



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**PROPUESTA DE MEJORA EN ATENCIÓN AL CLIENTE
PARA UNA GESTIÓN DE CALIDAD EN LA MICRO
EMPRESA RESTAURANTE CHIFA “MAYLEE” SAC,
PILLCO MARCA, HUÁNUCO, 2021.**

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

AUTORA

JORGE VILLANUEVA, ENAYDA VILMA

ORCID: 0000-0002-0669-1493

ASESOR

CENTURIÓN MEDINA, REINERIO ZACARIAS

ORCID: 0000-0002-6399-5928

CHIMBOTE-PERÚ

2021

EQUIPO DE TRABAJO

Autora

Jorge Villanueva, Enayda Vilma

ORCID: 0000-0002-0669-1493

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

Perú

Asesor

Centurión Medina, Reinerio Zacarias.

ORCID: 0000-0002-6399-5928

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

Jurados

(Presidente).

Morillo Campos Yuly Yolanda.

ORCID.org/0000-0002-5746-9374

(Miembro)

Limo Vásquez Miguel Ángel.

CÓDIGO ORCID.org/0000-0002-7575-3571

(Miembro)

Cerna Izaguirre Julio Cesar.

CÓDIGO ORCID.org/0000-0002-5471-4549

HOJA DE FIRMA DEL JURADO Y ASESOR

Morillo Campos Yuly Yolanda.

Presidente

Limo Vásquez Miguel Ángel.

Miembro

Cerna Izaguirre Julio Cesar.

Miembro

Centurión Medina, Reinerio Zacarias.

Asesor.

HOJA DE AGRADECIMIENTO

En primera instancia agradezco a Dios por su amor y su bondad no tienen fin, me permites sonreír ante todos mis logros que son resultado de tu ayuda. Gracias a mis padres por la existencia y por brindarme su apoyo tanto moral y económicamente para lograr mis objetivos y ser orgullo para ellos.

A la universidad ULADECH, por haberme permitido formarme en ella, para un futuro como licenciada en administración, de igual manera a mis queridos formadores en especial al asesor por la guía, conocimiento, orientación y compartir su sabiduría, así como también haberme tenido toda la paciencia echándole una mirada durante todo el desarrollo de mi tesis.

Mi agradecimiento también va al propietario del Restaurante chifa “Maylee” por haber aceptado que se realice mi tesis en su prestigiosa empresa, gracias a todas las personas que fueron partícipes de este proceso, a mis compañeros de clase, ya que gracias al compañerismo, amistad y apoyo moral para seguir adelante en mi carrera profesional y llegar al punto en que me encuentro.

Sencillo no ha sido el proceso, pero gracias a las ganas de dedicación y conocimiento que los ha regido, he logrado importantes objetivos como culminar el desarrollo de mi tesis con éxito y obtener titulación profesional

Gracias a la vida por este nuevo triunfo, gracias a todas las personas que me apoyaron y creyeron en realización de esta tesis.

DEDICATORIA

Primeramente, a Dios por haberme dado la vida y permitirme el haber llegado hasta este momento tan importante de mi formación profesional, a mis padres por haberme forjado en mis logros y ser el pilar más importante y por demostrarme siempre su cariño y apoyo incondicional.

A mis queridos formadores en especial al asesor y jurados por brindarme sus conocimientos, sabiduría y guiarme durante el proceso del desarrollo de mi tesis y llegar a la culminación del mismo.

Este nuevo logro es en gran parte gracias a ustedes; he logrado concluir con éxito la elaboración de mi tesis, en un principio podría parecer tarea titánica e interminable.

Muchas gracias a aquellos seres queridos que siempre aguardo en mi alma.

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo general; Determinar las características en atención al cliente y como se podría mejorar para una gestión de calidad en la micro empresa restaurante chifa “Maylee” SAC, Pillco Marca, Huánuco, 2021. Fue de diseño no experimental - transversal y descriptivo. Se utilizó una muestra de una (01) micro empresa. Fue aplicado mediante la técnica de la encuesta utilizando como instrumento el cuestionario de 20 preguntas cerradas y estructuradas, se obtuvo como resultados. Respecto al propietario el 100% de encuestado tiene de 31 a 50 años de edad, es de género masculino, tiene el grado de instrucción no superior, es dueño de su negocio, el cargo que desempeña es de 4 a 6 años. El 100% de la mype tiene de 4 a 6 años en el mercado, tiene de 6 a 10 trabajadores, laboran no familiares, forma de constitución es SAC, su finalidad es generar ganancias, promedio de ingresos anuales es de S/. 50,000.00. el 100% conoce el termino atención al cliente, indica que no usa ninguna prioridad ante sus clientes, menciona que no capacita a los colaboradores, cuenta que pocas veces aplica una gestión de calidad, el 100% dice que a veces la empresa es eficiente con reclamo de los clientes, menciona que no realiza el control de resultados y el 100% cuenta que si ayuda a alcanzar con los objetivos en la organización. Se concluye que el representante de la micro empresa conoce sobre atención al cliente, por la experiencia, trayectoria y posicionamiento en el mercado, y aplica como herramienta gestión de calidad y marketing para el logro de los objetivos y metas empresariales es por ello se evidencia que ha logrado mejorar la satisfacción de los clientes brindando servicio de calidad.

Palabras clave: Atención al cliente, Gestión de calidad, Micro y Pequeña Empresa.

ABSTRACT

The present investigation had as general objective; Determine the characteristics of customer service and how it could be improved for quality management in the micro business restaurant chifa "Maylee" SAC, Pillco Marca, Huánuco, 2021. It was of a non-experimental design - transversal and descriptive. A sample from one (01) micro enterprise was used. It was applied through the survey technique using the questionnaire of 20 closed and structured questions as an instrument, it was obtained as results. Regarding the owner, 100% of the respondents are between 31 and 50 years old, are male, have a non-superior degree of education, own their business, the position they hold is between 4 and 6 years. 100% of the mype has 4 to 6 years in the market, has 6 to 10 workers, non-family work, form of incorporation is SAC, its purpose is to generate profits, average annual income is S /. 50,000.00. 100% know the term customer service, indicate that they do not use any priority before their clients, mention that they do not train employees, account that they rarely apply quality management, 100% say that sometimes the company is efficient with Customer complaint mentions that they do not control the results and 100% consider that if it helps to achieve the objectives in the organization. It is concluded that the representative of the micro company knows about customer service, due to experience, trajectory and positioning in the market, and applies quality management and marketing as a tool to achieve business objectives and goals, which is why it is evident that has managed to improve customer satisfaction by providing quality service.

Keywords: Customer Service, Quality Management, Micro and Small Business.

CONTENIDO

2. TITULO DE LA TESIS.....	i
3. HOJA DE FIRMA DEL JURADO Y ASESOR.....	ii
4. HOJA DE AGRADECIMIENTO Y/O DEDICATORIA.....	iii
5. RESUMEN ABSTRACT.....	v
6. CONTENIDO.....	vii
7. ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS.....	ix
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. REVISIÓN DE LITERATURA.....	10
2.1. Antecedentes.....	10
a). Antecedentes Internacionales.....	10
b). Antecedentes Nacionales.....	14
c). Antecedentes Locales y/o Regionales.....	20
2.2. Bases teóricas de la investigación.....	24
2.3. Marco conceptual:.....	41
III. HIPÓTESIS.....	42
IV. METODOLOGÍA.....	43
4.1. Diseño de la investigación.....	43
4.2. Población y muestra.....	44
4.3. La matriz de definición y operacionalización de la variable e indicadores.....	45
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	47
4.5. Plan de análisis.....	47
4.6. Matriz de consistencia.....	49
4.7. Principios éticos.....	51
V. RESULTADOS.....	64
5.1. Resultados.....	64
5.2. Análisis de resultados.....	58
VI. CONCLUSIONES.....	75
Aspectos complementarios.....	77
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	79
ANEXOS.....	82
Anexo 1: Cronograma de actividades.....	82

Anexo 2: Presupuesto	83
Anexo 3: Instrumento de recolección de datos	84
Anexo 4: Hoja de tabulación	87
Anexo 5: Consentimiento informado	87
Anexo 6: Figuras	91

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Principales características de los representantes de la micro empresa Restaurante chifa Maylee SAC, Pillco Marca, Huánuco, 2021.....	53
Tabla 2. Características de la micro empresa Restaurante chifa Maylee SAC, Pillco Marca, Huánuco, 2021.....	54
Tabla 3. En relación a las principales características en atención al cliente para una gestión de calidad en la micro empresa, restaurante chifa Maylee SAC, Pillco Marca, Huánuco, 2021.....	55
Tabla 4. Propuesta de mejora en atención al cliente para una gestión de calidad en la micro empresa, restaurante chifa “Maylee” SAC, Pillco Marca, Huánuco, 2021.....	57

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Edad.....	91
Figura 2. Género.....	91
Figura 3. Grado de instrucción.....	91
Figura 4. Cargo que desempeña.....	92
Figura 5. Tiempo que desempeña en cargo.....	92
Figura 6. Tiempo de la empresa en el rubro.....	92
Figura 7. Número de trabajadores.....	93
Figura 8. Personas que trabajan en su empresa.....	93
Figura 9. Tipo de constitución de la empresa.....	93
Figura 10. Objetivo de la creación.....	94
Figura 11. Ingresos anuales.....	94
Figura 12. Termino atención al cliente.....	94
Figura 13. Uso de prioridades ante los clientes.....	95
Figura 14. Capacitación de colaboradores.....	95
Figura 15. Técnicas que mide el rendimiento personal.....	95
Figura 16. Posicionamiento que permite la atención.....	96
Figura 17. Aplica una gestión de calidad.....	96
Figura 18. La eficiencia con los reclamos de los clientes.....	96
Figura 19. Realiza el control de resultados.....	97
Figura 20. Gestión de calidad ayuda alcanzar con los objetivos.....	97

I. INTRODUCCIÓN

En una época globaliza se afirma las grandes organizaciones de hoy vienen desarrollando con los nuevos avances tecnológicos que diariamente están haciendo cambio para que nuestro país avanza con las necesidades existentes en los emprendimientos de cada micro y pequeña empresa de acuerdo al impedimento como la falta de empleo los Mypes, el trabajo formal es escaso actualmente, es por eso hay nuevos emprendimientos que diariamente buscan una estrategia para afrontar al mercado altamente competitivo buscando nuevas oportunidades para salir adelante, es por ello surge nuevas alternativas de generar puestos de trabajo creando nuevas fuentes de generar ingresos propios a través de su micro empresa tomando una decisión obligatoria de conocer nuevas técnicas y estrategias de gestión para continuar activo en el mercado, aplicando nuevas herramientas del enfoque al cliente logrando satisfacer a su público.

Los Mypes dan a conocer sus emprendimientos ofreciendo sus productos o servicios en el mercado con la finalidad de tener la permanencia y así mismo ofrecen sus empleos a la sociedad empleando calidad de atención sobre una organización. Al pasar de los años se ve los cambios con el avance tecnológico, la transformación y comunicación para los empresarios permite ofrecer nuevos servicios y nuevos mecanismos técnicas que ayuda fundamentar los negocios de los empresarios.

La presente investigación pretende determinar la propuesta de mejora en atención al cliente para una gestión de calidad que conlleve de la mano las eficientes para ver si cumplen con la buena atención a los clientes en la empresa.

Para analizar esta problemática es necesario mencionar sus causas, una de ellas es mala atención a los clientes porque el cocinero demora mucho en preparar los pedidos, y falta de trabajadores, que estos dos factores es necesario para cumplir con las metas y/o objetivos, basado en ello se formula el problema general ¿Cuáles son las características en atención al cliente y como se podría mejorar para una gestión de calidad en la micro empresa restaurante chifa “Maylee” SAC, Pillco Marca, Huánuco, 2021?.

La determinación de los factores promovió las causas necesarias para lograr con el resultado de tener la buena atención al cliente que será aplicada en el restaurante chifa que es de mucha importancia porque lo beneficiara a la dicha empresa.

La investigación de esta problemática empresarial se realiz por el interés de conocer la buena atención a los clientes, el desarrollo de las actividades empresariales es para el bienestar y satisfacer a los clientes, esto permite identificar la propuesta de mejora para una gestión de calidad, con la variable logramos contribuir el éxito empresarial del rubro restaurante sector servicio.

Profundizar la indagación sobre el tema tiene un interés académico y profesional porque son temas relevantes dentro de las ciencias administrativas que nos permite a investigar con mayor capacidad para conocer los posibles problemas y dar acontecimiento y un desarrollo para enfocarse a los estudios de atención al cliente para la competitividad empresarial.

Las micro y pequeñas empresas son unidades de emprendimiento para llevar a cabo con economía constituida por una persona natural o jurídica buscando un mayor rendimiento para lograr con los objetivos, (ley de impulso al desarrollo productivo y el crecimiento empresarial 2013).

Las micro y pequeñas empresas en Europa, actualmente muchas de ellas han sufrido una caída de ventas, tienen problemas en obtener créditos y se encuentran agobiados y algunas de las empresas tienen un cierre temporal y/o definitivo, representando el 85% de los empleos privados y proveer empleo decente a las 170 millones de personas que trabajan para las micro y pequeñas empresas, en mejorar los servicios construyendo un sector financiero, buscando alternativas para la permanencia del mercado para acelerar la crisis económica con condiciones de tener cambio en las ventas es una necesidad primordial en la política de las micro financieras. La visión de las Mypes es tener un entorno propicio que alienta la inversión, la iniciativa empresarial el crecimiento y mantenimiento de empresas sostenibles y manteniendo empleos para todas y todo. (Henriquez, 2009)

Las empresas Ecuatorianas, con una tasa de 95% que son pequeñas y medianas empresas en muchas ocasiones la atención al cliente es un factor esencial que va de la mano con la calidad para que no se prolonguen en el tiempo. Calidad de atención al cliente es una principal característica que denota excelencia al compararla con otras de su misma característica, la calidad siempre está en el más alto rango de acuerdo con el ISO que se enfoca a las necesidades de los clientes formando un enorme factor y sistematizando la medición de los procesos ya sea de un servicio y/o bien con visión de máxima eficiencia y eficacia. (Santos, 2018)

El desarrollo empresarial en Colombia, las Mypes tiene un desarrollo económico prioritario, los ciudadanos de entre 18 a 64 años de edad están involucrados en la actividad empresarial reflejando a una tasa de 20.48%. sin embargo, la tasa de mortalidad hace que las actividades empresariales, cesa su actividad y por ello se considera la preocupación de las instituciones ya sea de publicas y privadas que debe centrarse en el apoyo para entrar en una supervivencia de la misma, como el desempeño de las Mypes, los enfoques para el estudio de mantener competitivo en el mercado para llegar al éxito empresarial con las medidas de acuerdo con los factores internos atribuyendo al factor externo dentro del entorno empresarial. (Polido, 2010)

La importancia de los micro y pequeñas empresas, en México es como la columna vertebral de la economía que generan aproximadamente un 52%, producto interno bruto y un 72% del empleo directo, los empresarios subsisten en medio de un mercado agresivo, con insuficiente acceso para actualizar sus tecnologías, trámites administrativos complejos, por ello es poca facilidad para obtener créditos. El gobierno del país no toma el interés de impulsarlos para lograr con el propósito de generar un factor productivo integral de mayor demanda para la sustentabilidad de las empresas y mantenimiento de los empleos aumentando el ahorro de capital propio a favor de su crecimiento económico fundamental que corresponde al desarrollo de sus actividades con un 95.2% y la población que emplea es de 45.6%, a pesar de todo esto en México hay más de 4.1 millones de Mypes que aportan 41.8% de empleo, las pequeñas empresas 174,800 que representa al 15.3% de empleos mientras tanto las

medias empresas llegan al 34,960 representando el 15.9% de empleos de acuerdo a la subsecretaria para la pequeña y mediana empresa.

En Perú las micro y medianas empresas de acuerdo a las cifras de Enaho, el 95% representan a las empresas formales y el 47.7% de la PEA, el crecimiento del empleo es de 4% el constante crecimiento de los negocios que registran a las ventas anuales con un 19.3% del PBI, en los últimos años se registraron de 6%. Sin embargo, una parte de las empresas están en bajo competitividad y escasos beneficios laborales. Enaho permite monitorear y evaluar anualmente las capacidades que tienen las micro y pequeñas empresas para que entre al mercado a formalizarse, según que determina las características empresariales de igual forma el índice evalúa que tan propensa es la Mype al estar registrado en la sunat esto ayuda a que la empresa este formalmente con todos los requisitos. En cuanto a las distribuciones de las Mypes su desarrollo de las actividades es de 52% se dedican a los sectores servicios y el 32% al comercio y un 13% a la producción y el 4% a diferentes actividades múltiples, las Mypes a nivel nacional concentra el 13,4% del total, por la zona costa y selva norte con una participación de 4% entre 12% y el resto de la sierra peruana y el norte, sur del país es la menor proporción de los Mypes formales que son dedicados al sector servicio y comercio ante incremento anual de las ventas hay un cambio de índice de capacidad formal. (INEI, 2019)

SUNAT (2019) la informalidad de las Mypes asciende al 84%, cifra que no varía por más de 10 días que esto sea probablemente, a la coyuntura de crisis actual, el 74% no llevan ningún tipo de registro de cuentas y el 66% los empleadores son familiares no remunerados y más de 84% que no están afiliados a ningún sistema de

pensión y un 2.6% cuenta con un seguro de salud, el promedio de 25% trabaja más de 40 horas a la semana y un 6.4% más de 60 horas semanales. los micro y pequeños negocios cuentan con un enorme potencial para crecer económicamente así mismo los gobiernos que las Mypes tienen una exigencia de formalización y productividad.

La municipalidad y los gobiernos regionales encontrándose en una situación falta total de coherencia establecen las leyes con el propósito de promover a las micro y pequeñas empresas para que ingresen al mercado con una competitividad total. Sin embargo, aún hay empresas que por ley tienen obligaciones y no están cumpliendo con la disposición legal que propone los gobiernos locales para la formalización de las Mypes.

Las micro empresas están desarrollando de acuerdo al rubro que establecen sus actividades para poder lograr con los objetivos trazados con la finalidad de generar rentabilidad, mayor demanda en mercado, encontrando diversas salidas para el crecimiento de la economía, muchas de las empresas tienen deficiencias no están desarrollando de acuerdo a las necesidades de los clientes es por ello nuestra preocupación, desarrollar atención al cliente en los servicios esto se convirtió en un problema para el empresario, muchos de ellos al no cumplir con los servicios que se requiere terminan cerrando sus negocios debido a la escasez de las ventas.

La presente investigación titulada “Propuesta de mejora en atención al cliente para una gestión de calidad en la micro empresa restaurante chifa “Maylee” SAC, Pillco Marca, Huánuco, 2021”. La empresa se dedica brindar servicios al cliente preparando los platos típicos de chino, actualmente se encuentra luchando para permanecer activo en el mercado, es por ello nos enfocamos a elaborar esta

investigación en beneficio de la empresa que emprendió; de igual forma no está brindado bien la atención a los clientes, esto impide lograr el desarrollo apropiado de una gestión de calidad convirtiéndose en el eje principal del problema para el restaurante. Por tanto se planteó la siguiente interrogante propuesta. ¿Cuáles son las características en atención al cliente y como se podría mejorar para una gestión de calidad en la micro empresa restaurante chifa “Maylee” SAC, Pillco Marca, Huánuco, 2021?

Por ello teniendo una propuesta al problema se planteó el objetivo principal; Determinar las características en atención al cliente y como se podría mejorar para una gestión de calidad en la micro empresa restaurante chifa “Maylee” SAC, Pillco Marca, Huánuco, 2021, de igual forma los siguientes objetivos específicos.

