas por la empresa?	.i			r		r		i/
11. ¿Considera importante la planeación para cumplir con los objetivos? i)	.i			V		,/		i/

12. ¿Cree usted que el cliente se va satisfecho por el producto ofrecido?	✓			✓		✓		✓
13. ¿Toman en cuenta los gustos y preferencias de sus clientes?	✓			✓		✓		✓
14. ¿La empresa lleva un adecuado control de sus productos?	✓			✓		✓		✓
15. ¿El personal debe cumplir estándares en el desempeño de su trabajo?	✓			✓		✓		✓
16. ¿La empresa mide la productividad de sus trabajadores?	✓			✓		✓		✓
17. ¿Al momento de realizar sus actividades, Todos trabajan en forma conjunta?	✓			✓		✓		✓
18. ¿Busca satisfacer al cliente con el producto ofrecido?	✓			✓		✓		✓
19. ¿Existe un alto grado de compromiso de los empleados hacia los clientes?	✓			✓		✓		✓
20. ¿Sus trabajadores están comprometidos con la MYPE para el logro de los resultados esperados?	✓			✓		✓		✓


 Mg. Arica Clavijo Hector Orlando
 DNI. 02786302
 CLAD 06246

MATRIZ DE VALIDACIÓN

Ítems relacionados con la variable Atención Al Cliente	¿Es pertinente con el concepto?	¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		¿Se necesita más Ítems para medir el concepto?		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
1. ¿Los empleados del restaurante muestran interés y disponibilidad para ayudarlo en lo que necesita?	/		//		/		/	
2. ¿Los empleados conocen y le brindan la información adecuada sobre el producto ofrecido en el restaurante?	(/		/		y	
3. ¿El restaurante actúa con rapidez a la hora de resolver sus dudas?	/		{		V		/	
4. ¿El empleado habla de forma clara y entendible al momento de ofrecerle el producto del restaurante?	.i		.i		/		/	
5. ¿Frecuentaría el lugar, después de haber consumido en el restaurante?	.i		/		,J		y	
6. ¿Considera usted que el restaurante debe de atender llamadas telefónicas y hacer entregas a domicilio?	/		/		/		/	
7. ¿los empleados son honestos al momento de ofrecerle el producto?	.i		/		-;		/	
8. ¿Percibe un ambiente que muestra calidad y profesionalismo?	.i		/		/		y	
9. ¿Se siente a gusto con el servicio que ofrece el restaurante?	ti		//		/		/	
10. ¿Considera usted importante que el empleado debe desempeñarse al 100%?	/		.i		v'		/	
11. ¿Le ofrecen promociones en algunos productos al ser cliente del restaurante?	,/		/		y		/	
12. ¿Cree usted que el restaurante debe seguir innovando con nuevos platos y de otras maneras que sean viables?	.i		.i		V		;/	

DNT-01/86302
a.AD06246

13. ¿El personal del comercial suele resolver sus dudas acerca del producto adquirido?	✓			✓		✓		✓
14. ¿Usted como cliente recurre a empresas que más confianza le transmiten?	✓			✓		✓		✓
15. ¿Usted utiliza un lenguaje adecuado al momento de solicitar un producto?	✓			✓		✓		✓
16. ¿El personal mantiene comunicación con usted como cliente que le permita conocer que desea adquirir?	✓			✓		✓		✓
17. ¿La empresa mantiene contacto con usted de una u otra manera y que le permita conocer las fallas detectadas?	✓			✓		✓		✓


 Mg. Arica Clavijo Hector Orlando
 DNI. 02786302
 CLAD 06246



Yo, *[Handwritten Signature]*

Identificado (a) con D.N.I. *[Handwritten Number]* con grado de

[Handwritten Name] Per=medio de este presente

hago constar que eh revisado con fines de validación el (los) instrumentos de recolección de datos: *{L&~a~* elaborado por: Grace Rosalinda Chunga

Chunga, a los efectos de su aplicación a los elementos de la población (muestra), seleccionada para el trabajo de investigación: "CARACTERIZACIÓN DE GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MYPE RUBRO RESTAURANTE, CALLE SAN MARTÍN, SECHURA (PIURA) AÑO 2018", que se encuentra realizando.

Luego de hacer la revisión correspondiente se recomienda al estudiante tener en cuenta las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar sus resultados.

