



---

**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA**

**ESCUELA PROFESIONAL DE  
ADMINISTRACIÓN**

**PROPUESTA DE MEJORA DE LOS FACTORES  
RELEVANTES DE ATENCIÓN AL CLIENTE PARA  
LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MICRO Y  
PEQUEÑAS EMPRESAS RUBRO RESTAURANTES  
DEL DISTRITO DE POMABAMBA, 2021**

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

**AUTOR:**

**JULCA VERGARA, EBERT IVAN**

**ORCID: 0000-0001-5854-7488**

**ASESORA:**

**CANCHARI QUISPE, ALICIA**

**ORCID: 0000-0001-6176-191X**

**HUARAZ –PERÚ**

**2022**

## **2. Equipo de trabajo**

### **AUTOR**

Julca Vergara, Ebert Ivan

ORCID: 0000-0001-5854-7488

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

### **ASESORA**

Canchari Quispe, Alicia

ORCID: 0000-0001-6176-191X

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

### **JURADO**

Rosillo De Purizaca, María del Carmen

ORCID: 0000-0003-2177-5676

Salinas Gamboa, José German

ORCID: 0000-0002-8491-0751

Mino Asencio, María Isabel

ORCID: 0000-0003-1132-2243

### **3. Hoja de firma del jurado y asesor**

---

Rosillo De Purizaca, María Del Carmen

**PRESIDENTE**

---

Salinas Gamboa, José German

**MIEMBRO**

---

Mino Asencio, Maria Isabel

**MIEMBRO**

---

Canchari Quispe, Alicia

**ASESORA**

#### **4. Dedicatoria**

A mi hijo Alejandro, Julca Chinchay  
quien me motivó a emprender este  
nuevo reto en mi vida, siendo un  
ejemplo de esfuerzo, superación y  
valentía. Te amaré por siempre.

A mis Padres, quienes han sido los que día  
y noche compartieron triunfos y éxitos  
como también pérdidas y derrotas que solo  
nos fortalecieron y nos mantuvo firme  
demostrándome su amor incondicional.

## **Agradecimiento**

En primer lugar, a Dios, por  
guiarme y fortalecerme a seguir  
luchando por cumplir mis metas

A mis padres por su apoyo  
incondicional en esta nueva etapa de  
mi vida para seguir tras mis sueños.

A mi asesora y docentes a quienes debo mis  
conocimientos, por las enseñanzas y su  
paciencia con la finalidad de ser una gran  
profesional.

## 5. Resumen

La presente investigación, tuvo como problema: ¿cuáles son las propuestas de mejora de los factores relevantes de atención al cliente para la gestión de calidad en las en las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes del distrito de Pomabamba, 2021? Como objetivo general: Establecer propuestas de mejora de los factores relevantes de atención al cliente para la gestión de calidad en las en las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes del distrito de Pomabamba, 2021. La investigación de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño transversal - no experimental, técnica encuesta, instrumento cuestionario, se determinó una muestra de 23 gerentes, representando el 100% de la población, a ellos se les aplicó un cuestionario de 23 preguntas, obteniendo los siguientes resultados: que el 52.56% de los representantes son mujeres, el 52.17% tienen educación secundaria, el 47.83% tienen entre 4 a 6 años en el rubro, así mismo el 39.13% no utilizan base de datos del servicio que ofrece, el 43.48% realiza control de tiempo de espera, el 52.56% recibe reconocimientos del servicio que brinda, el 47.83% optan por tener clientes fieles y el 42.17% poco o nada atención de reclamos y sugerencias. Donde se concluye que la mayoría de los representantes de las MYPES son mujeres y tienen una permanencia de 4 a más años en el mercado, que la mayoría realiza un control de base de datos del servicio que ofrece, así como el control del tiempo de atención, buscan tener reconocimientos y clientes fieles, como también buscan mejorar la atención.

*Palabras clave:* Atención, calidad, cliente, restaurante, servicio.