- ✚ Definir las características del representante de la micro empresa restaurante chifa “Maylee” SAC, Pillco Marca, Huánuco, 2021.
- ✚ Nombrar las características de la micro empresa restaurante chifa “Maylee” SAC, Pillco Marca, Huánuco, 2021.
- ✚ Describir las características en atención al cliente para una gestión de calidad en la micro empresa restaurante chifa “Maylee” SAC, Pillco Marca, Huánuco, 2021.
- ✚ Elaborar una propuesta de mejora en atención al cliente para una gestión de calidad en la micro empresa restaurante chifa “Maylee” SAC, Pillco Marca, Huánuco, 2021.

La presente investigación se justifica porque permitió describir las principales características del representante legal, que participó bajo los principios

éticos de la universidad de igual forma permitió describir y conocer las características de la micro y pequeña empresa del sector servicio, así mismo permitió encontrar estudios estadísticos y resultados reales sobre la propuesta de mejora en atención al cliente para una gestión de calidad en la micro empresa restaurante chifa “Maylee” SAC, Pillco Marca, Huánuco, 2021.

De igual forma se justifica porque fue de suma importancia para la empresa conocer la mayor relevancia sobre atención al cliente que mediante el estudio se logró encontrar sus metas, objetivos trazados, así mismo permitió a la micro empresa satisfacer sus necesidades al cliente y ofrecer su servicio de calidad para no fidelizar clientes y entrar al mercado con potencia de ser competitivo.

Finalmente se justificó porque servirá como medio de consulta para estudiantes que quieran realizar la investigación concerniente en atención al cliente, de igual manera le será útil para todas las organizaciones y colectividad en general que busca a través de la atención al cliente mejorar sus servicios y así tener más ingresos; así mismo esta investigación es de interés académico y profesional dentro de las ciencias administrativas.

La presente investigación fue de diseño no experimental porque se estudió sin manipular deliberadamente la variable, se observó el fenómeno tal y como se mostró dentro de su contexto conforme a la realidad sin modificaciones ni alteraciones alguna, solo se utilizó la observación de todo referente a la micro empresa, es de corte transversal porque se estudió en un tiempo y espacio determinado, tuvo un inicio y termino establecido, fue de nivel descriptivo porque solo se describió las principales características más importantes de propuesta de mejora en atención al cliente para una gestión de calidad en la micro empresa,

restaurante chifa Maylee, Pillco Marca, Huánuco, 2021. Para la recolección de información se empleó población una micro empresa y la muestra fue 100% lo mismo que se elaboró con la colaboración de un (01) representante legal de la micro empresa, a quien se le aplico un cuestionario de 20 preguntas cerradas y estructuradas, mediante el uso de la técnica-la encuesta. Obteniendo los siguientes resultados el representante de la micro empresa tiene de 31 a 50 años de edad, es de género masculino, el grado instrucción superior no universitario, es dueño de su empresa y de 4 a 6 años desempeña en el cargo. La micro empresa esta aperturado de 4 a 6 años en el mercado, tiene de 6 a 10 colaboradores, trabajan personas no familiares, tipo de instrucción es SAC, su objetivo de la creación es generar ganancias y de S/. 50,000.00 son sus ingresos anuales. El representante de la mype indica que si conoce el termino de atención al cliente, no usa ninguna prioridad ante sus clientes, los personales no tienen capacitación, usa la técnica de la observación para medir el rendimiento personal, si permite el posicionamiento con la atención al cliente, pocas veces aplica gestión de calidad, a veces es eficiente la empresa con los reclamos de los clientes, pocas veces realiza el control de resultados, si ayuda a alcanzar los objetivos y metas la gestión de calidad.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. Antecedentes.

Después de haber realizado la revisión de los antecedentes en distintos centros de información como bibliotecas virtuales y páginas de internet se encontraron las siguientes investigaciones relacionados al tema.

a). Antecedentes Internacionales.

Padilla (2018) en su investigación titulado *Mejora del servicio al cliente para la satisfacción de los usuarios en el “restaurant Nancy” del cantón guayaquil-2018*. Tuvo como objetivo principal, fue de esta investigación, Diseñar un plan de mejora al servicio al cliente para la satisfacción de los usuarios que frecuentan el restaurant Nancy del cantón Guayaquil-2018. Este tipo de estudio fue realizado con la ayuda de la metodología de la investigación se basó en un enfoque exploratorio ya que la misma tiene por objeto la familiarización de la situación-problema y con esto se identificarán las variables más importantes que afectarán directa o indirectamente el desarrollo del plan de negocios, el diseño es una planificación que se aplicó el diseño de campo y diseño bibliográfico. Se realizó cinco preguntas, con opción de ser respondidas abiertamente es decir que la administradora esta libremente de omitir su opinión verbalmente, La en cuenta estará elaborada por diez preguntas donde se conocerá ciertos problemas que presenta la organización por parte de sus consumidores. Conjunto de individuos, objetos, elementos o fenómenos en los cuales puede presentarse determinada característica susceptible de ser estudiada. Como la población es finita no se va a utilizar ningún tipo de muestra. Para esta

investigación no es necesario utilizar un tipo de muestra ya que nuestra población de nuestra microempresa es pequeña por lo tanto se trabajará de manera simple.

Como resultado se obtuvo, un 40% siempre visitan el restaurant y un 12% dijeron que nunca han ido al restaurant Nancy, el 60% prefiere el restaurant Nancy, un 12% por su ubicación y un 28% por el servicio que maneja para sus clientelas, un 80% dijeron que si cuenta con todos sus equipos necesarios y un 20% dijeron que no, un 68% dieron a conocer que deberíamos mejorar la infraestructura del local y un 32% dijeron que no, un 60% estuvo de acuerdo a que implementemos la red abierta y un 40% dijeron que no, un 84% dieron a conocer que tienen una buena atención y un 16% dieron a conocer que existe una atención regular, un 88% dice que si demos promociones en el restaurant y 12% dijeron que no, un 60% espera de 0 a 5 minutos por su producto y de 5 a 10 minutos esperan menos y de 10 a 15 esperan un poco más, un 84% dijeron que se deberíamos tener un sistema de factorización y un 36 dijeron que no deberíamos tener, el 100% dijo que si los empleados y administradores deben tener capacitación.

Como conclusión final se obtuvo que la mayoría de los encuestados se sienten complacida con la atención dada al momento de dar el producto.

También pudimos notar que los empleados y administradores necesitan tener capacitaciones para así ellos vayan cambiando su forma de atender y tenga un plus extra.

En el estudio realizado también vimos muchos factores muy importantes en el servicio que blindan el restaurant como a la hora de dar el

producto, la espera cuenta con una red abierta para que los clientes esperen con tranquilidad sus productos.

También, notamos que hay clientes insatisfechos a la hora de esperar su producto se evidencio que el personal no está acto para atender a los clientes no siente confianza y también cuenta con poco personal.

Orejuela (2017) en su investigación titulado *Análisis de los niveles de calidad de atención al cliente y su incidencia en la satisfacción de los turistas extranjeros, usuarios de los restaurantes de la calle charles binford, en santa cruz - galápagos, 2017*. Como objetivo principal fue de esta investigación Analizar de los niveles de calidad de atención al cliente en los restaurantes situados en la calle Charles Binford de la ciudad de Santa Cruz, provincia de Galápagos 2017. Este tipo de estudio fue realizado con la ayuda de metodología descriptiva porque permitió analizar, e interpretar la situación y naturaleza actual en la que se encuentran los restaurantes dirigidos a clientes de la calle Charles Binford en la Isla de Santa Cruz, se basó en un enfoque cuantitativo porque se utilizó para descubrir, verificar e identificar las relaciones causales que generan un deficiente Servicio al Cliente en Restaurantes. La población de ésta investigación fue a los 50 clientes turistas internacionales, 22 propietarios y 50 empleados de los restaurantes que se encuentran ubicados en las calles Charles Binford, que se le aplico a cada uno de ellos 15 preguntas para obtener información, que nos permitió conocer los niveles de conocimiento en atención al cliente de cada uno de los empleados que conforman nuestra muestra o campo de investigación quienes aportaron

datos que sirvieron para crear una propuesta que incrementará su grado de conocimientos, requeridos.

Como resultados se obtuvo que el 100% de los encuestados, en la pregunta uno el 27% el local dispone de infraestructura moderna y cómoda, 53% consideró que el local dispone de infraestructura que se mantiene en buen estado, 20% el local dispone de infraestructura que se mantiene en estado regular, el 100% de las encuestas en la pregunta dos el 0% contestó que el local dispone de un sistema eficiente de tratamiento de aguas servidas, un 53% contestó que el local dispone de un sistema normal de tratamiento de aguas servidas y el 47% el local dispone de un sistema regular de tratamiento de aguas servidas, el 100% de las encuestas recogidas de la pregunta cuatro, considera el 40% considera que es agradable el lugar, 53% dice que es bonito el lugar 7% que es desagradable el lugar, el 100% de las encuestas recogidas de la pregunta siete, el 40% considera que sí tiene oferta adecuada y variada de productos y 13% que no tiene una oferta adecuada y variada de productos, 47% que tiene una oferta normal y adecuada de variedad de productos.

Como conclusión final se obtuvo Como muestra para la investigación se ha basado en los 22 restaurantes que existen en la calle Charles Binford en la cual nuestra fue de 68% que refleja en 15 restaurantes a fin de obtener una información más confiable.

Considerando todos factores detallados y de acuerdo a las respuestas obtenidas de las encuestas realizadas, la mayoría de los clientes opinó que es muy limitado el servicio y atención al cliente brindados en los restaurantes de

la calle Charles Binford, ya que ellos requieren adquirir conocimientos en Atención al Cliente.

En general se llegó a detectar que es fundamental mejorar el servicio que brindan los restaurantes en atención al cliente, con el único fin de lograr un servicio de calidad y la mejor forma de lograr la fidelidad es brindándoles un servicio superior.

b). Antecedentes Nacionales.

Samanez (2019) en su investigación titulado *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*. Tuvo como objetivo principal fue de esta investigación 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. Este tipo de estudio fue realizado con la ayuda de metodología se basó en enfoque cuantitativo de nivel descriptivo y diseño de investigación no experimental-transversal-descriptivo. La población está conformada por 30 micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro restaurantes del distrito de Sayán. Se tomó como muestra al 100% de la población (30 mypes). La encuesta, se aplicó a los 2 representantes de las Micro y Pequeñas Empresas del Sector servicio-rubro restaurantes del distrito de Sayán, provincia de Huaura. El cuestionario, se utilizó para poder obtener datos de la Micro y Pequeña Empresas del Sector servicio-rubro restaurantes; la cual estuvo

conformada por 14 preguntas, esto se aplicó a cada uno de los representantes de los restaurantes.

Como resultados se obtuvo con respecto a las edades se obtuvo lo siguiente: el 64% tienen una edad de entre 31 a 50 años, el 23% de entre 18 a 30 años y el 13% cuentan con una edad de 51 a más, el 77% de los encuestados son del sexo masculino y el 23% del sexo femenino, el 37% cuentan con el grado de instrucción técnica, el 30% cuenta con estudios superiores, el 23% cuenta con estudios secundarios y el 10% con estudios primarios, El 50% de los micros y pequeñas empresas tienen de 6 a 10 trabajadores, el 37% tiene entre 1 a 5 trabajadores y el 13% cuenta con más de 11 trabajadores, : el 73% de las mypes son formales y el 27% son informales, el 54% tiene de entre 4 a 6 años en el rubro, el 23% de entre 0 a 3 años y el 23% tiene en el rubro de restaurante más de 7 años, el 70% manifestó que no aplica una Gestión de Calidad y el 30% manifestó que si aplica una Gestión de Calidad, el 37% manifiesta que no usa ninguna técnica de gestión, el 37% utilizan la técnica del Marketing, el 17% utilizan la mejora continua como técnica de gestión y el 10% utiliza el plan estratégico como técnica de gestión. el 53% de las micro y pequeñas empresas tienen como prioridad los precios bajos, el 33% la atención a los clientes, el 7% la calidad del producto y el 7% manifiesta que ninguno le parece una prioridad, el 37% de las micro y pequeñas empresas tienen como prioridad ante sus clientes los platos de calidad, el 33% prioriza la amabilidad, el 23% el tiempo de espera y el 7% no cuenta con ninguna prioridad hacia sus clientes, el 40% de las micro y pequeñas empresas al contratar al personal prefiere dar oportunidad de trabajo a sus amigos, el 33%

prefiere tomar en cuenta a la competitividad de las personas y el 27% prefiere dar oportunidad a sus familiares, el 53% de las micro y pequeñas empresas no capacitan a sus colaboradores en atención al cliente, el 30% capacita anualmente a su personal, el 10% capacita a su personal cada 6 meses y el 7% lo hace cada 3 meses, el 44% manifestaron que una buena atención de calidad contribuye a un aumento de ventas para el negocio, el 30% creen que contribuye con la fidelización de los clientes, el 13% manifiesta que una atención de calidad contribuye a un mejor posicionamiento en el mercado y 13% manifiesta que una buena atención de calidad no contribuye en nada a su negocio.

Como conclusión final se obtuvo que el 40% de las micro y pequeñas empresas al contratar al personal prefiere dar oportunidad de trabajo a sus amigos, sin considerar a las personas que puedan tener capacidad, aptitud y ganas de salir adelante por su forma de desarrollo. Con respecto al tiempo de capacitación que brinda a sus colaboradores en atención al cliente, se obtuvo que el 53% de las micro y pequeñas empresas no capacitan a sus colaboradores en atención al cliente, este indicador representa la preocupación del porque más de la mitad no capacita a sus colaboradores por tanto se tendrá que revertir para beneficio de la empresa. Con relación a que factores cambiantes se adecuan a su negocio, se obtuvo que el 57% de las micro y pequeñas empresas no se adecua a ningún factor externo cambiante. Estos resultados reflejan que los empresarios no toman interés en los factores externos cambiantes que pueden beneficiar a su negocio. En cuanto a la contribución de una buena atención de calidad, se obtuvo que el 43% cree que

una buena atención de calidad contribuye a un aumento de ventas para el negocio, este resultado demuestra que los empresarios tienen en mente a una buena atención.

Peréz (2020) en su investigación titulado *Gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente y propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes campestres en la zona la campiña, distrito de Chimbote, provincia de la santa, año 2020*. Como objetivo principal fue de esta investigación es determinar las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente y propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes campestres la campiña, distrito de Chimbote, provincia del Santa, año 2020. Este tipo de estudio fue realizado con la ayuda de la metodología de la investigación se basó en un enfoque no experimental-transversal y descriptivo. La población estuvo conformada por 8 micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes campestres en la zona la Campiña, distrito de Chimbote, provincia del Santa, año 2020. La muestra estuvo conformada por el 100% de la población, es decir por 8 MyPES, con la técnica de encuesta y el cuestionario, estructurado por 23 preguntas relacionadas a los aspectos generales de los 5 representantes, de las 4 micro y pequeñas empresas, y a la variable en estudio: gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente.

Como resultados se obtuvo que el 62.50% de los representantes tienen más de 51 años de edad, El 50.00% de los representantes son de género femenino y el 50,00% son de género masculino, El 75.00% de los

representantes tiene grado de instrucción secundaria, El 50.00% de los representantes son los dueños y el 50,00% son los administradores, El 62.50% de los representantes tienen en el cargo más de 7 años, El 87.50% de las Micro y pequeñas empresas tienen en el rubro más de 7 años, El 75.00% de las Micro y pequeñas empresas cuentan con un promedio de 1 a 5 trabajadores, El 75.00% de las Micro y pequeñas empresas tiene a personas no familiares laborando, El 62.50% de las Micro y pequeñas empresas tienen como finalidad de generar ganancias y el 37.50% por subsistencia, El 50.00% de los representantes aseguran que las dificultades para implementación de la gestión de calidad son otras, el 25,0% no se adapta a los cambios, el 12,5% por desconocimiento del puesto y el 12,5% por aprendizaje lento, El 100.00% de los representantes aseguran que miden el rendimiento del personal mediante la observación, El 100.00% de los representantes conocen el término atención al cliente. El 87.50% de los representantes aseguran que siempre aplican gestión de calidad en el servicio que brindan y el 12.50% no. Se observa que la mayoría aplican herramientas de gestión en este caso usan el Marketing para la mejora de sus servicios, El 100.00% de los representantes consideran que la atención al cliente es fundamental para que éste regrese al establecimiento, El 50.00% de los representantes consideran como factor importante en el servicio es la rapidez en el servicio, el 37.50% la atención personalizada y el 12.50% las instalaciones, El 50.00% de los representantes consideran que la atención que brindan es buena, el 50.00% es regular, El 100.00% de los representantes no considera que se está dando una mala atención. Esto demuestra que la totalidad se esmera cada día por mejorar la

atención al cliente, debido a que los clientes son el activo más importante, pues sin ellos los restaurantes no tendrían razón de ser, por ende, es primordial que cada día evalúan la atención al cliente y busquen mejorar continuamente, El 75.00% de los representantes ha logrado fidelización de clientes, el 12.50% posicionamiento de la marca, el 12.50% clientes satisfechos, El 87.50% de los representantes considera que es eficiente en la solución de reclamos del cliente y el 12.50 a veces. Esto demuestra que la mayoría asegura que existe gestión de los reclamos, dado que el personal está preparado para tomar decisiones en caso el cliente no sienta que se resolvió alguna duda.

Como conclusión final se obtuvo la implementación de una propuesta y un plan de mejora, para que las micro y pequeñas empresas en estudio puedan utilizar la atención al cliente dentro de su gestión y lleguen a tener una gestión de calidad en su organización.

La dificultad de la implementación de la gestión de calidad es que el personal tiene poca iniciativa, así mismo consideran que la gestión de calidad mejora el rendimiento, consideran que la gestión ayuda a alcanzar los objetivos. Por otra parte, conocen el termino atención al cliente, aplican gestión de calidad en el servicio que brindan, consideran que la atención es fundamental para que el cliente regrese, consideran que el factor más importante para la buena atención al cliente es la rapidez en el servicio, así mismo afirman que la atención que brindan es buena y regular, tienen como resultado lograr la fidelización del cliente, del mismo modo son eficientes en la solución de reclamos y por ultimo consideran que la atención permite el posicionamiento de la empresa.

c). Antecedentes Locales y/o Regionales

Salvador (2021) en su investigación titulada *Propuesta de mejora de atención al cliente como factor relevante para la sostenibilidad de los emprendimientos en las Mypes del sector servicio, rubro restaurantes de la urbanización los Aprovechados del distrito de Pillco Marca Huánuco, 2021*. Como objetivo principal fue, fue de esta investigación es Proponer las mejoras de atención al cliente como factor relevante para la sostenibilidad de los emprendimientos en las MYPES del sector servicio, rubro restaurantes de la Urbanización los Aprovechados del Distrito de Pillco Marca Huánuco, 2021. Este tipo de estudio fue realizado con la ayuda de la metodología, la investigación se basó en enfoque cuantitativo de nivel descriptivo y de diseño no experimental-transversal. La población fue conformada por 10 MYPEs, del sector servicio, rubro restaurantes de la Urbanización los Aprovechados del Distrito de Pillco Marca Huánuco, 2021. La muestra es no probabilística; muestreo poblacional, como técnica se utilizó la encuesta, instrumento fue el cuestionario, conformado por 28 preguntas.