Piura, *23* *7*

[Handwritten Signature]
Lic. Adm. Artemiza García Arismendi
CLAD. 03141
Firma Y Sello Del Validador

MATRIZ DE VALIDACIÓN

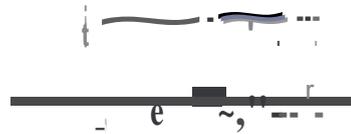
Ítems relacionados con la variable Gestión De Calidad	¿Es pertinente con el concepto?		SI	¿Necesita mejorar la redacción?			SI	¿Es tendencioso aquiescente?		¿Se necesita más Ítems para medir el concepto?	
	SI	O		NO	SI	NO		SI	NO		
1. ¿Piensa usted que la atención que le brinda a sus clientes es la adecuada?	y			/			y)	
2. ¿Considera que es importante atender adecuadamente al cliente?	y			i)			y	
3. ¿Participan todos los trabajadores en el diseño y logro de los objetivos planteados?	y)			;<			»:	
4. ¿Consideran que el liderazgo que se ejerce en la empresa prioriza el servicio al cliente?	{			y			"			X	
5. ¿La empresa incentiva la participación del personal para alcanzar los objetivos?	'/			'f			V			'X	
6. ¿Se realizan procesos para el logro de la mejora continua de la empresa?	y			'f			'/			-:	
7. ¿La mejora permanente en el servicio responde a las necesidades y expectativas detectadas en los clientes?	{			y			y_			X	
8. ¿Ayuda o participa en el proceso de la toma de decisiones para la empresa?	X			y			X			X	
9. ¿La relación que mantiene con sus clientes, respecto a las quejas y sugerencias es la adecuada?	'/			y:			/			X	
10. ¿El trabajo con calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazadas por la empresa?	(')			i			X	
11. ¿Considera importante la planeación para cumplir con los objetivos?	'/			y			'/			>	

12. ¿Cree usted que el cliente se va satisfecho por el producto ofrecido?	X			X		X		X
13. ¿Toman en cuenta los gustos y preferencias de sus clientes?	X			X		X		X
14. ¿La empresa lleva un adecuado control de sus productos?	X			X		X		X
15. ¿El personal debe cumplir estándares en el desempeño de su trabajo?	X			X		X		X
16. ¿La empresa mide la productividad de sus trabajadores?	X			X		X		X
17. ¿Al momento de realizar sus actividades, Todos trabajan en forma conjunta?	X			X		X		X
18. ¿Busca satisfacer al cliente con el producto ofrecido?	X			X		X		X
19. ¿Existe un alto grado de compromiso de los empleados hacia los clientes?	X			X		X		X
20. ¿Sus trabajadores están comprometidos con la MYPE para el logro de los resultados esperados?	X			X		X		X


 Mg. Lic. Alma Arceaga García Arceaga
 CLAD/03141

MATRIZ DE VALIDACIÓN

Ítems relacionados con la variable Atención Al Cliente	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		¿Se necesita más Ítems para medir el concepto?	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
1. ¿Los empleados del restaurante muestran interés y disponibilidad para ayudarlo en lo que necesita?	f			;()(<			«
2. ¿Los empleados conocen y le brindan la información adecuada sobre el producto ofrecido en el restaurante?	f			'/	;X			k'
3. ¿El restaurante actúa con rapidez a la hora de resolver sus dudas?	y			y		y		~
4. ¿El empleado habla de forma clara y entendible al momento de ofrecerle el producto del restaurante?	:Z			y		'/		Á
5. ¿Frecuentaría el lugar, después de haber consumido en el restaurante?	i			y)L		X
6. ¿Cree usted que el restaurante debe de atender llamadas telefónicas y hacer entregas a domicilio?	!			X)(<		JX
7. ¿Los empleados son honestos al momento de ofrecerle el producto?	/			y)(<		'''
8. ¿Percibe un ambiente que muestra calidad y profesionalismo?	y			r		y		y
9. ¿Se siente a gusto con el servicio que ofrece el restaurante?)f			'/)<		X
10. ¿Considera usted importante que el empleado debe desempeñarse al 100%?	y)f		y		X
11. ¿Le ofrecen promociones en algunos productos al ser cliente del restaurante?	y			~		V		X
12. ¿Cree usted que el restaurante debe seguir innovando con nuevos platos turísticos y de otras regiones que se han agradables?	/'			t V		y		V<



13. ¿El personal del comercial suele resolver sus dudas acerca del producto adquirido?	X			X		X		X
14. ¿Usted como cliente recurre a empresas que más confianza le transmiten?	X			X		X		X
15. ¿Usted utiliza un lenguaje adecuado al momento de solicitar un producto?	X			X		X		X
16. ¿El personal mantiene comunicación con usted como cliente que le permita conocer que desea adquirir?	X			X		X		X
17. ¿La empresa mantiene contacto con usted de una u otra manera y que le permita conocer las fallas detectadas?	X			X		X		X