## **Abstrac**

The present investigation had as a problem: what are the proposals to improve the relevant factors of customer service for quality management in micro and small companies in the restaurant category of the district of Pomabamba, 2021? As a general objective: Establish proposals to improve the relevant factors of customer service for quality management in micro and small companies in the restaurant category of the district of Pomabamba, 2021. Research of a quantitative type, descriptive level, cross-sectional design - non-experimental, survey technique, questionnaire instrument, a sample of 23 managers was determined, representing 100% of the population, a questionnaire of 23 questions was applied to them, obtaining the following results: that 52.56% of the representatives are women , 52.17% have secondary education, 47.83% have between 4 to 6 years in the field, likewise 39.13% do not use a database of the service it offers, 43.48% carry out waiting time control, 52.56% receive acknowledgments of the service provided, 47.83% choose to have loyal customers and 42.17% little or no attention to complaints and suggestions. Where it is concluded that the majority of the representatives of the MYPES are women and have a permanence of 4 or more years in the market, that the majority carry out a database control of the service they offer, as well as the control of the attention time They seek to have recognition and loyal customers, as well as seek to improve service.

*Keywords:* Attention, quality, customer, restaurant, service.

## 6. Contenido

1. Título de la tesis.....	i
2. Equipo de Trabajo.....	ii
3. Hoja de firma del jurado y asesor.....	iii
4. Hoja de agradecimiento y/o dedicatoria (opcional).....	iv
5. Resumen y abstract.....	vi
6. Contenido.....	viii
7. Índice de gráficos, tablas y cuadros.....	ix
<b>I.</b> Introducción.....	1
<b>II.</b> Revisión de literatura.....	3
2.1 Antecedentes.....	3
2.2 Bases teóricas de la investigación.....	13
2.3 Hipótesis.....	19
2.4 Variables.....	19
<b>III.</b> Metodología.....	20
3.1 El tipo y el nivel investigación.....	20
3.2 Diseño de la investigación.....	20
3.3 Población y muestra.....	20
3.4 Definición y operacionalización de las variables e indicadores.....	22
3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	23
3.6 Plan de análisis.....	23
3.7 Matriz de consistencia.....	24
3.8 Principios éticos.....	25
<b>IV.</b> Resultados.....	28
4.1 Resultados.....	28
4.2 Análisis de resultados.....	40
<b>V.</b> Conclusiones y recomendaciones.....	39
5.1 Conclusiones.....	46
4.2 Recomendaciones.....	48
Referencias bibliográficas.....	49
Anexos.....	53



## 7. Índice de gráficos, tablas y cuadros

N° de página

Figura 1. Edad del encuestado.....	67
Figura 2. Género del encuestado.....	67
Figura 3. Grado de instrucción.....	68
Figura 4. Cargo que desempeña.....	68
Figura 5. Tiempo en el cargo.....	69
Figura 6. Escucha lo que el cliente busca.....	69
Figura 7. Busca conocer los deseos del cliente.....	70
Figura 8. Utiliza estrategias para retener u sus clientes.....	70
Figura 9. Utiliza base de datos productos que ofrece.....	71
Figura 10. El producto que ofrece es acorde a su costo.....	71
Figura 11. Practica la eficiencia en la atención.....	72
Figura 12. La comunicación es fluida a todo nivel.....	72
Figura 13. Realiza cálculo de tiempo se espera.....	73
Figura 14. Los productos cumplen con estándares de calidad.....	73
Figura 15. Obtuvo reconocimiento por el servicio brindado.....	74
Figura 16. Experiencias para mejorar el servicio.....	74
Figura 17. Fomenta cordialidad en la atención.....	75
Figura 18. Cuenta con clientes fieles a su empresa.....	75
Figura 19. Recojo de sugerencias y reclamos de cliente.....	76
Figura 20. Trabaja con calidad.....	76
Figura 21. Considera la gestión de calidad para cumplimiento de objetivos.....	77

## Índice de tablas

Nº de página

Tabla 1 Características de los factores relacionados con la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes del distrito de Pomabamba, 2021.....	28
Tabla 2 Características de los factores relacionados con la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes del distrito de Pomabamba, 2021.....	29
Tabla 3 Elaboración del plan de mejora de los factores relacionados con la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes del distrito de Pomabamba, 2021.....	31