Como resultados se obtuvo que la gran mayoría en un 60% señalan tener 31 a 50 años de edad, el 20% señalan tener 18 a 30 años, así mismo el 20% señalan tener de 51 a más años de edad, el 10% señala tener de 0 a 3 años desempeñando el cargo, el 20% señala tener de 4 a 6 años desempeñando el cargo así mismo la gran mayoría con el porcentaje de 70% señalan que tienen desempeñando el cargo de 7 a más años, 50% tienen de 1 a 5 trabajadores, el 30% tienen 6 a 10 trabajadores y el 20% tienen 11 a más trabajadores, la mayoría con un porcentaje de 70% su objetivo de creación es generar ganancia

y el 30% su objetivo de creación es subsistencia, 60% su tipo de constitución son como persona natural, el 10% su tipo de constitución es empresa individual de responsabilidad limitada y el 30% su tipo de constitución es de sociedad anónima cerrada y ningunas como sociedad comercial de responsabilidad limitada ni como sociedad anónima, el 50% señalan que casi siempre se orientan a la satisfacción de sus clientes, mientras que un 30% lo hacen muy pocas veces y en un porcentaje del 20% lo hacen algunas veces, el 60% señalan que casi siempre ofertan sus productos con precios adecuados al mercado, mientras que un 30% lo hace algunas veces y en un porcentaje del 10% lo hace siempre, el 60% señalan que casi siempre cuenta con variedad de productos, mientras que un 20% cuenta con variedad de productos algunas veces y en un porcentaje del 20% cuenta siempre con variedad de productos, el 50% señalan que muy pocas veces capacita a su personal para brindar un mejor servicio en atención al cliente, mientras que un 30% lo hace algunas veces, el 10% lo hace casi siempre y así mismo el 10% lo hace siempre, el 60% señala que casi siempre brinda oportunidad laboral sin discriminación, mientras que un 40% lo hace siempre.

Como conclusión final se obtuvo un porcentaje medio que afirma, casi siempre promueve la calidad de servicio, así mismo un porcentaje medio que manifiesta, casi siempre se orienta a la satisfacción de sus clientes y un alto porcentaje que manifiesta, casi siempre oferta productos con precios adecuados al mercado.

Se propuso y elaboró la propuesta de mejora de atención al cliente como factor relevante para la sostenibilidad de los emprendimientos en las

Mypes del sector servicio, rubro restaurantes de la Urbanización los Aprovechados del Distrito de Pillco Marca Huánuco, 2021. Los resultados obtenidos a través de esta investigación permitirán mejorar la situación actual de las Mypes, a través de la aplicación de las propuestas.

Reyes & Santiago (2020) en su investigación presentado *La calidad en la atención del servicio y su relación con la fidelidad del cliente en el restaurante Fast Food “Lookcos” Huánuco – 2020*. Como objetivo principal fue de esta investigación es demostrar en primera instancia la relación directa que existe entre la calidad en la atención del servicio y su relación con la fidelidad de los clientes en el restaurant Fast Food “Lookcos” de Huánuco, 2020. Esta investigación es de enfoque cualitativo de nivel Descriptivo Correlacional de diseño no experimental, así mismo está conformado por los 16 restaurantes y 12 trabajadores de la ciudad de Huánuco. Esta investigación se hará uso en las técnicas (observación y la encuesta), en instrumentos (Guía de observación y el cuestionario), aplicación (*) / uso (**) ((**)) investigador (*) administrador, dueño).

Tubo como resultados los 9 trabajadores de la empresa “RESTAURANT FAST FOOD” “LOOKCOS” que representan el 75% del total de la muestra, manifestaron que la utilización de un buen precio en la empresa si permite lograr la fidelidad de los clientes, mientras que ningún trabajadores de la empresa, respondió que el uso de un buen no permite lograr la fidelidad de los clientes y 3 trabajadores que representa el 25% respondieron que a veces el uso de un buen precio permite lograr la fidelidad de los clientes.

los 8 trabajadores de la empresa “RESTAURANT FAST FOOD” “LOOKCOS” que representan el 56.36% del total de la muestra, 15 manifestaron que una actitud positiva por parte de la empresa si permite la fidelidad de los clientes, mientras que ningún trabajador de la empresa que una actitud positiva no permite la 50 fidelidad de los clientes e y 4 trabajadores que representa el 40.64% respondieron que a veces una actitud positiva logra la fidelidad de los clientes.

El 9.33% del total de la muestra, manifestaron que 57 un servicio inadecuado por parte de la Empresa si permite la fidelidad de los clientes, mientras que 9 trabajador que representa el 78.33% de la Empresa respondió que un servicio inadecuado por parte de la empresa no permite la fidelidad de los clientes y 2 trabajadores que representa el 13.34% respondieron que a veces un servicio inadecuado por parte de la empresa logra la fidelidad de los clientes.

Conclusión final, Determinamos que existe relación positiva entre la calidad en la atención del servicio con respecto a la fidelidad de los clientes del restaurant Fast Food Lookcos.

Se determinó que existe una relación positiva entre la confiabilidad del personal con respecto a la fidelidad de los clientes en el restaurant Fast Food Lookcos.

Determinamos que si existe una relación positiva entre un servicio adecuado y la fidelidad de los clientes en el restaurant Fast Food Lookcos.

2.2. Bases teóricas de la investigación.

Definiciones teóricas de atención al cliente.

Modesta (2015) La atención es un mecanismo unitario que esta transmitido en pluralidad de fenómenos cercanos a la complejidad, pues es así la atención trata que la relación sea de forma directa que refleja sobre las atenciones bajo una actividad de la organización con el propósito de tener control y conciencia a lo largo de varias conexiones pasando por los bases muy difíciles, finalmente se logra la capacidad de lanzar en el ámbito de aplicación de los estudios de atención con el objetivo de tener interés en sí misma y contribuye la comprensión sobre las problemas de alto relevancia social.

Comprende las siguientes funciones de la atención.

- ✚ La reunión antes del trabajo ayuda y estimula a estar bien capacitado y ejerce la mente para mantenerse activo dentro del desarrollo de las actividades.
- ✚ El jefe siempre tiene que demostrar la empatía y liderazgo.
- ✚ Mantener la comunicación con mucho respeto y amabilidad con el público.
- ✚ Evidentemente siempre estar atento a las preguntas y preguntar si se le presenta alguna duda.

Escudero (2011) El perfil del cliente se determina por una serie de variables que caracterizan según la demanda de los productos que consume. El cliente se define por la personalidad que determina situaciones como

actitudes, clase social, y estilo de vida que realiza a través del sentido del gusto y las publicidades por toda la información que la empresa emite para el cliente potencial este percibe e interpreta los estímulos de imagen marca y posicionamiento del producto.

Tschohl (2021) servicio al cliente es una acción que representa “vender”, puesto que estimula a los clientes a regresar a la empresa con mayor frecuencia que representa el 65% del volumen de ventas. El servicio está en un área estratégica de marketing es decir el servicio es más eficaz que marketing para incrementar el volumen de negocios, una empresa siempre posee una estrategia global de servicios porque añade las actividades que son muy útil para desarrollar y innovar. El servicio a llegado a ser parte del éxito en las empresas tales como compromiso por parte de la dirección, recursos adecuados, mejoras visibles del servicio, capacitación, servicios internos, y involucramiento o compromiso de todos los empleados.

Palomo (2014) la buena atención al cliente se acompaña siempre de una excelencia comunicación la forma como dirigirte asia un cliente con un lenguaje sencillo correcto y respetosamente sin pensar en lo negativo siempre con la mente positivo dominando tus miedos frente al público lo principal es ser excesivamente autocríticos con uno mismo, una vez eliminado los miedos se convierte en un atentico placer con los siguientes objetivos.

- ✚ Reconocer la importancia de la comunicación.
- ✚ Identificar los diferentes tipos de comunicación y aplicar las técnicas adecuadas en cada uno de ellos.

- ✚ Appreciar las ventajas de lograr ser buenos comunicadores denominando los diferentes tipos de comunicación.
- ✚ Aplicar todo lo referente a la comunicación para lograr una atención al cliente con altos estándares de calidad.

Ramos (2014) Servicio al cliente se constituye de acuerdo la forma de atención con los ciudadanos que realizan diariamente la innovación logrando el objetivo principal de facilitar de forma rápida y de forma personalizada que el usuario ofrece a los clientes públicos.

Objetivos de servicios de atención:

- ✚ Los clientes quieren encontrar una atención personalizada de los usuarios.
- ✚ Tener conocimiento sobre las nuevas tecnologías para facilitar con el cliente público.
- ✚ Brindar mayor calidad de servicios y atención con los clientes dentro de la organización.

Los procesos de atención al cliente:

- ✚ Plantea nuevo proceso formativo referente a la calidad de servicio y atención al cliente.
- ✚ Tener la capacidad de expresar con los clientes en público.
- ✚ Tener las orientaciones en base a los servicios.
- ✚ Ser creativos con los procesos evaluativos y mantener la calidad en atención.
- ✚ Tener puestos rotativos para no caer en mecanismos.

- ✚ Demostrar la inteligencia emocional ante el público.
- ✚ Insistencia en tener la comunicación para mejorar la capacidad de la organización.

Martinez (2018) es un conjunto de actividades que realiza una empresa para ofrecer sus productos o servicios, con la finalidad de satisfacer lo que busca los consumidores finales, y así mismo brindando una herramienta de marketing e infraestructura logrando con los posibles elementos y características sobre atención al cliente que estable con la importancia de brindar que busca cada uno de los consumidores tratando de ser competidores más cercanos con las verdaderas oportunidades, obteniendo la mejor forma de brindar servicio de calidad teniendo en cuenta de las tres opciones como precio, calidad, y servicio.

Los siguientes elementos de servicio al cliente son:

a). La comunicación de frente a frente con un cliente: Este elemento menciona que la atención al cliente es una de las herramientas importante, estratégicamente esto se ve desde el saludo, forma y modo del trato con los clientes siempre se tiene que demostrar las actitudes emocionales de convencerlo esto conlleva buen servicio que brinda una organización competitiva hacia el público.

b). Relación con el cliente difícil: la herramienta más practico es analizar el servicio esto ayuda a demostrar el trato a un cliente muy difícil a repararlo, función apropiadamente en la relación de que es probable de atender de la

manera más natural, el personal de cada organización debe conocer el verdadero arte de “tratar bien” aun cliente, por ninguna otra razón o motivo se debe cambiar el buen trato al cliente.

c). La comunicación por llamada telefónico: Este elemento indica que el factor trascendental es importante porque el servicio o atención a los consumidores que se les ofrece por ejemplo a un cliente el modo de fluya el contacto por llamadas de teléfono que queda bien claro la atención brindada esto consiste del tiempo que demora en atender la comunicación por las llamadas, esto debe ser conforme a la que busca un cliente y con todas las actitudes positivas y donde el cliente podrá ser atendido satisfactoriamente recomienda a otros clientes más y así se va sumando al mundo de incremento de clientes enfatizando confianza y estabilidad.

d). La comunicación por correo: este elemento indica el servicio, es gracias a los avances tecnológicos eficientemente que trajo una ventaja para el área de emprendimiento que nos guía tener una buena calidad en los procesos de comunicación o también ofrecer los servicios o atención al cliente, ya sea una empresa grande o pequeña ya que se dirige particularmente, a las nuevas avances tecnológicos porque gracias a un correo electrónico también se cumple con el servicio atendido mediante los comunicadores por red.

e). La atención de reclamos y cumplidos: Este elemento es para solucionar los problemas presentados teniendo una buena comunicación, respeto con el cliente interno y externo es por ello una queja o un cumplido se debe de emplear y/o considerar como una estrategia de elementos que debe ser

atendido con lo más prontitud con esa plenitud de solucionar los problemas o para ser corregido para ser mejorado el servicio que se le ofrece a un cliente.

f). Instalaciones: Este elemento es para llegar a los clientes exteriores teniendo un base fundamental y con estructura presentable de los edificios, los patios bien verdes y jardines bien ordenados y la parte de recibimiento es una estadía de los clientes dentro de la empresa siempre tiene que tener los espacios vacíos bien limpios, estas herramientas indican las percepciones de los clientes para el logro de objetivos.

Importancia de servicio al cliente:

Un elemento promocional es un buen trato servicio al cliente exclusivamente en las áreas de ventas con costos bajos y obteniendo promociones de liquidación, es así la publicidad en las ventas personales para poder atraer un nuevo cliente es el doble y el seis veces más caro que mantener a uno estratégicamente los clientes son sensibles al servicio que brinda una empresa, cuando entran al contacto con el cliente proyecta acciones, actitudes que representa percepción positivo, por ejemplo el representante de ventas llama por teléfono y da solución al problema presentado, y finalmente el pedido de los clientes siempre será resuelto por los personales de la venta y logra la forma de tratar y satisfacer al cliente con su servicio ofrecido.

Las acciones:

En las acciones siempre reflejan las actitudes como la emoción personal varía en cada persona por ejemplo cuando tienen una comunicación con el cliente

con la finalidad de lograr de complacer con el servicio que satisfaga al cliente, los productos en venta con la relación de competencia a los otros empresarios que se preocupan por empujarlo un producto para que sea más expectativa y ajuste las ventas.

Políticas del servicio:

Los empresarios cuentan con un énfasis de que el administrador controle los resultados percibidos por un cliente, con esto entran a un área interna que les autorice una norma para la creación de la política para su procedimiento que siempre cuenta con las necesidades del cliente y el dicho impacto de la política aplica de manera cómo va con la percepción del servicio.

Áreas internas:

La importancia de las áreas internas es el conjunto de políticas dentro del servicio que algunas ocasiones tratan de solucionar las dudas que tiene el cliente dentro de la empresa siempre se enfoca más al resultado, y los dueños o representantes siempre tienen reuniones de como planear, tomar nuevas estrategias que siempre estar orientado al respecto de áreas administrativas para tomar nuevas decisiones y lanzar nuevas estrategias comerciales para el lanzamiento competitivo en el campo del mercado.

Los componentes básicos del servicio al cliente:

Estos componentes básicos nos dan a conocer que el servicio al cliente se logra de mantener con tomando o brindando la calidad de atención dentro de ellas sumergimos con cero dudas, hacia el público porque si no se corre el riesgo

de perder clientes para no llegar a ese riesgo se toma los siguientes componentes que ayuda a mejorar.

- ✚ **Credibilidad:** Demostrar seguridad total con tal de crear un ambiente de confianza además de ello siempre hay que ser veraces no se trata de mentir o prometer con la finalidad de realizar la venta.
- ✚ **Comunicación:** Mantener bien informado al cliente usando lenguaje oral, corporal y sencillo para poder mantener abierto el canal de comunicación de cliente con la empresa.
- ✚ **Comprensión:** El trato con los clientes no es mantener sonriente en cada instante sino se trata de mantener de tener una buena comunicación que permita saber qué es lo que quiere obtener el cliente.
- ✚ **Accesibilidad:** Saber tener varias vías de accesibilidades para poder brindar un buen servicio al cliente saberlo escuchar las sugerencias, quejas o reclamos estableciendo una conducta real dentro de la organización con estables acciones que permite sacar provecho a las fallas que detectaron los clientes.
- ✚ **Cortesía:** el personal de la organización siempre tiene que demostrar el respeto. Amabilidad principalmente la educación y así cautivar dando un trato excelente a nuestros clientes.
- ✚ **Profesionalismo:** conocimientos necesarios en la ejecución del servicio esto con lleva a practicar a todos los miembros de la organización.

✚ **Capacidad de respuesta:** proveerlos de un servicio rápido y oportuno a los clientes.

✚ **Fiabilidad:** es la capacidad de una organización que brinda el servicio de forma fiable sin presentar problemas, es un componente que directamente ata a seguridad y credibilidad.

Elementos tangibles se trata de mantener en un buen estado las condiciones de instalaciones físicas y equipos adecuados y materiales de comunicación que lo permite al cliente que se acerca más para su satisfacción completa.

Las características de los servicios.

✚ **Intangibilidad:** Los servicios son muy difíciles de describirlos, demostrar y promover. No se puede oler, sentir, ver o probar mientras tanto los productos son producidos, el promedio de consumidores siente que la compra de servicios es más difícil de entender y por consiguiente con más riesgos; esto se debe a que el tiene menos información.

✚ **Inseparabilidad o simultanea:** Los servicios siempre frecuentan de un comprador y vendedor principalmente es parte de un producto y de una compañía.

✚ **Heterogeneidad:** Los servicios no pueden ser repetidos con la misma calidad de uniformidad, la calidad varia de tiempo en tiempo, de lugar en lugar y de cliente en cliente con la misma venta de un vendedor.

✚ **Permanencia:** Los servicios no se pueden mantener, siempre tienen que ser producidos en la demanda, los servicios no son propiedades y son intransferibles.

Las micro y pequeñas empresas (Mypes)

Conocer la ley que protege a la micro empresa es de suma importancia, además lo define como unidad económica que brinda una mejora para la sociedad. De acuerdo con Ley 28015 (2003) *ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa*, define como la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica sobre cualquier forma de organización o gestión empresarial basado en las leyes vigentes para desarrollar sus actividades ya sea producción, transformación, comercialización de bienes o prestación de servicios teniendo en cuenta las características y tamaños teniendo en cuenta que la ley aplica el régimen laboral a las Micro empresas.

Características de la Mype.

El número total de los trabajadores que lleva en cuenta, la micro empresa que debe tener de 1 (uno) trabajador hasta 10 (Diez) trabajadores a diferencia, la pequeña empresa debe tener de 1 (uno) trabajador hasta 50 (cincuenta) trabajadores. Abarcando los niveles de las ventas anuales: la microempresa debe tener un monto máximo hasta los 150 UIT que representa a las unidades impositivas tributarias, a la diferencia de la pequeña empresa,

debe partir desde el monto máximo hasta 850 UIT que representa a unidades impositivas tributarias.

De acuerdo que menciona la Ley N° 30056 (2013) define sobre las Mypes que establezca el marco legal de promoción y competitividad y formalización, incentivando la producción que entra a los mercados internos y externos, ya sea la inversión privada o estatal que impulsan al emprendimiento entrando al mercado y permitiendo la mejora de la organización para el crecimiento sostenible de las unidades económicas y promoviendo políticas junto con los emprendedores de negocios.

El artículo 5 de la ley hace mención que las micro empresas y medianas empresas tienen las siguientes características.

- ✚ **Micro empresa:** los montos anuales de la microempresa son hasta el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).
- ✚ **Pequeña empresa:** los montos anuales de la pequeña empresa son hasta el monto de 150 UIT hasta el monto máximo de 1700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).
- ✚ **Mediana empresa:** los montos de las ventas anuales de la mediana empresa de 1700 UIT hasta el monto máximo de 2300 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).

El monto de la microempresa es determinado por el decreto supremo y por el Ministerio de economía y Finanzas y Ministerio de la Producción esto debe modificarse de acuerdo al supremo cada dos (2) años, de igual manera

las entidades públicas y privadas que permiten unificarse con la formalización con la finalidad de cumplir con las políticas del sector de acuerdo a la coherencia del diseño.

El artículo 14 hace mención sobre la promoción de la iniciativa privada es decir con la iniciativa de los emprendimientos y/o formar negocio, el estado apoya y incentiva a las micro empresas y pequeñas empresas en su ejecución con la presente ley que establece las medidas a favor del beneficio las instituciones y/o empresas privadas que los capacitan para su mejor asesoría y así mismo también toman una técnica de servicios para sus permanencias en el mercado conforme a la normatividad.

La importancia de las Mypes.

Las micro empresas es el motor económico de la organización competitiva como establece el ministerio de trabajo, que brinda el empleo a la sociedad el 80% de la población (PEA) y genera el ingreso de producto bruto interno (PBI) con el 40%, constituyendo principalmente el motor del desarrollo económico de nuestro país, Perú. Las siguientes importancias las Mypes tenemos como lo siguiente:

- ✚ Brindan los puestos de trabajo en abundancia.
- ✚ Genera reducción de pobreza en la población con brindar actividades que generalmente son para la organización promoviendo ingresos.
- ✚ Incentiva el carácter económico de la población y el espíritu empresarial de cada organización y/o cada negocio.