 Lic. Adm. Arceiza García Arceiza
 GLAD. 03141



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo: Victor Helio Patiño Nuño

Identificado (a) con D.N.I. 02860873 con grado de

Maestría en Administración Por medio de este presente

hago constar que eh revisado con fines de validación el (los) instrumentos de recolección de

datos: Cuestionario elaborado por: Grace Rosalinda Chunga

Chunga, a los efectos de su aplicación a los elementos de la población (muestra),

seleccionada para el trabajo de investigación: "CARACTERIZACIÓN DE GESTIÓN DE

CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MYPE RUBRO RESTAURANTE,

CALLE SAN MARTÍN, SECHURA (PIURA) AÑO 2018", que se encuentra realizando.

Luego de hacer la revisión correspondiente se recomienda al estudiante tener en cuenta las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar sus resultados.

Piura, 01 octubre 2019.



Mg. VICTOR HELIO PATIÑO NUÑO

Firma Y Sello Del Validador

MATRIZ DE VALIDACIÓN

Ítems relacionados con la variable Gestión De Calidad	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		¿Se necesita más Ítems para medir el concepto?	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
1. ¿Piensa usted que la atención que le brinda a sus clientes es la adecuada?								
2. ¿Considera que es importante atender adecuadamente al cliente?								
3. ¿Participan todos los trabajadores en el diseño y logro de los objetivos planteados?								
4. ¿Consideran que el liderazgo que se ejerce en la empresa prioriza el servicio al cliente?								
5. ¿La empresa incentiva la participación del personal para alcanzar los objetivos?								
6. ¿Se realizan procesos para el logro de la mejora continua de la empresa?								
7. ¿La mejora permanente en el servicio responde a las necesidades y expectativas detectadas en los clientes?								
8. ¿Ayuda o participa en el proceso de la toma de decisiones para la empresa?								
9. ¿La relación que mantiene con sus clientes, respecto a las quejas y sugerencias es la adecuada?								
10. ¿El trabajo con calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazadas por la empresa?								
11. ¿Considera importante la planeación para cumplir con los objetivos?								



 M. VICTOR HELIO PATIÑO NIÑ

12. ¿Cree usted que el cliente se va satisfecho por el producto ofrecido?	0			0		0		0
13. ¿Toman en cuenta los gustos y preferencias de sus clientes?	X			0		0		0
14. ¿La empresa lleva un adecuado control de sus productos?	X			0		0		X
15. ¿El personal debe cumplir estándares en el desempeño de su trabajo?	X			0		0		0
16. ¿La empresa mide la productividad de sus trabajadores?	0			X		0		0
17. ¿Al momento de realizar sus actividades, Todos trabajan en forma conjunta?	X			X		0		X
18. ¿Busca satisfacer al cliente con el producto ofrecido?	X			0		X		0
19. ¿Existe un alto grado de compromiso de los empleados hacia los clientes?	X			0		X		X
20. ¿Sus trabajadores están comprometidos con la MYPE para el logro de los resultados esperados?	X			0		X		0



Mo. VICTOR HELIO PATIÑO NIÑO
RUBEN

MATRIZ DE VALIDACIÓN

Ítems relacionados con la variable Atención Al Cliente	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		¿Se necesita más Ítems para medir el concepto?	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
1. ¿Los empleados del restaurante muestran interés y disponibilidad para ayudarlo en lo que necesita?)J			4J		«		ly
2. ¿Los empleados conocen y le brindan la información adecuada sobre el producto ofrecido en el restaurante?	\p			~		{}		YJ
3. ¿El restaurante actúa con rapidez a la hora de resolver sus dudas?	f_i			V		{}		YJ
4. ¿El empleado habla de forma clara y entendible al momento de ofrecerle el producto del restaurante?	~			'p		~		\J
5. ¿Frecuentaría el lugar, después de haber consumido en el restaurante?	~			~		y_		<e
6. ¿Considera usted que el restaurante debe de atender llamadas telefónicas y hacer entregas a domicilio?	~			~		f:		-:
7. ¿los empleados son honestos al momento de ofrecerle el producto?	y			r		K)		c
8. ¿Percibe un ambiente que muestra calidad y profesionalismo?	t			{J		-c		"<e
9. ¿Se siente a gusto con el servicio que ofrece el restaurante?	~			<:		'r:		'e
10. ¿Considera usted importante que el empleado debe desempeñarse al 100%?				~		~		'<:
11. ¿Le ofrecen promociones en algunos productos al ser cliente del restaurante?	~			\e		Y--		'A-
12. ¿Cree usted que el restaurante debe seguir innovando con nuevos platos turísticos y de otras regiones que se han agradables?	~			\x		{		'!-