## I. Introducción

A nivel mundial las micro y pequeñas empresas son los que toman la delantera por lo que contribuyen con el desarrollo de los países, ya que, al mejorar las fuentes de empleo se beneficia a muchas familias, sin embargo, cabe mencionar que en su mayoría no sobrevive, debido a que sus procesos, no incluyen la técnica de la atención al cliente, por tal motivo los clientes quedan poco satisfechos, dando lugar a que recurran a la competencia y la pérdida del cliente, este problema se origina en todas los países del mundo (Chau, 2018). En cuanto en el Perú, las micro y pequeñas empresas, generan abundantes fuentes de empleo y a su vez mejoran los ingresos del país, por lo que es necesario buscar nuevas propuestas y alternativas de solución para brindar una atención de calidad que garantice la continuidad y crecimiento empresarial, del mismo modo estas empresas no cuentan con una visión del mercado, falta de costeo en sus operaciones, falta de competitividad, todos estos problemas reducen los buenos resultados en el servicio y producto que brindan hacia su público objetivo (Velásquez, 2017).

En el distrito de Pomabamba, con respecto a los establecimientos comerciales del rubro restaurantes la gran mayoría busca dar lo mejor que pueda y trabajan a sus criterios en la atención al cliente, de la misma forma los gerentes son personas de diferentes niveles de estudio, las cuales dificulta el uso adecuado de las herramientas de gestión de calidad en la atención al cliente, evidenciando problemas como son las demoras en la atención, baja calidad de los productos, carencia de los productos generado incomodidad y descontento en los clientes. Por lo anteriormente expresado, el enunciado del problema es la siguiente: ¿cuáles son las propuestas de mejora de los factores relevantes de atención al cliente para la gestión de calidad en las en las micro

y pequeñas empresas rubro restaurantes del distrito de Pomabamba, 2021? para dar respuesta al problema se plantea como objetivo principal: Establecer propuestas de mejora de los factores relevantes de atención al cliente para la gestión de calidad en las en las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes del distrito de Pomabamba, 2021. Como objetivos específicos se plantearon: a) Identificar las principales características de los representantes de los MYPES rubro restaurantes, 2021. b) Caracterizar la escucha para el logro de calidad en las MYPES rubro restaurantes, 2021. c) Describir el asesoramiento para el logro de calidad en las MYPES rubro restaurantes, 2021. d) Identificar la respuesta para el logro de calidad en las MYPES rubro restaurantes, 2021. e) Describir la garantía para el logro de calidad en las MYPES rubro restaurantes, 2021. f) Elaborar el plan de mejora de los factores relevantes de atención al cliente para la gestión de calidad en las MYPES rubro restaurantes, 2021.

Esta investigación se justifica porque se propondrá mejoras respecto a los factores relevantes de atención al cliente para que las empresas del rubro puedan gestionar con mejor y mayor calidad y establecer la importancia que tienen dentro de las organizaciones, la investigación también servirá como base para que se pueda incorporar las mejoras resultantes de la investigación para optimizar la gestión de las empresas del rubro, así mismo servirá para continuar, contribuir y generar nuevas investigaciones relacionadas a la atención al cliente en las MYPES del rubro restaurantes en el distrito de Pomabamba. La investigación es de tipo cuantitativo, de nivel descriptivo, de diseño no experimental, transversal; la población está conformada por 23 gerentes de las MYPES, pertenecientes al rubro restaurantes en el distrito de Pomabamba, muestra censal.

Dentro de los principales resultados de la investigación se considera que el 47.83% de los representantes tiene de 51 a más años, y que el 52.17% tiene educación secundaria, con respecto a la atención del cliente los empresarios afirman que el 39.13% poco o nada utilizan base de datos del servicio que ofrece, El 43.48% de las MYPES llevan un control de tiempo en la atención que ofrecen, el 56.52 % de los dueños indican que solo algunas veces reciben reconocimientos del servicio brindado, el 47.83% consideran que solo algunas veces busca tener clientes fieles a la empresa, el 52.17% de los dueños poco o nada consideran la atención de reclamos y sugerencias de sus clientes.

Los resultados concluyen que la totalidad de los representantes de las micro y pequeñas empresas son los dueños, que la mayoría absoluta tiene de 51 años a más y tienen permanencia de 7 años a más en el mercado, la mayoría tiene cierto conocimiento sobre la gestión de calidad, al realizar atención al cliente optan con tener base de datos de los servicios que ofrecen, que la mayoría llevan un control de tiempo, y no buscan ser reconocidos, ni tener clientes fieles, tampoco atender sus reclamos y sugerencias de sus clientes.