- ✚ Principal fuente es el sector privado que promueve el emprendimiento con ventajas económicas en cada micro empresa.
- ✚ Toman el mejoramiento de cada comercialización o distribución del ingreso.

Las micro empresas siempre están dirigidas por una persona natural ya sea micro empresa o pequeñas empresas, se puede definir que las empresas que emprenden sus propios negocios conocen a donde quieren llegar es decir cuánto quieren tener sus ingresos anuales, la micro empresa o pequeñas empresas son importante porque es la clave principal de alcanzar los objetivos económicos, como por ejemplo una organización emprende su negocio con el fin de elaborar planes estratégicos promoviendo una garantía de generar ingresos mensuales con la fuente de medida de innovación empresarial y así también prestando servicios a los empleadores para que tengan un sustento diario.

Gestión de calidad

Udaondo (2002) La gestión de calidad habitualmente forma funciones distintas que se aproximan rápidamente al éxito a favor de los emprendedores que ejerce las respectivas funciones con eficacia con el único del perfil profesional que hace la gestión con el fin de lograr objetivos como la parte formal de los sistemas de calidad, los métodos de implantación y funcionamientos de grupos participativos, formación de especialistas en calidad.

La gestión empresarial esta denominado de la mano con gestión de calidad asignando plan de estudios de largo plazo para la ejecución en el mundo de mercados competitivos, considerando los aspectos que describe una persona creativa absolutamente prestando atención, respeto y propio interés es decir con un caso de la necesidad de tomar importancia ya sea dentro o fuera de la empresa el factor humano es importante porque estimula a toda aquellas personas que consideran entre sus objetivos profesionales la mejor permanencia que revoluciona a un mundo mejor más eficaz, y sobre todo más humanizado, en los últimos décadas con el avance de la tecnología, la gestión de calidad se convirtió en una estrella que hoy en día todas las naciones se enfocan al cambio diario de las nuevas tecnologías para tomar el nuevo estrategia de desarrollo es el único camino que lleva a triunfar comercialmente, para tener el sustento económico de un mercado mundial cada vez más exigente y selectivo.

El nuevo enfoque de la gestión de calidad pretende afianzar más la situación de estabilidad teniendo en cuenta mayor potencia de calidad favorece la productividad, los procesos que llevan dentro de la gestión una imagen de productos, servicios suministrados se podría decir que es un elemento fundamental en nuevos estilos de la gestión de las empresas. La calidad es un elemento muy importante que motiva la integración y satisfacción de los trabajadores, su objetivo es facilitar comunicación a todo tipo de problema.

Fundamentos de la gestión de calidad.

- ✚ Su objetivo es ser competitivo y mejor continuamente en la empresa.
- ✚ Ayuda a satisfacer las necesidades de los clientes.
- ✚ Elemento importante es el recurso humano.
- ✚ Es importante precisar el trabajo en equipo.
- ✚ Los elementos imprescindibles es la comunicación, la información y la comunicación dentro de la empresa.
- ✚ El objetivo de la gestión es estratégicamente fundamental para la empresa.

Relación de gestión de calidad con norma ISO 9001.

Perez (2017) la gestión de calidad es el factor importante para los empresarios y existen relación con los términos de calidad total busca un excelente resultado en las organizaciones, modelos de excelencia son tangibles que se pueden aplicar en las organizaciones, e Iso 9000 es una norma que desarrolla por la ISO (International Standard Organization), todos estos términos han sido creado para la mejora de los empresarios que buscan emprender con distintos niveles de calidad para su desarrollo para llevar en práctica al momento de ejecutar en los mercados.

Irurita (2012) la norma ISO 9001 es lo que se puede aplicar en cualquier organización ya sea de los tamaños que emprende de los productos o suministros.

Tiene como objetivo la norma ISO 9001 es certificar con una guía de gestión de calidad con el fin de describir los requisitos generales para garantizar la calidad.

Los principios de gestión de calidad.

1. **Enfoque al cliente:** Este enfoque obtiene el requerimiento de los resultados de un cliente que busca la satisfacción de una organización con el principio de comercializar en una compañía que tiene un acercamiento sobre la empresa.
2. **Liderazgo:** Este principio se basa en el ambiente interno que tiene una organización con el objetivo de liderar, establecer objetivos y implica motivar, impulsar y dar recursos con el apoyo al sistema de gestión de calidad.
3. **Participación del personal:** Es la esencia de la organización que todos deben tomar conciencia porque es parte de su labor esencial, el personal se demuestra activo a diferencia el personal es el eje principal de las habilidades y demuestra su capacidad con mucha efectividad para el beneficio de la organización, puesto que es importante que colabore con el diseño que prepuso en el trabajo planeando los horarios para la mejora de la empresa.
4. **Enfoque basado en los procesos:** En este enfoque se gestionan los recursos de las actividades para poder lograr con los resultados deseados, hay procesos organizativos que identifica como la clave de la empresa que efectúa varios niveles con alcanzar su propósito y tiene

por objetivo mejorar la actividad con visión global con el establecimiento de los indicadores.

5. **El enfoque de sistema para la gestión:** Es donde toma la eficiencia y eficacia con los procesos de la gestión para alcanzar el objetivo con sistemas de gestión de calidad logrando obtener nuevos procesos con las ventajas y desventajas de una organización.
6. **Mejora continua:** Tiene como objetivo principal cumplir con las normas ISO 9001 para la mejora de calidad dentro de la organización, con las actividades de profunda capacidad como los costes mayores de aumentar la demanda comercial.
7. **Enfoque basado en hechos para tomar decisiones:** Esta basado en analizar los datos y informaciones para tomar decisiones de acuerdo a la visión para lograr su objetivo.
8. **Relaciones mutuamente beneficiosas con el proveedor:** Este principio es basado en una relación de entre cliente y proveedor, ambos para crear el valor primero tratar sobre la empresa y mediante el entorno tomado la decisión establece la confianza y se convierte en sistema de mejorar calidades concertadas.

2.3. Marco conceptual:

Mypes: Se conoce con las siglas de micro y pequeña empresa, ya sea la empresa de persona natural o jurídica igual puede emprender un negocio con la finalidad de generar ingresos.

Chifa: Es un restaurante que se identifica con preparar variedades de platos como chaufa y los platos típicos son de china que toma una diferencia a los platos típicos criollos.

Trabajador: Es un empleado que tiene los aspectos primordiales que se determina por prestar servicio al público que se relaciona con las capacidades de poder sostener sus necesidades básicas, tomando el empeño laboral para el cumplimiento de los objetivos que mejorar la competitividad laboral.

Platos a la carta: se les denomina a los platos típicos especiales que se prepara a base general de pasta chinos y arroz chaufa.

III. HIPÓTESIS

En la presente investigación respecto a propuesta de mejora en atención al cliente para una gestión de calidad en la micro Empresa restaurante chifa “Maylee” SAC, Pillco Marca, Huánuco, 2021. La autora se reserva y limita a plantear hipótesis por tratarse de una investigación descriptiva, en lo cual tiene un objetivo claro de detallar los principios de la gestión bajo el enfoque en atención al cliente, en la micro y pequeñas empresas, así mismo el diseño será no experimental ya que aún no se ha experimentado y tomado en cuenta a la variable y transversal porque la recolección de datos se realizó en un tiempo determinado.

IV. METODOLOGÍA

4.1. Diseño de la investigación

Para la elaboración del trabajo de investigación se utilizó el diseño de investigación no experimental, estudio descriptivo de corte transversal porque se estudió conforme a la realidad sin modificaciones y alteraciones.

El siguiente esquema corresponde a este tipo de diseño.

Esquema

Se esquematiza de siguiente modo.



O: Observación de la variable. Propuesta de mejora en atención al cliente para una gestión de calidad.

M: Muestra conformada por la MYPE encuestadas

✚ **No experimental:** Porque se estudió conforme a la realidad.

Fue no experimental porque se realizó sin manipular deliberadamente la variable, se observó el fenómeno tal y como se mostró dentro de su contexto. (Hernández, 2014)

✚ **Descriptivo:** porque el propósito del trabajo de investigación fue describir las características de la variable del estudio.

✚ **Transversal:** Porque tiene un tiempo determinado en la cual contempla un inicio y un fin.

4.2. Población y muestra

Población.

La población estuvo determinada por una micro y pequeña empresa sector servicio, rubro Restaurante Chifa MAYLEE, en Pillco Marca, Huánuco, 2021. Esto se encuentra en la planilla electrónica o plame ante la Sunat. La misma que se obtuvo mediante consulta RUC, N° 10442998120 con el consentimiento y autorización del representante legal de la MYPE Restaurante Chifa MAYLEE.

Muestra

De acuerdo a la información obtenida se utilizó una muestra del 100%, de la micro y pequeña empresa, de los cuales el trabajo de investigación se elaboró con la colaboración del representante que accedió participar y facilitar la información solicitada de la MYPE del sector servicio, rubro Restaurante Chifa MAYLEE, Pillco Marca, Huánuco 2021.

4.3. La matriz de definición y operacionalización de la variable e indicadores

Aspecto complementario	Definición de Aspecto complementario	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Características del Representante de la Micro Empresa (MYPE)	Un representante legal es quien ejerce el nombre de una empresa con el propósito de cumplir con los trámites que corresponden a la organización, y es quien toma las decisiones y responsabilidades de la empresa. (Alvarez, 2009)	Edad	a) 18 a 30 años	Razón
			b) 31 a 50 años	
			c) 51 a más años	
		Genero	a) Masculino	Nominal
			b) Femenino	
		Grado de instrucción	a) Sin instrucción	Nominal
			b) Primaria	
			c) Secundaria	
			d) Superior no universitario	
		e) Superior universitario		
Cargo que desempeña	a) Dueño	Razón		
	b) Administrador			
Tiempo que desempeña en cargo	a) 0 a 3 años	Razón		
	b) 4 a 6 años			
	c) 7 a más años			
Características de la micro empresa	La micro empresa es una organización económica y productora conformada por una persona natural o jurídico enfocada por dos o más socios en el desarrollo sostenible del dicho negocio, y las actividades se desarrolla con el fin de incrementar las ventas y obtener más utilidades con el objetivo de tener mayor ganancia. (Ley 30056, 2013)	Tiempo de la Empresa en el rubro,	a) 0 a 3 años	Razón
			b) 4 a 6 años	
			c) 7 a más años	
		Número de trabajadores	a) 1 a 5 Trabajadores	Razón
			b) 6 a 10 Trabajadores	
			c) 11 a más Trabajadores	
		Personas que trabajan en su Empresa	a) Familiares	Razón
			b) Personas no Familiares	
		Tipo de instrucción de la Empresa	a) SAC b) SRL c) EIRL	Nominal
		Objetivo de creación	a) Generar ganancia	Nominal
			b) Subsistencia	
		Ingresos anuales de la MYPE	a) Hasta s/. 20,000	Razón
			b) Mas de s/. 20,000 hasta s/. 40,000	
c) Mas de s/. 50,000				

Continúa

Variable	Definición de la variable	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición	
Atención al cliente para una Gestión de calidad	Atención al cliente abarca a todas las formas satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes y de la sociedad en general y por otro lado gestión de calidad que busca potenciar las aptitudes y actitudes necesarias para liderar y conducir el proceso de implementación en la Empresa. (Camisón, Cruz, & González, 2006)	Atención	a) Si	Nominal	
			b) No		
			c) No, tengo cierto conocimiento		
		Prioridad	a) Amabilidad		
			b) Tiempo de espera		
			c) Potajes de calidad		
			d) Ninguno		
		Capacitación	a) Cada 3 meses		
			b) Cada 6 meses		
			c) Anualmente		
			d) No capacita		
		Técnicas de rendimiento	a) La observación		
			b) La evaluación		
			c) Escala de puntuaciones		
			d) evaluación de 360°		
		Posicionamiento	a) Si		
			b) No		
			c) A veces		
		Gestión	a) Si		Nominal
			b) No		
			c) Pocas veces		
		Eficiente	a) Si		
			b) No		
			c) A veces		
Control	a) Si				
	b) No				
	c) Pocas veces				
Objetivos	a) Si, ayuda a alcanzar				
	b) A veces				
	c) No				

4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La técnica que se utilizó en el presente trabajo de investigación fue la encuesta de tipo personal y el instrumento fue el cuestionario con preguntas cerradas y estructuradas.

Para realizar el presente trabajo de investigación se recurrió a las técnicas e instrumentos siguientes.

Técnica:

Es el recojo de la información de campo que se utilizó en la presente investigación fue la encuesta, la cual se escogió porque permitió obtener información mediante el contacto directo de los elementos en muestra, la cual se aplicó al representante legal de la empresa restaurante chifa Maylee en Pillco Marca, Huánuco.

Instrumentos:

Que se encuentra en la presente investigación fue el cuestionario la cual es estructurada a través de las 20 preguntas, con preguntas cortas y/o múltiple las cuales están formulado directamente al representante legal de la empresa restaurante chifa Maylee dedicados a brindar servicio al cliente

4.5. Plan de análisis

Una vez realizado el trabajo de campo, en el presente estudio, los datos obtenidos después de la aplicación del cuestionario al representante legal del restaurante chifa Maylee, Pillco Marca, Huánuco, se utilizó los resultados, a

través de la técnica la encuesta, que fue procesados por herramienta básica Microsoft Office para la elaboración y transcripción de la investigación, y para procesar los datos se tabuló en la hoja de cálculo Microsoft Excel es presentada en tablas y figuras estadísticas, finalmente, después del procesamiento de la información se procedió a realizar el análisis descriptivo, porque solo se describirá las características más importante de la variable, empleando el programa básica Word en lo cual también se utilizó el programa PDF para la presentación final de la investigación y para la elaboración y presentación en las diapositivas se utilizó el programa Microsoft Power Point y ser utilizadas en la ponencia final de la investigación.

4.6. Matriz de consistencia

PROPUESTA DE MEJORA EN ATENCIÓN AL CLIENTE PARA UNA GESTIÓN DE CALIDAD EN LA MICRO EMPRESA RESTAURANTE CHIFA “MAYLEE” SAC, PILLCO MARCA, HUÁNUCO, 2021.

ENUNCIADO DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLE	METODOLOGÍA			
			POBLACIÓN Y MUESTRA	METODO	TÉCNICA E INSTRUMENTO	PLAN DE ANALISIS
<p>EP: ¿Cuáles son las características en atención al cliente y como se podría mejorar para una gestión de calidad en la micro empresa restaurante chifa “Maylee” SAC, Pillco Marca, Huánuco, 2021?</p>	<p>OG: Determinar las características en atención al cliente y como se podría mejorar para una gestión de calidad en la micro empresa restaurante chifa “Maylee” SAC, Pillco Marca, Huánuco, 2021.</p>	<p>Atención al cliente para una gestión de calidad. Actitudes de todo el personal que labora en el negocio, así mismo se orienta principalmente hacia el cliente, teniendo como prioridad satisfacer sus necesidades.</p>	<p>La unidad de análisis del presente investigación según la conformación de una micro empresa restaurante chifa MAYLEE, Pillco Marca, Huánuco.</p>	<p>Para la elaboración del presente investigación se utilizó el diseño no experimental estudio descriptivo de corte transversal.</p>	<p>Para realizar el presente investigación se utilizó las técnicas e instrumentos siguientes.</p>	<p>Para analizar y elaborar del presente investigación se utilizó para la transcripción el Microsoft office Word, para la tabulación Microsoft office Excel, y el programa PDF para la presentación final de la investigación y por último programa Power Point para la elaboración de ponencia de la investigación.</p>
	<p>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</p>					
	<p>OE1: Definir las características del representante de la micro empresa restaurante chifa “Maylee” SAC, Pillco Marca, Huánuco, 2021.</p>		<p>La población está conformado por una micro empresa restaurante chifa MAYLEE, Pillco Marca, Huánuco, 2021</p>	<p>No Experimental: Porque se estudió conforme a la realidad.</p>	<p>Técnica: Encuesta</p>	
<p>OE2: Nombrar las características de la micro empresa restaurante chifa</p>						

	<p>“Maylee” SAC, Pillco Marca, Huánuco, 2021.</p>					
	<p>OE3: Describir las características en atención al cliente para una gestión de calidad en la micro empresa restaurante chifa “Maylee” SAC, Pillco Marca, Huánuco, 2021.</p>			<p>Descriptivo: Porque solamente se describió las características más importantes de la variable.</p>		
	<p>OE4: Elaborar una propuesta de mejora en atención al cliente para una gestión de calidad en la micro empresa restaurante chifa “Maylee” SAC, Pillco Marca, Huánuco, 2021.</p>		<p>Muestra: Se utilizó una muestra 100% de la micro empresa, la investigación se elaboró con la colaboración del representante que accedió a facilitar la información solicitada.</p>	<p>Transversal: Porque tuvo un tiempo determinado en la cual contempla un inicio y un fin.</p>	<p>Instrumento: Cuestionario</p>	

4.7. Principios éticos

El presente trabajo de investigación titulado. Propuesta de mejora en atención al cliente para una gestión de calidad en la micro empresa restaurante chifa “Maylee” SAC, Pillco Marca, Huánuco, 2021. Se desarrolló, de manera responsable con los principios éticos de cuerdo a la política de la universidad, la investigación no tiene ningún impacto negativo sobre la sociedad, muy por el contrario, la beneficiará, siendo variable su ejecución en beneficio de la micro empresa bajo los principios éticos de confidencialidad y respeto a la persona humana, teniendo en cuenta los siguientes principios éticos que se detalla a continuación.

Protección a las personas: la investigación se desarrolló de manera responsable ya que la información recolectada fue estrictamente para fines académicos.

Libre participación y derecho a estar informado; la información solicitada al representante de la micro empresa, restaurante chifa de Pillco Marca, Huánuco. Fue de uso académico si se respetó la autorización del representante, al encuestar se le comunico el fin de dicho acto y se presentó consentimiento informado.

Cuidado del medio ambiente y la biodiversidad: para el proceso de la realización el trabajo de investigación se utilizó las encuestas y material informativo para la evaluación por parte del asesor para ello se utilizó hojas de reciclajes.

Beneficencia: Se refiere a que se cumplió con el fundamento de no perjudicar la decencia del representante de la micro empresa sector servicio rubro restaurante chifa se realizó de forma ordenada, considerando el tiempo y el lugar adecuado respetando cada opinión con ética de maximizar el beneficio y minimizar el daño.

El protocolo y el consentimiento informado y cualquier modificación subsecuente es revisado y aprobado por el Comité Institucional de Ética en Investigación (CIEI) de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote con respecto a su contenido científico y cumplimiento relacionados a investigación en seres humanos. Después de la aprobación ética, el protocolo y formatos serán revisados en caso de enmiendas al protocolo, o a actividades relacionadas al desarrollo de la investigación.

No maleficencia: En nuestro estudio el participante no representa ningún riesgo en la integridad física o mental.

Justicia: Se refiere a la información solicitada al representante de la micro empresa rubro restaurante chifa, de plasmó de acuerdo tal cual fue su aportación con lo que se considera moralmente correcto y apropiado, respetando la verdad de la información que se tuvo un trato justo durante toda la colaboración con la elección justa del participante.

Integridad científica; alude al correcto procedimiento de práctica de la ciencia y controla honestidad, transparencia justicia y responsabilidad.

V. RESULTADOS

5.1. Resultados

Tabla 1

Principales características de los representantes de la micro empresa Restaurante chifa Maylee SAC, Pillco Marca, Huánuco, 2021.