1) }--

• IIII r ~ LIO PATIÑO NIJ

13. ¿El personal del comercial suele resolver sus dudas acerca del producto adquirido?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
14. ¿Usted como cliente recurre a empresas que más confianza le transmiten?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
15. ¿Usted utiliza un lenguaje adecuado al momento de solicitar un producto?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
16. ¿El personal mantiene comunicación con usted como cliente que le permita conocer que desea adquirir?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
17. ¿La empresa mantiene contacto con usted de una u otra manera y que le permita conocer las fallas detectadas?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>



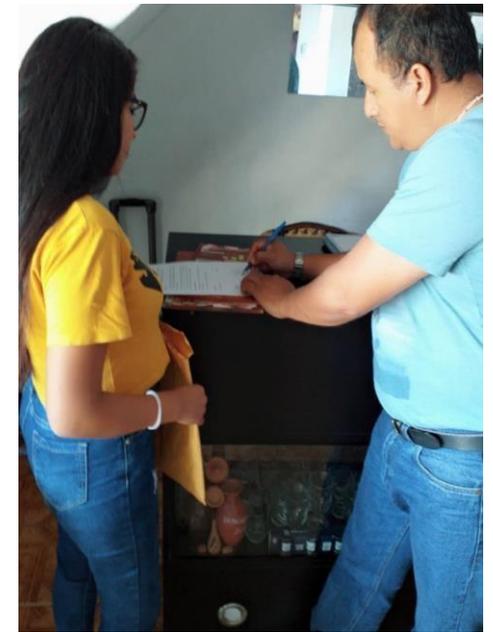
Mg. VICTOR HELIO PATIÑO NI
 RUC: 20100101000000

Anexo N° 7: Evidencias

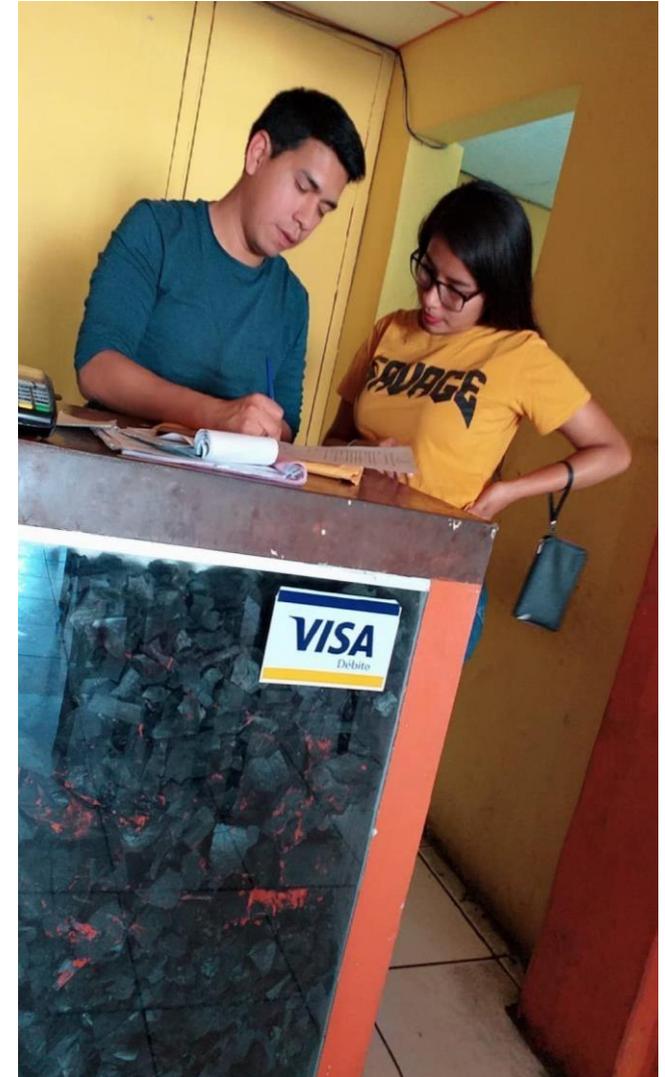
RESTAURANTE: EL GALPÓN



RESTAURANTE: SABORES DE MI TIERRA



RESTAURANTE Y CAFÉ FRAGU



RESTAURANTE: CARMELITA