Datos Generales	N	%
Edad		
De 18 a 30 años	0	0.00 %
De 31 a 50 años	1	100.00 %
De 51 a más años	0	0.00 %
Total	1	100.00 %
Género		
Femenino	0	0.00 %
Masculino	1	100.00 %
Total	1	100.00 %
Grado de instrucción		
Sin Instrucción	0	0.00 %
Primaria	0	0.00 %
Secundaria	0	0.00 %
Superior no universitario	1	100.00 %
Superior universitario	0	0.00 %
Total	1	100.00 %
Cargo que desempeña		
Propietario	1	100.00 %
Administrador	0	0.00 %
Total	1	100.00 %
Tiempo que desempeña en Cargo		
De 0 a 3 años	0	0.00 %
De 4 a 6 años	1	100.00 %
De 7 a más años	0	0.00 %
Total	1	100.00 %

Fuente: Cuestionario aplicado al representante de la micro Empresa Restaurante Chifa MAYLEE SAC, Pillco Marca, Huánuco, 2021.

Tabla 2

Características de la micro empresa Restaurante chifa Maylee SAC, Pillco Marca, Huánuco, 2021.

De la Empresa	N	%
Tiempo de la Empresa en el rubro		
De 0 a 3 años	0	0.00 %
De 4 a 6 años	1	100.00 %
De 7 años a mas	0	0.00 %
Total	1	100.00 %
Número de Trabajadores		
De 1 a 5 trabajadores	0	0.00 %
De 6 a 10 trabajadores	1	100.00 %
De 11 a mas trabajadores	0	0.00 %
Total	1	100.00 %
Personas que trabajan en su Empresa		
Familiares	0	0.00 %
No familiares	1	100.00 %
Total	1	100.00 %
Tipo de instrucción de la Empresa		
SAC	1	100.00 %
SRL	0	0.00 %
IERL	0	0.00 %
Total	1	100.00 %
Objetivo de la creación		
Generar ganancia	1	100.00 %
Subsistencia	0	0.00 %
Total	1	100.00 %
Ingresos anuales de la mype.		
Hasta 20,000.00	0	0.00 %
Más de 20,000.00 hasta 40,000.00	0	0.00 %
Más de 50,000.00	1	100.00 %
Total	1	100.00 %

Fuente: Cuestionario aplicado al representante de la micro Empresa Restaurante Chifa MAYLEE SAC, Pillco Marca, Huánuco, 2021.

Tabla 3

En relación a las principales características en atención al cliente para una gestión de calidad en la micro empresa, restaurante chifa Maylee SAC, Pillco Marca, Huánuco, 2021.

Atención al cliente para una gestión de calidad	N	%
Conocimiento sobre atención al cliente		
Si	1	100.00 %
No	0	0.00 %
No, tengo cierto conocimiento	0	0.00 %
Total	1	100.00 %
Prioridades ante sus clientes		
Amabilidad	0	0.00 %
Tiempo de espera	0	0.00 %
Potajes de calidad	0	0.00 %
Ninguna	1	100.00 %
Total	1	100.00 %
Tiempo de capacitación a los colaboradores		
Cada 3 meses	0	0.00 %
Cada 6 meses	0	0.00 %
Anualmente	0	0.00 %
No capacita	1	100.00 %
Total	1	100.00 %
Usando técnicas para medir el rendimiento de los personales		
La observación	1	100.00 %
La evaluación	0	0.00 %
Escala de puntuaciones	0	0.00 %
Evaluación de 360°	0	0.00 %
Total	1	100.00 %
La atención permite posicionamiento de la empresa		
Si	1	100.00 %
No	0	0.00 %
A veces	0	0.00 %

Total	1	100.00 %
Aplicando gestión de calidad en su empresa		
Si	0	0.00 %
No	0	0.00 %
Pocas veces	1	100.00 %
Total	1	100.00 %
Dirigiendo la eficiencia en la Empresa		
Si	0	0.00 %
No	0	0.00 %
A veces	1	100.00 %
Total	1	100.00 %
Realización del control de resultados, dentro de la Empresa		
Si	0	0.00 %
No	0	0.00 %
Pocas veces	1	100.00 %
Total	1	100.00 %
Ayudando alcanzar los objetivos con gestión de calidad		
Si, ayuda alcanzar metas	1	100.00 %
A veces	0	0.00 %
No	0	0.00 %
Total	1	100.00 %

Fuente: Cuestionario aplicado al representante de la micro Empresa Restaurante Chifa MAYLEE SAC, Pillco Marca, Huánuco, 2021.

Tabla 4

Propuesta de mejora en atención al cliente para una gestión de calidad en la micro empresa, restaurante chifa “Maylee” SAC, Pillco Marca, Huánuco, 2021.

Problema	Causa	Solución	Responsable
Prioridad que usa ante sus clientes El 100% no usa ninguna prioridad	Desconocimiento de las prioridades bajo el enfoque de gestión de calidad.	El propietario o representante implementa el uso de las prioridades como amabilidad para ello estar en contante asesoramiento sobre gestión de calidad en atención al cliente.	Propietario
Capacitación de los colaboradores El 100% no capacita a los colaboradores	Desinterés de las capacitaciones empresariales.	Realizar asesoramiento, talleres con profesionales conocedores del tema como técnicas audiovisuales, simulaciones en atención al cliente.	Propietario y Trabajadores
La aplicación de gestión de calidad en su empresa. El 100% pocas veces se aplica	Poco interés en la gestión de calidad	Ejecutar con la ayuda de un profesional que conoce sobre el base de cómo gestionar una exitosa empresa.	Propietario
Practicando la eficiencia con los reclamos de los clientes El 100% A veces práctica la eficiencia	Poco interés en practicar valores, honestidad, respeto y responsabilidad.	Ejecutar o utilizar técnicas en atención al cliente con la finalidad de mejorar la eficiencia empresarial.	Propietario
Control de resultados El 100% Pocas veces realiza el control de resultados	Falta de interés en hacer un inventario	Realizar un inventario para tener un resultado adecuado de ingresos diarios que tiene la empresa.	Propietario

Fuente: Propuesta de mejora, elaborado por la autora.

5.2. Análisis de resultados

Tabla 1

Referente a las principales características del representante de la micro empresa, restaurante chifa Maylee SAC, Pillco Marca, Huánuco, 2021.

Con respecto a la edad del representante de la micro empresa, restaurante chifa “Maylee” el 100% que tiene la edad de 31 a 50 años (Tabla 1), esto coincide con Samanez (2019) quien determina que el 64% de los representantes tienen la edad de 31 a 50 años. Esto representa que la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes del Distrito de Sayan Provincia de Huaura, están dirigidas por personas adultos, ya que son más responsables y cuentan con mucha experiencia para poder administrar o ser dueño de un negocio.

Referente al género del representante de la micro empresa, restaurante chifa “Maylee” el 100% es masculino (Tabla 1), esto coincide con los resultados de Samanez (2019) quien manifiesta que el 77% son de género masculino, esto resultado contrasta con de Perez (2020) quien obtuvo el 50% que son de género masculino. Esto representa que un gran porcentaje de los representantes de las micro empresas, ya que no hay perjuicio en género para medir el emprendimiento del sector servicio rubro restaurantes de Distrito de Sayan, Provincia de Huara y restaurante campestres en la zona de campiña de Distrito de Chimbote, Provincia de Santa Ana.

Referente al grado de instrucción del representante de la micro empresa, restaurante chifa “Maylee” el 100% de grado superior no universitario (Tabla 1), esto contrasta con los resultados de Perez (2020) quien menciona que el 75% tienen el grado de instrucción

secundaria; esto demuestra que la gran mayoría de los representantes de las micro empresas, tienen el grado de instrucción con secundaria completa dando a entender que no es impedimento para emprender un negocio, solo es tener el esmero, las suficientes capacidades y trabajar con empeño para poder lograr a lo que quiere llegar, los estudios superiores no es todo para emprender un negocio.

Con relación al cargo que desempeña el representante de la micro empresa, restaurante chifa “Maylee” el 100% es dueño (Tabla 1), este resultado contrasta con de Perez (2020) quien indica que el 50% de los encuestados son propietarios de sus negocios, esto demuestra que en su gran mayoría son dueños de los Mypes y así mismo ellos desempeñan también administrador para dar un valor agregado a la micro empresa, dando mucha dedicación y experiencia a sus negocios.

Referente el tiempo que desempeña en cargo el representante de la micro empresa, Chifa “Maylee” el 100% tiene el tiempo que trabaja de 4 a 6 años (Tabla 1), este resultado contrasta con de Salvador (2021) quien manifiesta que el 20% de los encuestados llevan desempeñando el cargo de 4 a 6 años, desarrollando sus actividades, esto indica que los empresarios que ya van iniciando su labor de los años anteriores y se ve que el inicio de los negocios no son recientes en este sector servicio rubro restaurantes de la urbanización los Aprovechos del Distrito de Pillco Marca, Huánuco.

Tabla 2

Características de la micro empresa, restaurante chifa Maylee SAC, Pillco Marca, Huánuco, 2021.

El tiempo que la empresa permanece en el mercado, el 100% lleva permaneciendo de 4 a 6 años (Tabla 2), estos resultados contrastan con lo de Samanez (2019) quien hace mención el 54% de los encuestados dicen que el negocio permanece en el mercado de 4 a 6 años que se dedican a este rubro empresarial demostrando su esfuerzo y perseverancia de permanecer en el mercado y así ser más conocido para cumplir sus metas empresariales.

El número de trabajadores de la micro empresa, el 100% cuenta de 6 a 10 trabajadores (Tabla 2), estos resultados coinciden con de Samanez (2019) quien manifiesta que el 50% de los encuestados tienen de 6 a 10 colaboradores, del mismo modo estos resultados contrastan con de Salvador (2021) quien obtuvo el 30% de los encuestados tienen de 6 a 10 trabajadores para la efectividad de labores, constituyendo en su gran mayoría como persona natural de este sector servicio, rubro restaurantes del Distrito de Sayan, Provincia de Huaura y de la urbanización los aprovig, Distrito de Pillco Marca, de la ciudad de Huánuco.

Al respecto de las personas que trabajan en su empresa, el 100% son no familiares (Tabla 2), este resultado coincide con de Perez (2020) quien menciona el 75% de los encuestados son no familiares que trabajan en este rubro de restaurante chifa para poder lograr con objetivos y metas, pues por ello tienden ser más asertivos y motivadoras, con nuevas ideas, para la estrategia empresarial.

El tipo de la constitución de la micro empresa, el 100% es SAC (Tabla 2) estos resultados contrastan con de Salvador (2021) quien menciona que el 30% de los empresarios tienen con

la constitución de Sociedad Anónima Cerrada (SAC), a efecto de tener mayores beneficios porque ya no pueden hacer otro socio sino ya permanecen con lo que se creó el negocio.

El objetivo de la creación de la micro empresa, el 100% es generar ganancias (Tabla 2), estos resultados coinciden con de Salvador (2021) manifiesta que el 70% de los encuestados dicen que se crearon para generar ganancias, y así mismo coincide con el resultado de Perez (2020) quien indica que el 62% se crearon con generar ganancias, ambos resultados están en coherencia con todos los fundamentos de la micro empresa, de este tipo que es generalmente generar ingresos para ser competitivos en el mundo empresarial y así ganar en mercado mucha experiencia y resultados positivos.

En relación al ingreso anual de la micro empresa, restaurante chifa “Maylee” el 100% que genera más de 50 000.00 anualmente (Tabla 2), estos resultaos confirman los conceptos de la reglamentación de la micro empresa, en el Perú de las cuales no deben superar un mayor limite en las ventas anuales, la mayoría de las micro empresas, tienen su ingreso dentro del considerado por las Mypes, repercutiendo que desean generar ganancias, reflejando que el personal tiene desenvolvimiento e iniciativa para más ingresos económicos dentro de la organización.

Tabla 3

En relación a las principales características en atención al cliente para una gestión de calidad en la micro empresa, restaurante chifa Maylee SAC, Pillco Marca, Huánuco, 2021.

Conoce el termino atención al cliente, el 100% manifiesta que, si conoce sobre atención al cliente, (Tabla 3) estos resultados contrastan con los Reyes y Santiago (2020) quien sostiene el 78% conoce sobre la atención al cliente, sin embargo, las micro y pequeñas empresas del sector servicio y rubro restaurante aun todavía cuentan con desconocer sobre atención al cliente en Fast Food Lookcos en la ciudad de Huánuco.

Qué tipo de prioridad usa ante sus clientes para gestionar atención de calidad, el 100% no usa ningún tipo de prioridad (Tabla 3), este resultado contrasta con de Samanez (2019) que el 53% no usa ningún tipo de prioridad para tener mas clientes de la misma manera aquí vemos que se debe indicar las prioridades como los precios justos, atender con amabilidad para no fidelizar clientes, pues esto nos permite a mejor el sondeo de mercado para lograr lo los objetivos empresariales mediante gestión de calidad.

Cada que tiempo capacita a los colaboradores; el 100% dice que los colaboradores no se capacitan, (Tabla 3) estos resultados coinciden con de Samanez (2019) que el 53% de los encuestados manifiesta que no capacitan a los personales del sector servicio rubro restaurantes; esto representa que la gran mayoría de las micro empresas, propician tener sin capacitación a sus personales sin embargo esto puede llevar a la quiebra a la empresa para poder tener una atención de calidad.

Las técnicas que se usa para medir el rendimiento del personal; el 100% indica que usa la técnica de observación que ello le ayuda ver con el rendimiento (Tabla 3) estos resultados coinciden con los de Perez (2020) que el 100% de los encuestados hacen mención que la técnica de observación es usado para medir el rendimiento de los personales; esto demuestra que los micro empresas, sector servicio rubro restaurantes en la ciudad de Huánuco propician tener mayor seguridad y realizar con las actividades dentro de la organización.

La atención que brinda a los clientes permite el posicionamiento de la micro empresa, el 100% manifiesta que si es adecuado el posicionamiento para que brinda atención de calidad a los clientes (Tabla 3) estos resultados contrastan con los de Orejuela (2017) que el 53% indican que el lugar es agradable para una Mype de sector servicio rubro restaurante, esto indica que los restaurantes de la ciudad de Huánuco pues están en un lugar viable haya clientes, genera buena rentabilidad, pues esto indica que la empresa está posicionado y/o ubicado en un lugar establecido para poder generar con los ingresos económicos.

La empresa está aplicando una gestión de calidad; el 100% hace mención que pocas veces aplica gestión de calidad (Tabla 3) estos resultados contrastan con los de Perez (2020) que el 50% de los encuestados dicen que si aplica gestión de calidad y el 50% manifiesta que no aplica gestión de calidad; esto indica que los restaurantes en la ciudad de Huánuco están luchando por aplicar una gestión de calidad para tener mayor logro de brindar servicios de seguridad a los clientes.

La empresa es eficiente con las dificultades de los clientes; el 100% indica que a veces es eficiente y brinda sus reclamos de los clientes (Tabla 3) este resultado nos hace mención que si la micro empresa continua que a veces es eficiente puede perder sus clientes, bajo el tal sentido la empresa siempre tiene que solucionar a los problemas de clientes con nuevas ideas

y propósitos y por tanto la micro empresa de ciudad de Huánuco sector servicio rubro restaurante debe cambiar con eficiencia para ser competitivos dentro del mercado.

En relación a la que realiza el control de resultados dentro de su empresa el 100% de la muestra indica que pocas veces realiza el control de resultados (Tabla 3) esto es demasiado fuerte dentro de la empresa siempre debe de haber un resultado continuo para poder ver cuanto a diario gana y cuanto a diario hace gasto si no lleva el control no permite tener un buen manejo de control de resultados del restaurante y así no puede verificar canto es la ganancia diaria de la Mype.

La gestión de calidad ayuda alcanzar objetivos y metas de la organización; el 1005 de la muestra indica que si ayuda alcanzar con los objetivos (Tabla 3) estos resultados coinciden con los de Padilla (2018) que el 68% manifiestan que si ayuda la gestión de calidad a encontrar objetivos y metas; por tanto, esto indica la gestión de calidad es de gran útil para poder mejorar con los mypes dentro de la organización cumpliendo con generar gestión empresarial.

Propuesta de mejora

1. Datos generales

Nombre o Razón social: Restaurante Chifa “Maylee”

Giro de la Empresa: Alimentos de comida china.

Ubicación: Av. Universitaria, Pillco Marca, Huánuco.

Nombre del Representante: Rojas Lopez, Melendes

Historia:

Los restaurantes inician su labor desde la época muy antigüedad, la finalidad de brindar un servicio de alimentación a la población de los establecimientos de la cada ciudad; en cuanto a los restaurantes chifa que provienen de china, se refiere a un restaurante que prepara platos de origen chinos con preparación de las variedades de distintos platos típicos de china, que además de ellos brindan servicio hacia los clientes. En tal sentido el restaurante chifa Maylee está ubicado en la Av. Universitaria Distrito de Pillco Marca, Huánuco, es una (01) micro empresa que se dedica a brindar y satisfacer las necesidades de los clientes.

2. Misión

Brindamos comodidad y satisfacción a las necesidades de los clientes, ofreciendo platos típicos de origen china y brindando atención de calidad a sus clientes y visitantes, para que degusten el paladar como en casa, a través de la permanente innovación, para nuestros consumidores y ser un ambiente adecuado que permite el desarrollo de los personales en equipo con valores, respeto y empatía.

3. Visión

Ser reconocido y líder como mejor restaurante chifa, en la región compitiendo con los grandes restaurantes, brindando las mejores opciones de alimento sobre todo natural, los comensales y oportunidades trabajo a la sociedad.

4. Objetivos empresariales

Restaurante chifa es el establecimiento de carácter público para su atención en general de la sociedad, por tanto, dedicados a ofrecer platos o alimentos naturales a base de verduras frescas y de igual forma brinda servicio a la ciudadanía, garantizando un excelente servicio y satisfaciendo plenamente el paladar de sus consumidores, por ende, contamos con los siguientes objetivos empresariales.

- ✚ Brindar con una buena excelente y amabilidad atención a los clientes.
- ✚ Lograr fidelizar a los clientes.
- ✚ Incrementar a captar clientes nuevos con nuevas estrategias de acuerdo el avance tecnológico.
- ✚ Innovar en cuanto a los patillos con diferentes variedades.
- ✚ Incrementar la rentabilidad de la micro empresa.
- ✚ Generar puesto de trabajo para la sociedad.
- ✚ Capacitar constantemente a los colaboradores.

5. Producto y/o Servicios

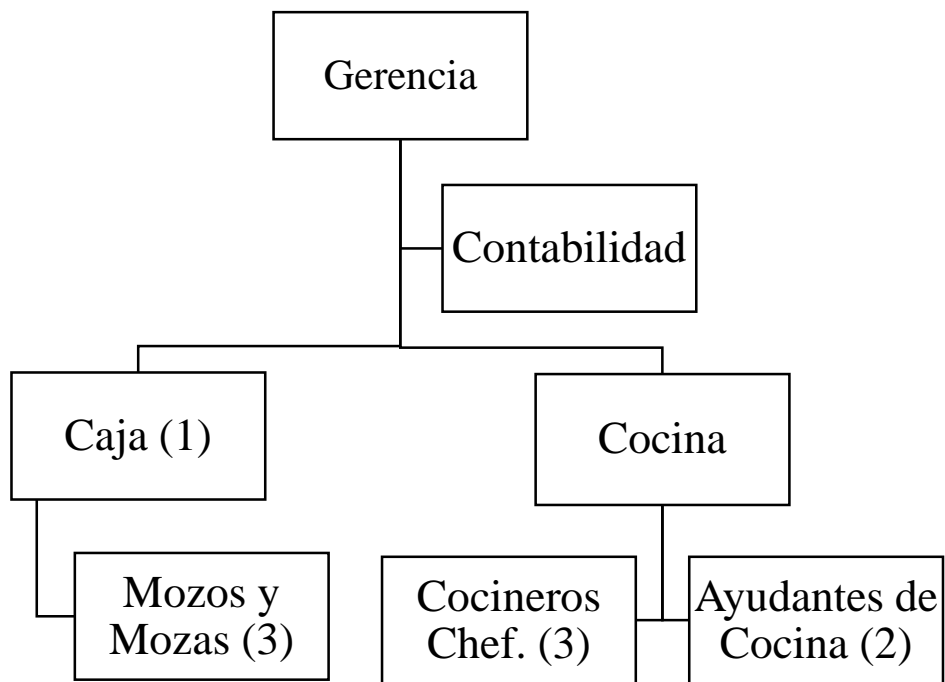
Nuestros productos: Platos típicos de origen china, tenemos como:

Arroz chaufa, aeropuerto, combinados, tallarín saltado, kam lu wantan, chicharron de pollo, pollo chi jau kay, pollo ti pa kay, taypa especial, pollo con tamarindo, en sopas

tenemos: sopa wantan, sopa de pollo con verduras, sopa de kion, sopa fuchifu, sopa pac po y en bebidas tenemos: te jazmín, pisco sour chino,

Todos los platillos mencionados encontramos en el restaurante chifa Maylee y también contamos con una aplicación que permite hacer pedidos a delivery.

6. Organigrama de la empresa.



Fuente: Elaboración propia.

6.1. Descripción de funciones.

Cargo	Gerencia
Perfil	Licenciado en administración de empresas. Administración turística y gastronomía a fines.
	Con experiencia y conocimiento en el rubro.
Funciones	Su función es planificar, organizar, dirigir, controlar y asegurar el crecimiento de la micro empresa además controlar los personales durante su labor.

Cargo	Contador
Perfil	Estudios universitarios y/o técnicos
	Experiencia en labores contables
Funciones	Su función es la parte contable y situación financiera de la micro empresa, los gastos y ingresos, como los pagos y cobros pendientes de la empresa.

Cargo	Caja
Perfil	tener la habilidad de adaptarse a todo lo que se le asigne
	Tener facilidad de palabra para atender a los clientes.
	Tener experiencia de un (1) año.
Funciones	Recepción, entrega y custodia dinero en efectivo, cheque, Boucher, giros y otros documentos de valor.
	Emitir facturas y boletas.
	Recaudación de ingresos.

Cargo	Mozas y mozos
Perfil	Tener experiencia en atención al cliente.
	Tener facilidad de palabra para explicar de lo que ofrece el restaurante.
	Tener experiencia de un (1) de mozo o azafata
Funciones	Mostrar la cartilla de sus platillos
	Tomar pedido de los clientes

	Entregar los pedidos de bebidas o alimentos al chef.
	Llevar las charrolas con platillos a las mesas.
	Recoger los utensilios sucios de la mesa.
	Limpiar las mesas una vez que los comensales se hayan retirado.

Cargo	Cocineros o chef.
Perfil	Conocedor de la preparación de alimentos
	Ser creativo para innovar nuevos platillos
	Tener estudio técnico en el arte culinario, gastronomía.
	Tener experiencia mínima de 2 años
Funciones	Recepcionar los pedidos de los mozos (as).
	Preparar los diversos platillos que el restaurante ofrezca.
	Servir los platillos.
	Entregar el pedido a los mozos (as).

Cargo	Ayudantes de cocina
Perfil	Tener conocimiento en el rubro gastronómico
	Ser atento, hábil y capacidad para trabajar bajo presión y trabajar en equipo.
	Tener certificación en el arte culinario.
	Tener experiencia mínima de un año.
Funciones	Preparar los platos para que los cocineros sirvan el alimento.
	Picar, lavar y ordenar las verduras, carnes y más insumos.
	Medir y mezclar ingredientes.
	Sustituir al chef, cuando este no se encuentre.

6.2. Diagnostico Empresarial.

ANÁLISIS FODA	Oportunidades	Amenazas
		<p>O1: Crecimiento de los restaurantes chifa en nuestra Región.</p> <p>O2: Crecimiento económico en el país.</p> <p>O3: Nuevos avances tecnológicos.</p> <p>O4: Localización accesible para los clientes.</p>
Fortalezas	Estrategias F-O	Estrategias F-A
<p>F1: Calidad en la atención al cliente.</p> <p>F2: Personal especializado.</p> <p>F3: Instalaciones, ambiente limpio y amplio.</p> <p>F4: Llegar a ser reconocido fuera y dentro de nuestro país.</p>	<p>F1, O2: Fidelizar los clientes para mejorar la rentabilidad.</p> <p>F2, O2, O1: Aprovechar el desarrollo competitivo en el mercado.</p> <p>F2, O3: Desarrollar con tecnología y alternativas para un servicio de calidad.</p> <p>F4,O4: Incremento rentable, para el crecimiento empresarial.</p>	<p>F1, A3: Mejorar la calidad de atención para satisfacer a los clientes.</p> <p>F3, A2, A4: Comodidad y precios justos en un ambiente confortable.</p> <p>F4, A1: Implementación publicitaria.</p> <p>F2, A3: Capacitar personales para el logro de los objetivos.</p>
Debilidades	Estrategias D-O	Estrategias D-A
<p>D1: El control de resultados es deficiente.</p> <p>D2: El propietario no capacita a sus personales.</p> <p>D3: Pocas veces aplica una gestión de calidad en su empresa.</p> <p>D4: A veces es eficiente la empresa con los clientes.</p>	<p>D1, O3: Uso de las Tics para lograr resultados.</p> <p>D2, D3, O2, O3: Capacitar al personal en gestión de calidad.</p> <p>D4, Definir roles y tareas</p>	<p>D1, A4: Elaborar inventario para ser competitivo.</p> <p>D2,D3, A3: Invertir para la capacitación del personal sobre gestión de calidad.</p> <p>D4: Ofrecer promoción a fin de fidelizar clientes.</p>

7. Indicadores de buena gestión.

Indicadores	Evaluación de indicadores dentro de la micro empresa
Implementación de prioridades en atención al cliente	Lo que impide para la implementación de prioridades en atención al cliente es la falta de amabilidad, eficiente y confianza hacia sus consumidores.
Capacitación del personal	El personal que labora en la micro empresa no toma capacitación
Implementación de gestión de calidad	Lo que impide para implementar la gestión de calidad es la falta de interés y compromiso del representante y/o propietario
Llevar a la práctica la eficiencia	El propietario junto con sus personales a veces es eficiente y soluciona los problemas de los clientes
Tomar constantemente el control de resultados	Lo que impide es aplicar constantemente el control de resultados dentro de la empresa ya que veces toma el control de resultados
Nivel de ventas (ingresos económicos)	Los Niveles de ganancia son casi iguales que los años anteriores por falta de implementar estrategias de venta

8. Problemas.

Indicadores	Problema	Surgimiento del problema
Implementación de prioridades en atención al cliente	No usa la técnica de prioridades	El desinterés y la irresponsabilidad del representante con la empresa, ya que tienen otras prioridades en otras actividades del negocio.
Capacitación del personal	No aplica capacitación	Por el escaso presupuesto que tiene la empresa para poder contratar un técnico, asesoramiento y realizar talleres
Implementación de gestión de calidad	Falta de interés en aprender, capacitarse y tomar talleres al representante	Esto se da porque el representante lleva a cargo sin tener conocimiento de como dirigir una empresa.
Llevar a la práctica la eficiencia	Se encuentra deficiente	Se debe a que el representante no plantea estrategias y no hay trabajo en equipo para resolver reclamo del cliente
Tomar constantemente el control de resultados	No evalúa los resultados	El representante desconoce las técnicas de control para determinar de acuerdo al avance tecnológico
Nivel de ventas (ingresos económicos)	Se encuentra igual que los años anteriores	No cuenta con innovación, presentación y atención al cliente en el restaurante chifa

9. Establecer soluciones.

9.1. Establecer acciones.

Indicadores	Problema	Acción de mejora
Implementación de prioridades en atención al cliente	No usa la técnica de prioridades	Implementar prioridades, estrategias para estar siempre en la mente del consumidor
Capacitación del personal	No aplica capacitación	Realizar un plan presupuestario Especifico para la capacitación y contratar un especialista en atención al cliente y gestión de calidad para lograr con el objetivo
Implementación de gestión de calidad	Falta de interés en aprender, capacitarse y tomar talleres al representante	Incorporar a todos los colaboradores y contribuir a cada miembro a cumplir sus funciones para realizar una correcta gestión de calidad y obtener mayor productividad
Llevar a la práctica la eficiencia	Se encuentra deficiente	Estar en constante asesoramiento y motivar para lograr solucionar a cualquier tipo de problemas del consumidor
Tomar constantemente el control de resultados	No evalúa los resultados	Invertir en sistemas de tecnología para que nos permite tener en control de ingresos y egresos
Nivel de ventas (ingresos económicos)	Se encuentra igual que los años anteriores	Realizar el estudio de mercado para la implementación de nuevas estrategias y generar mas ingreso económico

9.2. Estrategias que desean implementar.

Nº	Acciones de mejora a llevar a cabo	Dificultad	Plazo	Impacto	Priorización
1	Implementar prioridades, estrategias para estar siempre en la mente del consumidor	Falta de interés y innovación por parte del representante	3 meses	Excelente implementación con la técnica de prioridades	Elaborar y ejecutar el plan para mejorar la imagen de la empresa.
2	Realizar un plan presupuestario Especifico para la capacitación y contratar un especialista en	Escaso presupuesto para la inversión de capacitaciones	4 meses	Servicio increíble al cliente es cuando se logra capacitar al personal,	Elaborar y llevar a ejecución el plan de presupuesto

	atención al cliente y gestión de calidad para lograr con el objetivo			cliente que se trata bien regresa con más clientes.	de capacitación.
3	Incorporar a todos los colaboradores y contribuir a cada miembro a cumplir sus funciones para realizar una correcta gestión de calidad y obtener mayor productividad	Falta de compromiso de todos los integrantes de la empresa	2 meses	Excelente servicio al cliente dando por hecho una fidelización automática	Programar y realizar reuniones laborales para saber cómo estamos manejando la gestión de calidad.
4	Estar en constante asesoramiento y motivar para lograr solucionar a cualquier tipo de problemas del consumidor	Falta de constante evaluación y asesoramiento del personal	6 meses	Obtener una gran número de clientes y brindar la satisfacción al cliente	Comunicación y confianza entre empleado y empleador.
5	Invertir en sistemas de tecnología para que nos permite tener en control de ingresos y egresos	Escaso presupuesto para invertir en tecnologías modernas	8 meses	Tener moderna tecnología para la rápida control de resultados	Asignar a un personal que sepa el manejo tecnologías y ofimática
6	Realizar el estudio de mercado para la implementación de nuevas estrategias y generar más ingreso económico	Falta de confianza de los trabajadores y representante	1 año	Lograr con tener trabajadores productivo y mejora de la rentabilidad económica	Planificar reuniones

9.3. Recursos para la implementación de estrategias.

Humanos

Tecnológicos

Económicos

Esquematizar las estrategias

Establecer acciones

Estrategias

Humanos

N°	Estrategias	Recursos Humanos	Recursos Económicos	Recurso Tecnológico	Tiempo
1	Implementar prioridades para estar en la mente del consumidor	Personal Representante	S/. 500.00	Computadora Materiales Software	Bimestral
2	Realizar plan de presupuesto para la capacitación de los colaboradores	Asesoría	S/. 400.00	Computadora proyector multimedia	Trimestral
3	Incorporar a todos los miembros de la empresa para cumplir funciones para la correcta gestión de calidad	Personal Representante	S/. 200.00	Tiempo	5 días
4	Solucionar a cualquier tipo de problema de los clientes	Personal	S/. 150.00	Software	1 mes
5	Invertir en sistemas de tecnología para que nos permite tener en control de ingresos y egresos	Representante	S/. 800.00	Computadora Tarjeteros Software	1 año
6	Realizar el estudio de mercado para la implementación de nuevas estrategias y generar más ingreso económico	Representante	S/. 250.00	Local Material Tiempo	Semestral

VI. CONCLUSIONES

La totalidad del representante de la micro empresa tiene la edad del 31 a 50 años, por tanto, demuestra que es responsable, tiene experiencia y capacidad para su desarrollo empresarial, es de género masculino, por lo cual no hay distinción para dirigir una empresa, el grado de instrucción es superior no universitario, demostrando no es un obstáculo para emprender, es dueño de su negocio, de 4 a 6 años viene laborando en el mercado, tomando esfuerzo y lucha para permanecer activo en el mercado.

La totalidad de la micro empresa tiene de 4 a 6 años en el rubro, cuenta de 6 a 10 personales, demostrando su capacidad y empeño laboral, vienen trabajando no familiares, para evitar críticas y lograr con tener una visión pragmática y asociada a la necesidad, está constituida por sociedad anónima cerrada (SAC), dando a conocer que el propietario tiene a su disposición los patrimonios de la empresa, su objetivo de la creación es generar ganancias, afirma que es de gran importancia para el crecimiento económico y su ingresos anuales de S/. 50,000.00, esto refleja al empeño, dedicación y trabajo en equipo del propietario junto a sus colaboradores.

La totalidad tiene conocimiento sobre atención al cliente, no usa ninguna prioridad ante sus clientes, esto obstaculiza el manejo adecuado hacia sus clientes, no brinda ningún tipo de capacitación a los colaboradores, esto afirma que no tiene una persona asignada para brindar satisfacción al cliente, la técnica que usa para medir el rendimiento de sus personales es la observación, el posicionamiento de la empresa permite tener clientela y fidelizar clientes, a veces aplica la gestión de calidad, esto demuestra el poco interés y desconocimiento sobre planificación, dirección y control en la organización, a veces es eficiente con dar por solución a reclamo de los clientes, a veces se realiza el control de resultados, esto indica que no tiene

mucho conocimiento sobre avances tecnológicos y ayuda a alcanzar sus objetivos y metas la aplicación de gestión de calidad.

Se elaboró una propuesta de mejora teniendo en cuenta los resultados obtenidos de la investigación mediante el análisis FODA se encontró los problemas por lo cual se planteó estrategias para dar posibles soluciones para el logro de objetivos empresariales.

Aspectos complementarios

Recomendaciones:

Aplicar una gestión de calidad para obtener la excelencia en atención al cliente, lo cual contribuye a mejorar los servicios que ofrece optimizar recursos, que esto lo ayudara a conocer la importancia de la planificación, dirección, organización y control para tomar decisiones con la finalidad de lograr beneficio de la micro empresa, obteniendo preparación o capacitación enfocados en temas mencionados de acuerdo a los avances tecnológicos, esto permitirá a brindar un servicio de calidad con productos y insumos frescos logrando la competitividad satisfactoria a los consumidores generando una cultura de calidad en la organización.

Realizar un plan de capacitación para instruir a sus personales, buscando que el talento humano reconozca y aplica lo aprendido sobre atención al público, en tema de atención al usuario, seguridad, salud y eficiencia en el trabajo, esto permitirá medir la satisfacción del cliente que ofrece brindar un servicio increíble la micro empresa permitiendo la fidelización de los clientes y/o posibles clientes.

Planificar y organizar a la micro empresa para que pueda llevar contantemente el control de resultados y adaptarse con la actualización de las tecnologías y diferenciarse a la competencia con los cambios del mercado, esto permitirá saber las ganancias diarias que obtiene la empresa y así mismo verificar mediante el resultado los ingresos y egresos, pues esto conlleva a tener con un orden para la compañía y teniendo mejores ganancias para la empresa.

Aplicar y poner en práctica el uso de la propuesta de mejora que fue elaborada teniendo en cuenta a los resultados de la investigación y esto es una ayuda para detectar la problemática

del negocio, tener en convencimiento de que las estrategias planteadas mejora los posibles problemas liderando con el trabajo en equipo y la comprensión que tiene que plantearse haciendo que las debilidades conviertan en fortaleza para el logro de los objetivos empresariales en la micro empresa restaurante chifa “Maylee” SAC.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alvarez, M. (2009). Manual de la micro, pequeña y mediana empresa. *Desca/GTZ*, 34-38. Obtenido de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/2022/1/Manual_Micro_Pequena_Mediana_Empresa_es.pdf
- Camisón, C., Cruz, S., & González, T. (2006). *Gestión de la calidad conceptos enfoques modelos y sistemas*. Madrid: Pearson Prentice Hall. Obtenido de <https://porquenotecallas19.files.wordpress.com/2015/08/gestion-de-la-calidad.pdf>
- Escudero, S. J. (2011). *Gestión comercial y servicio de atención al cliente*. Madrid- España: Copyright. Obtenido de https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=EpsvChk941kC&oi=fnd&pg=PA1&dq=atencion+al+cliente+segun+autores+pdf&ots=6A_lrTneib&sig=JPAUSb5cia_tnvfuyP3MyUevs8k#v=onepage&q&f=false
- Henriquez, L. (2009). Políticas para las Mypes frente a la crisis. *Europeaid*, 84. Obtenido de https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/---sro-santiago/documents/publication/wcms_191351.pdf
- Hernández, S. (2014). *Metodología de la investigación*. Mexico: Mc Graw Hill. Obtenido de <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- INEI. (2019). las micro y pequeñas empresas en el peru. *comexperu*, 51. Obtenido de <https://www.comexperu.org.pe/upload/articles/reportes/reporte-mype-001.pdf>
- Irurita, A. J. (2012). sistemas de gestión de calidad. *Upna*, 9-11. Obtenido de <https://core.ac.uk/download/pdf/10851013.pdf>
- Ley 28015, p. y. (03 de Julio de 2003). Disposiciones generales. Perú, Perú: <https://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/normas/ley-28015.pdf>.
- LeyN°30056. (2 de 07 de 2013). Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial. Lima, Perú: <https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/ley-que-modifica-diversas-leyes-para-facilitar-la-inversion-ley-n-30056-956689-1/>.
- Martinez, L. (2018). Conceptos Basicos de servicio al cliente. *Uno*, 1-7. Obtenido de https://www.escolme.edu.co/almacenamiento/oei/tecnicos/servicio_cliente/contenido_u1.pdf
- Modesta, P. (2015). *La atención*. Barcelona: Oberta Uoc. Obtenido de <https://elibro.net/es/ereader/uladech/115904>
- Orejuela, G. S. (2017). Analisis de los niveles de calidad de atención al cliente y su insudencia en la satisfaccion de los turistas extranjeros, usuarios de los restarantes de la calle charles Binford, en santa cruz-Gálapagos. *Trabajo de titulacion para obtar el grado*

de titulo profesional mencion Hotelera. Universidad central de Ecuador, Ecuador-Galapagos. Obtenido de <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/10486/1/T-UCE-0017-H001-2017.pdf>

- Padilla, H. (2018). Mejora del servicio al cliente para la satisfacción de los usuarios en el "restaurant Nancy" del canton Guyaquil. *Proyecto para la obtencion de Titulo de tecnologia en administracion de empresas*. Instituto superior tecnologico bolivariano de tecnologia, Guayaquil-Ecuador. Obtenido de <https://repositorio.itb.edu.ec/bitstream/123456789/1119/1/PROYECTO%20DE%20GRADO%20DE%20PADILLA%20FRANCO.pdf>
- Palomo, M. (2014). *Atencion al cliente*. Madrid- España: Paraninfo SA. Obtenido de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=WWWgBwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT9&dq=atencion+al+cliente+segun+autores+pdf&ots=6387cgzMgP&sig=-q6RJHRfh4dA8fGUXnUCbLBh8xU#v=onepage&q&f=false>
- Peréz, D. (2020). Gestion de calidad bajo el enfoque en atencion al cliente y propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes campestres en la zona de campiña, distrito de chimbote, Provincia del santa, Año 2018. *Tesis para optar el Titulo profesional de licenciado en administracion*. Universidad Catolica los Angeles de chimbote, Chimbote-Peru. Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/22696/ATENCION_CALIDAD_PEREZ_RAMOS_DANIEL.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Perez, E. (2017). los 7 Principios de gestion de calidad en ISO 9001. *3 ciencias*, 1-9. Obtenido de <https://core.ac.uk/download/pdf/10851013.pdf>
- Polido, D. (2010). el exito de las Mypes en colombia. *Estudios gerenciales*, pp 77-96. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/212/21218572004.pdf>
- Ramos, R. (2014). *Atencion al cliente*. España-Madrid: ICB,S,L. Obtenido de <https://elibro.net/es/ereader/uladech/105612>
- Reyes, R., & Santiago, K. (2020). La calidad en la atencion del servicio y su relacion con la fidelidad de los clientes en el restaurante Fast food "lookcos" Huánuco 2019. *Tesis para optar el Titulo profesional de licenciado en Administracion*. Universidad nacional Hermilio Valdizan Huanuco, Huánuco-Perú. Obtenido de [file:///C:/Users/PC-01/Downloads/TAD00701R47%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/PC-01/Downloads/TAD00701R47%20(1).pdf)
- Salvador, S. (2021). Propuesta de mejora de atencion al cliente como factor relevante para la sostenibilidad de los emprendimientos en las mypes del sector servicio, rubro restaurantes de la urbanizacion los aprovig del distrito de pillco marca, Huanuco 2021. *Tesis para Optar el titulo profesional de licenciada en administracion*. Univerdidad Caltolica los angeles de chimbote-sede Huanuco, Huánuco- Perú. Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/22905/ATENCION_CLIENTE_SALVADOR_BOZA_SORAIDA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Samanez, L. (2019). *Gestion de calidad en atencion 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. Tesis para optar el Titulo profesional de Licenciado en Administracion.* Universidad Catolica los Angeles de chimbote, Chimbote- Perú. Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/11528/ATENCION_AL_CLIENTE_SAMANEZ_FERREBU_LUDWIN_EDGAR.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Santos, M. A. (2018). *Principios de calidad en las pequeñas empresas y medianas ecuatorianas. Espacios, 2-9.* Obtenido de <http://www.revistaespacios.com/a18v39n48/a18v39n48p22.pdf>
- SUNAT. (2019). *Las mypes en el peru. Comexperu, 3.* Obtenido de <https://www.comexperu.org.pe/upload/articles/reportes/reporte-mype-001.pdf>
- Tschohl, J. (2021). *Servicio al cliente el alma secreta de la empresa que alcanza la excelencia.* Guatemala: America Latina. Obtenido de https://www.servicequality.net/ftp/cap1_servcliente.pdf
- Udaondo, M. (2002). *Gestion de Calidad.* Madrid- España: Diaz de Santo S.A. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=hoRIEGdLGxIC&printsec=frontcover&d%20q=principios+de+la+gestion+de+calidad&hl=es-%20419&sa=X&ved=0ahUKEwjKwcvI1L3nAhWnwVkKHUlfCacQ6AEIMjAB#v=onepage&q=principios%20de%20la%20gestion%20de%20calidad&f=false>

ANEXOS

Anexo 1: Cronograma de actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																	
N°	Actividades	AÑO: 2021															
		Julio				Agosto				Setiembre				Octubre			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Elaboración del Proyecto.	X															
2	Revisión del proyecto por el Jurado de Investigación.		X														
3	Aprobación del proyecto por el Jurado de Investigación.			X													
4	Exposición del proyecto al Jurado o asesor de Investigación.				X												
5	Mejora del Marco teórico.					X											
6	Redacción de la revisión de la literatura.						X										
7	Elaboración del consentimiento informado.							X									
8	Ejecución de la metodología.								X								
9	Registro de proyecto en el MOIC.									X							
10	Resultados de la investigación.										X						
11	Conclusiones y recomendaciones.											X					
12	Redacción del pre informe de investigación.												X				
13	Redacción del informe final.													X			
14	Aprobación del informe final por el jurado de investigación.														X		
15	Presentación de ponencia.															X	
16	Cierre de taller.															X	

Anexo 2: Presupuesto

Presupuesto desembolsable (Estudiante)			
Categoría	Base.	% o Número	Total (S/.)
Suministros			
Papel Bond A-4 (500 hojas)	1	20	S/ 20.00
Fotocopias	0.10	500	S/ 50.00
Empastado	50.00	1	S/ 50.00
Lápiz	0.50	2.00	S/ 1.00
Lapiceros	0.50	6	S/ 3.00
Borrador	1.00	1	S/ 1.00
Impresiones	0.50	100	S/ 50.00
Cuaderno	14.00	1	S/ 14.00
USB	35.00	1	S/ 35.00
Servicios			
Matricula de taller	240.00	1	S/ 240.00
Pensión de taller	540.00	4	S/ 2,160.00
Uso del turnitin.	50.00	2	S/ 100.00
Taller curricular			
Sub total			S/ 2,724.00
Gastos de viaje			
Pasajes para recolectar información		80.00	S/ 80.00
Sub total			S/ 80.00
Total de presupuesto desembolsable			S/ 2,804.00
Presupuesto no desembolsable (Universidad)			
Categoría.	Base.	% o Número	Total (S/.)
Servicios.			
Uso de internet (Laboratorio de Aprendizaje Digital - LAD).	30.00	4	S/ 120.00
Búsqueda de información en base de datos.	35.00	2	S/ 70.00
Soporte informático (módulo de investigación de ERP Univesity - MOIC).	40.00	4	S/ 160.00
Publicación de artículo en repositorio institucional.	50.00	1	S/ 50.00
Sub total.			S/ 400.00
Recurso humano.			
Asesoría personalizada 5 horas semanales.	63.00	4	S/ 252.00
Sub total.			S/ 252.00
Total del presupuesto no desembolsable.			S/ 652.00
Total, S/.			S/ 3,456.00

Anexo 3: Instrumento de recolección de datos



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y
ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Cuestionario

El presente cuestionario tiene por propósito recabar datos de la micro Empresa para desarrollar el trabajo de investigación titulada; propuesta de mejora en atención al cliente para una gestión de calidad en la micro empresa restaurante chifa “Maylee” SAC, Pillco Marca, Huánuco, 2021.

Para optar el título profesional de licenciada en administración, se le agradece anticipadamente la información que Usted, proporcione.

INSTRUCCIONES: Marcar con una (X) la alternativa que corresponde.

Nº REFERENTE AL PERFIL DEL REPRESENTANTE DE LA MICRO EMPRESA

1º Edad

- | | |
|----|------------------|
| a) | De 18 a 30 años |
| b) | De 31 a 50 años |
| c) | De 51 a más años |

2º Género

- | | |
|----|-----------|
| a) | Femenino |
| b) | Masculino |

3º Grado de instrucción

- | | |
|----|---------------------------|
| a) | Sin Instrucción |
| b) | Primaria |
| c) | Secundaria |
| d) | Superior no universitario |
| e) | Superior universitario |

4º Cargo que desempeña

- | | |
|----|-------|
| a) | Dueño |
|----|-------|

- b) Administrador
- 5° **Tiempo que desempeña en cargo**
- a) De 0 a 3 años
- b) De 4 a 6 años
- c) De 7 a más años

N° **REFERENTE AL PERFIL DE LA MICRO EMPRESA**

- 6° **¿Qué tiempo viene laborando la Empresa en el mercado?**

- a) De 0 a 3 años
- b) De 4 a 6 años
- c) De 7 años a mas

- 7° **¿Cuántos colaboradores trabajan en la Empresa?**

- a) De 1 a 5 trabajadores
- b) De 6 a 10 trabajadores
- c) De 11 a más trabajadores

- 8° **¿Personas que trabajan en la Empresa son?**

- a) Familiares
- b) No familiares

- 9° **¿Mediante qué forma está constituida la Empresa?**

- a) SAC
- b) SRL
- c) EIRL

- 10° **¿Con qué Objetivo fue la creación de la Empresa?**

- a) Generar ganancia
- b) Subsistencia

- 11° **¿Cuánto es el promedio de Ingresos anuales de la Empresa?**

- a) Hasta 20,000.00
- b) Más de 20,000.00 hasta 40,000.00
- c) Más de 50,000.00

N° **REFERENTE EN ATENCION AL CLIENTE PARA UNA GESTIÓN DE CALIDAD**

- 12° **¿Usted, conoce el término atención al cliente?**

- a) Si
- b) No
- c) No tengo cierto conocimiento

- 13° **¿Usted, cuál cree que es, su prioridad ante sus clientes para gestionar una atención de calidad?**

- a) Amabilidad
- b) Tiempo de espera
- c) Potajes de calidad
- d) Ninguno

14° ¿Usted, cada que tiempo capacita a sus colaboradores en atención al cliente?

- a) Cada 3 meses
- b) Cada 6 meses
- c) Anualmente
- d) No capacita

15° ¿Usted, que técnica usa para medir el rendimiento de los personales?

- a) La observación
- b) La evaluación
- c) Escala de puntuaciones
- d) Evaluación de 360°

16° ¿Usted, cree la atención permite el posicionamiento de la Empresa?

- a) Si
- b) No
- c) A veces

17° ¿Usted, cree que se está aplicando una gestión de calidad en su Empresa?

- a) Si
- b) No
- c) Pocas veces

18° ¿Usted, cree que la Empresa es eficiente cuando atiende y da solución a los reclamos de los clientes?

- a) Si
- b) No
- c) A veces

19° ¿Realiza el control de resultados dentro de su Empresa?

- a) Si
- b) No
- c) Pocas veces

20° ¿Cree Usted, que la gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazadas por la organización?

- a) Si, ayuda a alcanzar objetivos y metas
- b) A veces
- c) No

Anexo 4: Hoja de tabulación

Referente a las principales características del representante de la micro empresa
Restaurante chifa Maylee SAC, Pillco Marca, Huánuco, 2021.

Nº	Preguntas	Respuestas	Tabulación	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
1	Edad	De 18 a 30 años		0	0.00
		De 31 a 50 años	I	1	100.00
		De 51 a más años		0	0.00
		Total	I	1	100.00
2	Género	Femenino		0	0.00
		Masculino	I	1	100.00
		Total	I	1	100.00
3	Grado de instrucción	Sin Instrucción		0	0.00
		Primaria		0	0.00
		Secundaria		0	0.00
		Superior no universitario	I	1	100.00
		Superior universitario		0	0.00
		Total	I	1	100.00
4	Cargo que desempeña	Propietario	I	1	100.00
		Administrador		0	0.00
		Total	I	1	100.00
5	Tiempo que desempeña en Cargo	De 0 a 3 años		0	0.00
		De 4 a 6 años	I	1	100.00
		De 7 a más años		0	0.00
		Total	I	1	100.00

Características de la micro empresa Restaurante chifa Maylee SAC, Pillco Marca, Huánuco, 2021.

Nº	Preguntas	Respuestas	Tabulación	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativo
6	Tiempo de la Empresa en el rubro	De 0 a 3 años		0	0.00
		De 4 a 6 años	I	1	100.00
		De 7 años a mas		0	0.00
		Total	I	1	100.00
7	Número de Trabajadores	De 1 a 5 trabajadores		0	0.00
		De 6 a 10 trabajadores	I	1	100.00
		De 11 a más trabajadores		0	0.00
		Total	I	1	100.00
8	Personas que trabajan en su Empresa	Familiares		0	0.00
		No familiares	I	1	100.00
		Total	I	1	100.00
9	Tipo de constitución de la Empresa	SAC	I	1	100.00
		SRL		0	0.00
		IERL		0	0.00
		Total	I	1	100.00
10	Objetivo de la creación	Generar ganancia	I	1	100.00
		Subsistencia		0	0.00
		Total	I	1	100.00
11	Ingresos anuales de la micro empresa.	Hasta 20,000.00		0	0.00
		Más de 20,000.00 hasta 40,000.00		0	0.00
		Más de 50,000.00	I	1	100.00
		Total	I	1	100.00

En relación a las principales características en atención al cliente para una gestión de calidad en la micro empresa, Restaurante chifa Maylee SAC, Pillco Marca, Huánuco, 2021.

Nº	Preguntas	Respuestas	Tabulación	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativo
12	Conoce el término	Si	I	1	100.00
		No		0	0.00
		No tengo cierto conocimiento		0	0.00

	atención al cliente	Total	I	1	100.00
13	Que prioridad usa ante sus clientes	Amabilidad		0	0.00
		Tiempo de espera		0	0.00
		Potajes de calidad		0	0.00
		Ninguno	I	1	100.00
		Total	I	1	100.00
14	Cada que tiempo capacita a los colaboradores	Cada 3 meses		0	0.00
		Cada 6 meses		0	0.00
		Anualmente		0	0.00
		No capacita	I	1	100.00
		Total	I	1	100.00
15	Que técnicas usa para medir el rendimiento laboral	La observación	I	1	100.00
		La evaluación		0	0.00
		Escala de puntuaciones		0	0.00
		Evaluación de 360°		0	0.00
		Total	I	1	100.00
16	La atención permite posicionamiento de la Empresa	Si	I	1	0.00
		No		0	100.00
		A veces		0	0.00
		Total	I	1	100.00
17	Aplica una gestión de calidad en su empresa	Si		0	0.00
		No		0	0.00
		Pocas veces	I	1	100.00
		Total	I	1	100.00
18	La Empresa es eficiente con los reclamos de los clientes	Si		0	0.00
		No		0	0.00
		A veces	I	1	100.00
		Total	I	1	100.00
19	Realiza el control de resultados dentro de su Empresa	Si		0	0.00
		No		0	100.00
		Pocas veces	I	1	0.00
		Total	I	1	100.00
20	La gestión de calidad ayuda alcanzar los objetivos de la organización	Si ayuda alcanzar objetivos	I	1	100.00
		A veces		0	0.00
		No		0	0.00
		Total	I	1	100.00

Anexo 5: Consentimiento informado

"AÑO DEL BICENTENARIO DEL PERÚ: 200 AÑOS DE INDEPENDENCIA"

Solicito: Permiso para realizar
Trabajo de Investigación

Dirigido A:

SEÑOR MELÉNDEZ ROJAS LÓPEZ

REPRESENTANTE LEGAL DE LA MYPE RESTAURANTE CHIFA, MAY LEE.

Yo, Jorge Villanueva, Enayda Vilma, identificada con DNI N° 47953181, con domicilio Prolongación San Martín N° 175, Distrito, provincia y departamento de Huánuco. Ante Ud. Respetuosamente me presento y expongo.

Que habiendo culminado la carrera profesional de ADMINISTRACIÓN en la Universidad los Ángeles de Chimbote-ULADECHI, solicito a Ud. permiso para realizar Trabajo de Investigación sobre "Propuesta de mejora en atención al cliente para una gestión de calidad" para optar el título Profesional en ciencias administrativas.

Por lo expuesto:

Ruego a usted acceder a mi solicitud.

Huánuco 28 de Julio de 2021


Meléndez, Rojas López

DNI N° 442998812

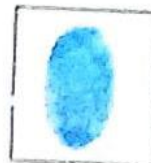
Huella




Jorge Villanueva, Enayda Vilma

DNI N° 47953181

Huella



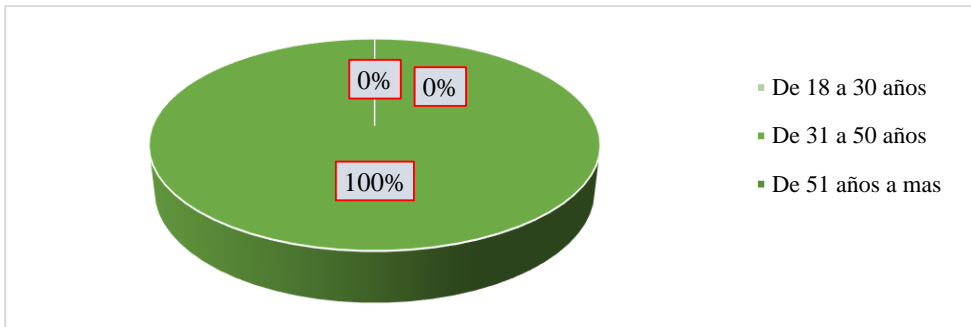
Anexo 6: Figuras

Figura 1

Referente a las principales características de la micro empresa, restaurante chifa Maylee SAC, Pillco Marca, Huánuco, 2021.

Figura 1

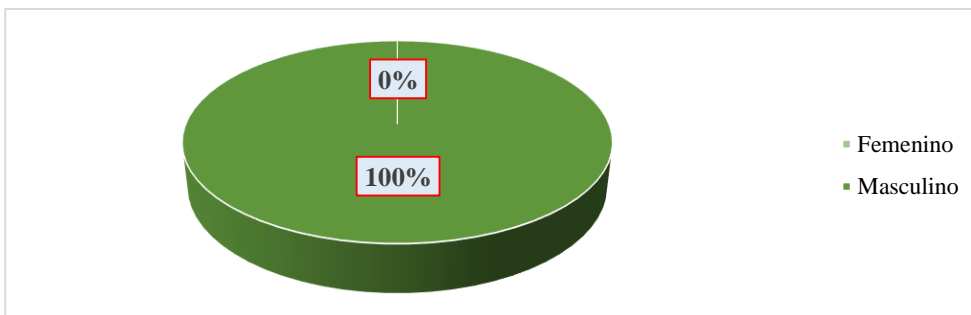
Edad



Fuente. Tabla 1

Figura 2

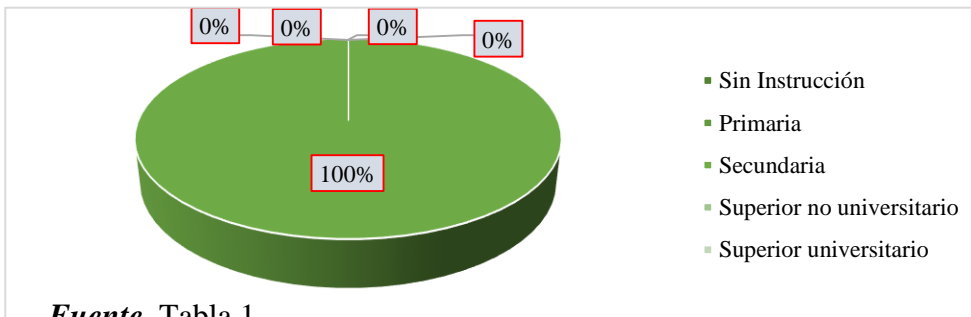
Género



Fuente. Tabla 1

Figura 3

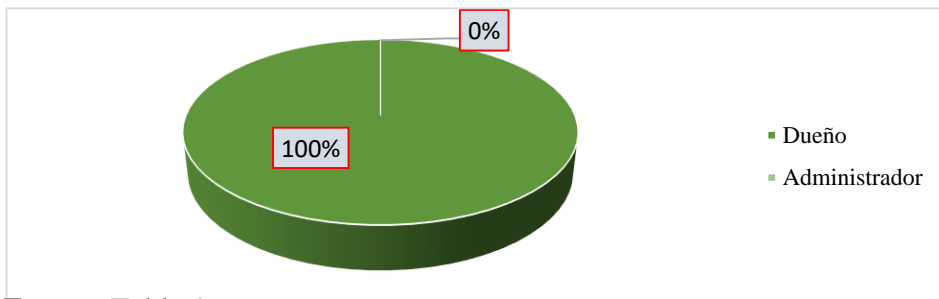
Grado de instrucción



Fuente. Tabla 1

Figura 4

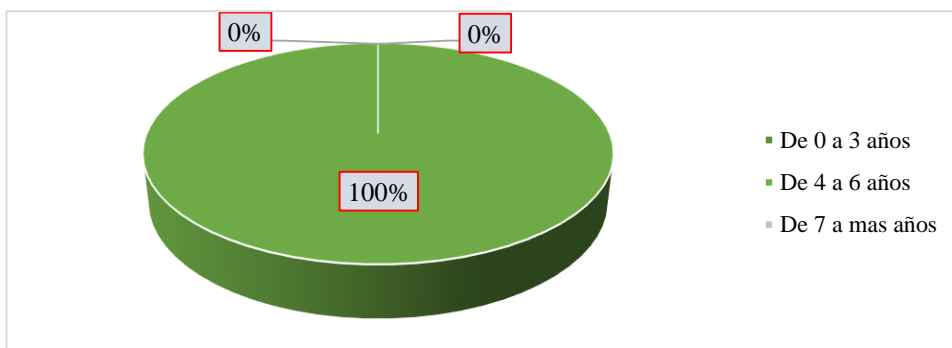
Cargo que desempeña



Fuente. Tabla 1

Figura 5

Tiempo en cargo



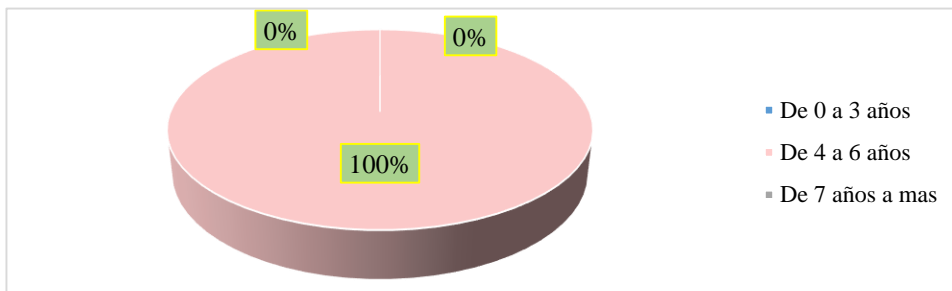
Fuente. Tabla 1

Figura 2

Características de la micro empresa, restaurante chifa Maylee SAC, Pillco Marca, Huánuco, 2021.

Figura 6

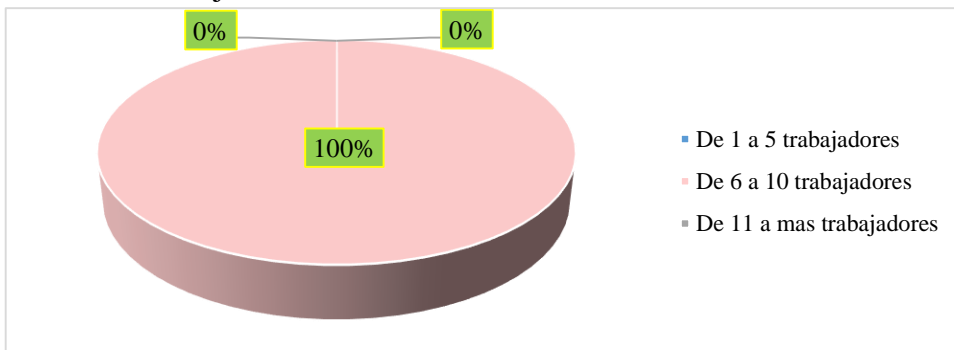
Tiempo de la empresa en el rubro



Fuente. Tabla 2

Figura 7

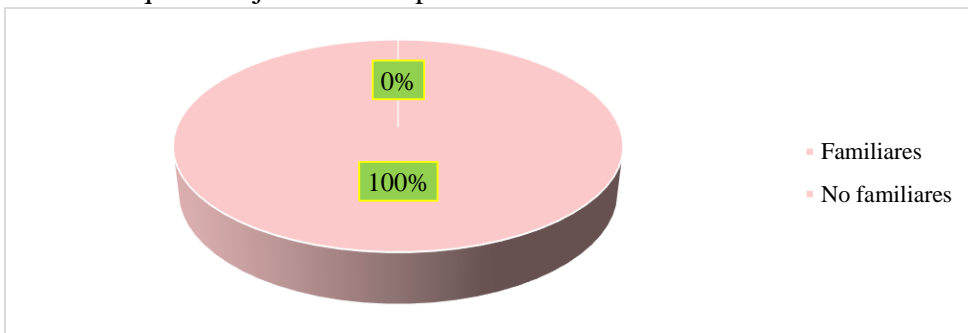
Número de trabajadores



Fuente. Tabla 2

Figura 8

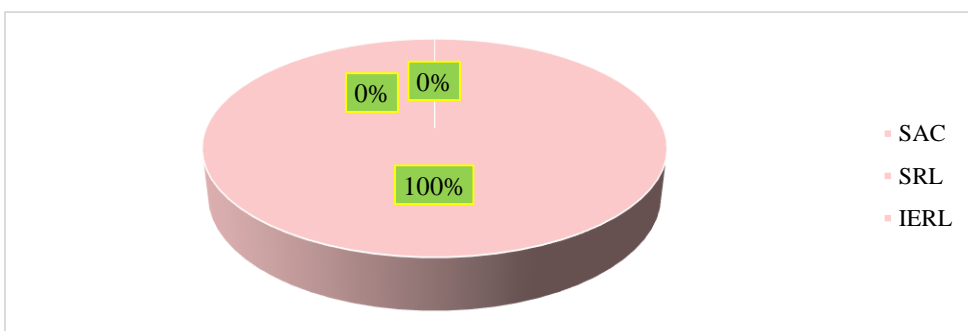
Personas que trabajan en su empresa



Fuente. Tabla 2

Figura 9

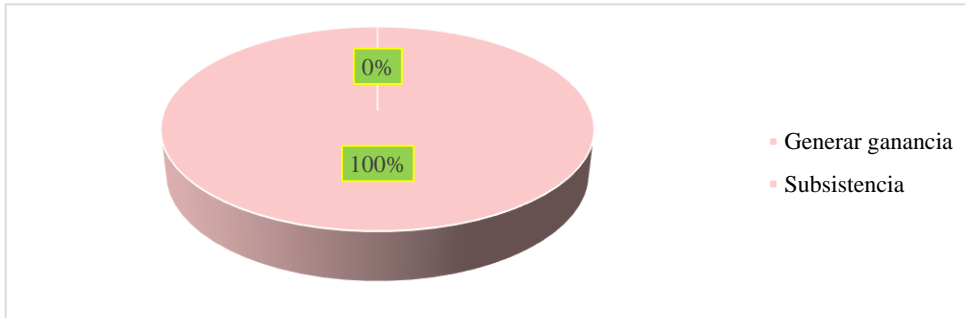
Tipo de constitución



Fuente. Tabla 2

Figura 10

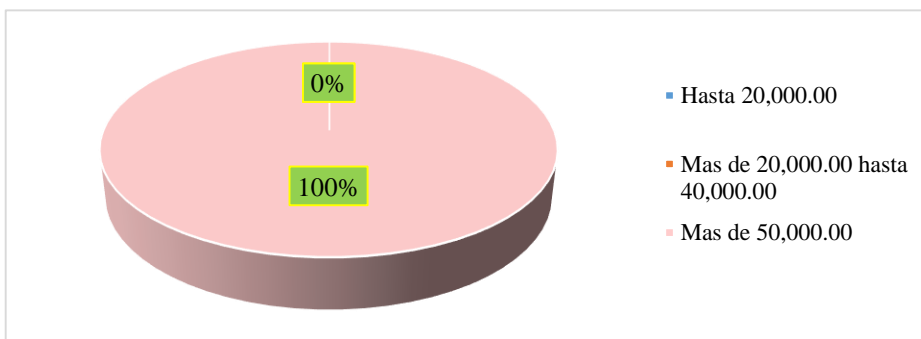
Objetivo de la creación



Fuente. Tabla 2

Figura 11

Ingresos anuales



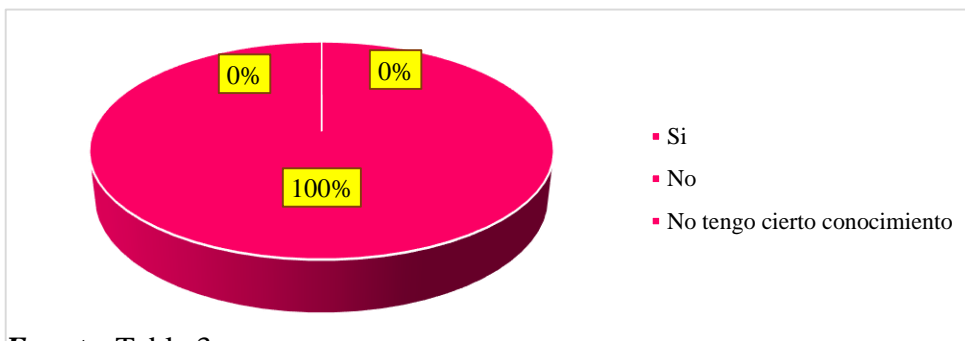
Fuente. Tabla 2

Figura 3

En relación a las principales características en atención al cliente para una gestión de calidad en la micro empresa, restaurante chifa Maylee SAC, Pillco Marca, Huánuco, 2021.

Figura 12

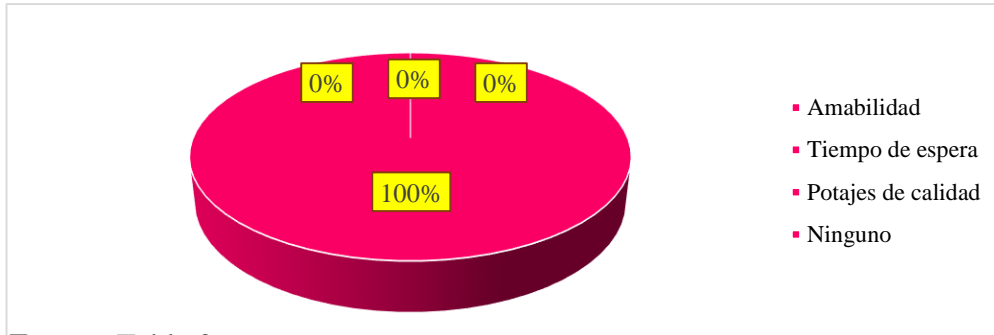
Conociendo atención al cliente



Fuente. Tabla 3

Figura 13

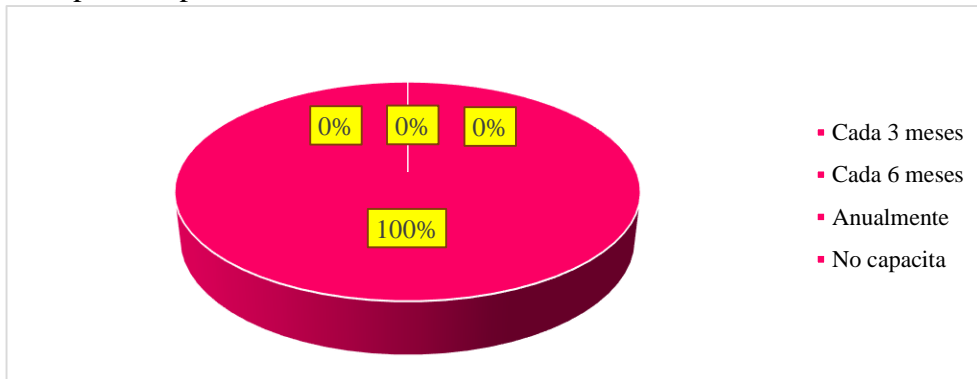
Usando prioridades ante sus clientes



Fuente. Tabla 3

Figura 14

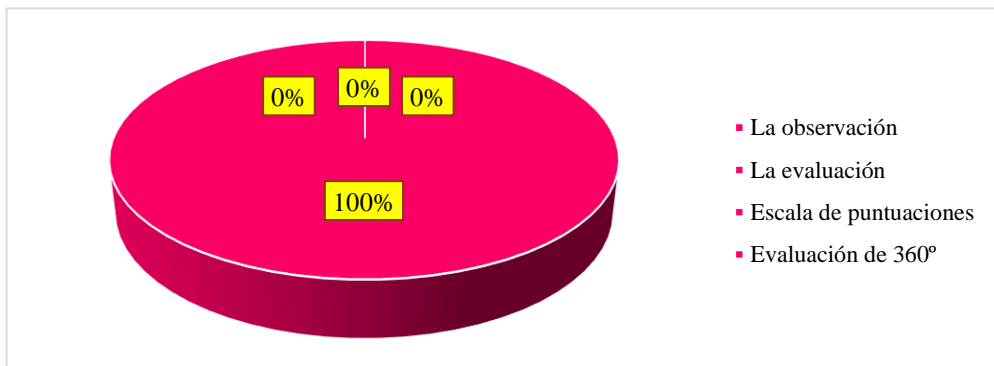
Tiempo de capacitación a los clientes



Fuente. Tabla 3

Figura 15

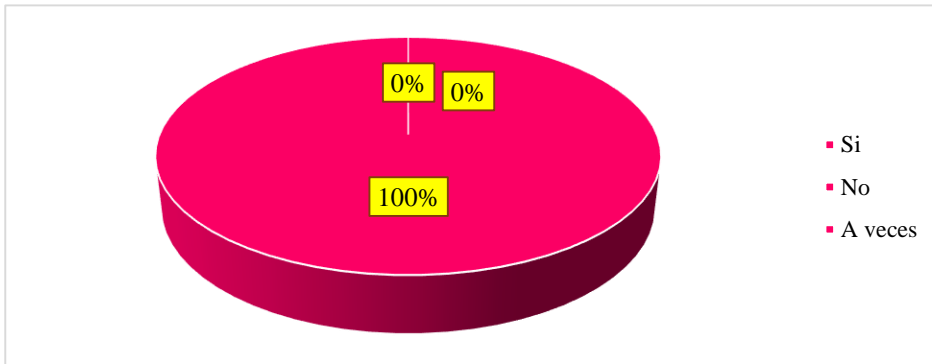
Midiendo técnicas del rendimiento



Fuente. Tabla 3

Figura 16

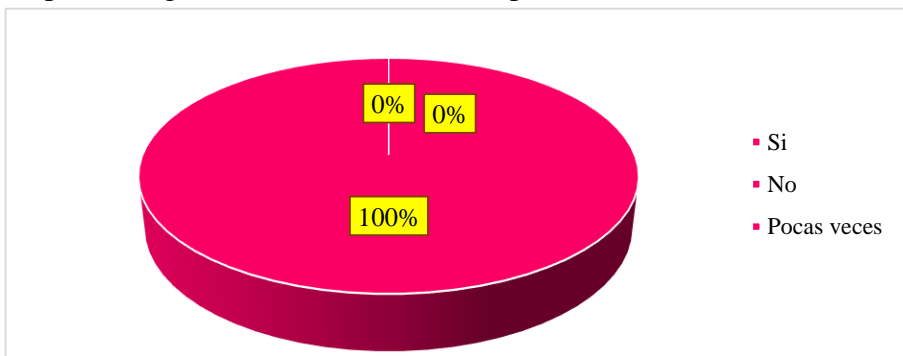
La atención permitida con el posicionamiento



Fuente. Tabla 3

Figura 17

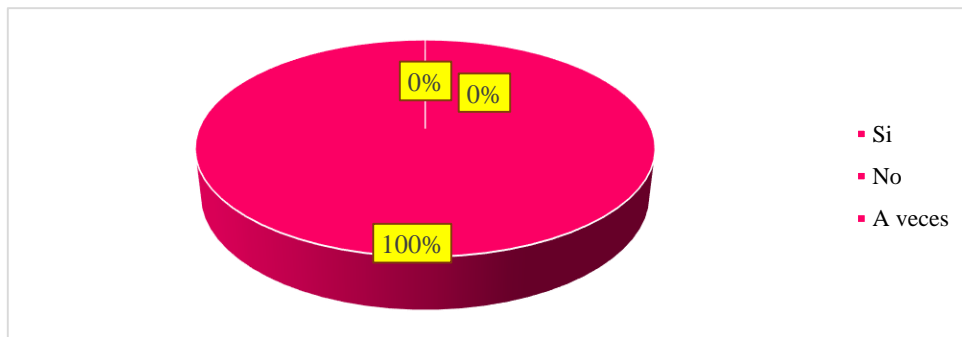
Aplicando gestión de calidad en la empresa



Fuente. Tabla 3

Figura 18

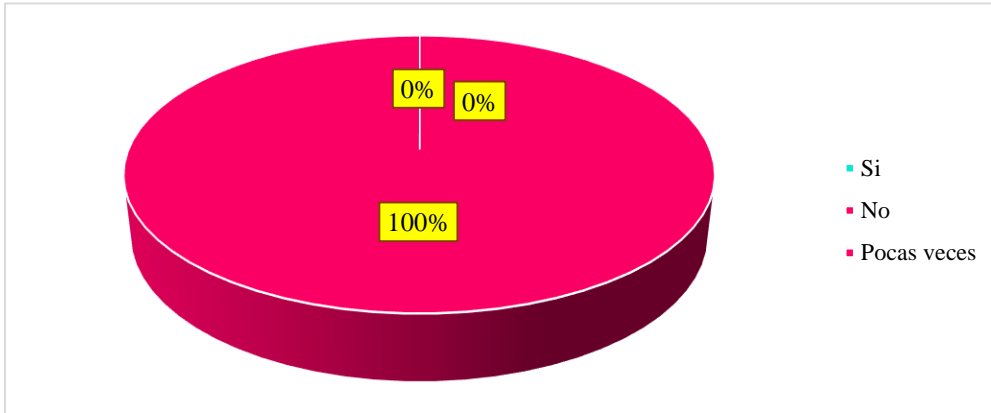
Practicando la eficiencia con los clientes



Fuente. Tabla 3

Figura 19

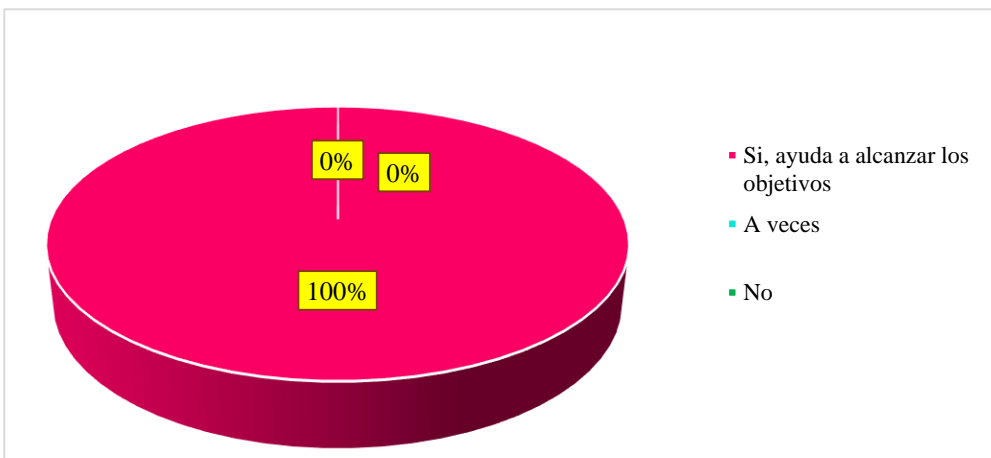
Control de resultado empresarial



Fuente. Tabla 3

Figura 20

Logrando alcanzar objetivos con la gestión de calidad



Fuente. Tabla 3