## **II. Revisión de literatura**

### **2.1. Antecedentes**

#### **2.1.1 A nivel internacional**

Escandón (2017) en su tesis *“propuesta para la mejora de los servicios en el bar restaurante macho sports en plaza del sol en la ciudad de Guayaquil”*. Tuvo como objetivo general: Proponer un plan de acción estratégico enfocado a la optimización del perfil y la demanda de los servicios en el bar restaurante Macho Sports. La

metodología empleada es deductivo-inductivo servirá para la descripción y observación que se estudiará partiendo de lo general a lo particular, el histórico-lógico estudiará la historia de la demanda de los demás restaurantes a su alrededor, basándose en fuentes primarias y secundarias. Tipo de investigación es cuantitativo y cualitativo. Obtuvo los siguientes resultados: El 36.00% prefiere la ambientación de lugar junto con el 29.00% que busca una atención óptima de los encargados de dicho establecimiento, solo el 9.00% de encuestados tomo en consideración los precios bajos como un factor indispensable. El 36.00% y 32.00% califican el servicio del establecimiento como indiferente y malo respectivamente. El 78.00% sostuvo que el servicio es malo por parte de los empleados, solo un 22.00% dijo que el servicio es bueno, un 27.00% no regresaría por el mal servicio obtenido solo un 15.00% sostuvo que regresaría por el ambiente del lugar. Conclusiones: Después de haber realizado el informe de investigación en base a los resultados obtenidos se puede concluir que: Los resultados en la calidad de los servicios revelan que en la empresa los empleados ofrecen los servicios, pero no de manera correcta y no prestan atención a las necesidades del cliente.

Sánchez (2017) en su tesis “*evaluación de la calidad de servicio al cliente en el restaurante Pizza Burger Diner de Gualan, Zacapa*”, presentada en la Universidad Rafael Landívar de Guatemala. Tuvo como objetivo general: Evaluar la calidad en el servicio al cliente. La evaluación se realizó en una muestra de 70 clientes, 14 colaboradores y 4 directivos, calculado con la fórmula para tamaño de muestra de poblaciones conocidas. En total, el tamaño de la muestra utilizada fue de 88 personas. El instrumento diseñado constó de 22 preguntas para medir percepciones y otro de 22 preguntas para medir expectativas. La evaluación de la calidad del servicio se realizó

mediante el método ServQual, con el que se identificó el índice de calidad del servicio y las brechas de insatisfacción de los clientes según las diferencias entre las expectativas y percepciones. Entre los principales resultados obtenidos a través de la investigación se encuentra una caracterización de los clientes, con la que se determinó la frecuencia de los clientes, la procedencia y los medios publicitarios que mejores resultados han dado. Se determinó un índice de calidad del servicio de -0.18, lo cual indica que las expectativas de los clientes no superan las percepciones por lo que según el método ServQual no existe calidad en el servicio. Se determinó que las brechas de insatisfacción son negativas. Con la evaluación 360 grados se determinó que existen discrepancias entre las percepciones de los colaboradores y los directivos sobre las expectativas de los clientes, lo cual explica que los directivos no conocen lo que sus clientes necesitan. Por lo tanto, se llegó a las siguientes conclusiones: que muchos de los representantes de la organización no buscan expectativas de sus clientes ni brindan calidad en sus servicios.

Villalba (2017) en su tesis “*análisis de calidad del servicio y atención al cliente en azuca beach, azuca bistro y q restaurant, y sugerencias de mejora*”. Cuyo objetivo general es el siguiente, analizar la calidad de servicio y atención al cliente de los tres restaurantes tomados como objeto de estudio para la posible implementación de mejoras en los mismos. La investigación es de tipo descriptiva, la cual tiene dos cuestionarios, una direccionada al representante de la empresa con quince preguntas y otra para los clientes que consta de catorce preguntas. Se obtuvieron los siguientes resultados, el 38% de los 114 encuestados, está de acuerdo en que el personal fue amable y respetuoso, el 38% está de acuerdo, el 33% de las personas encuestadas, están de acuerdo en que el tiempo de servicio estuvo dentro de lo esperado, el 24%

está de acuerdo con el tiempo de servicio, el 60% del total de los encuestados está satisfecho dentro de la organización, En cuanto a las funciones y responsabilidades el 50% tiene muy en claro cuáles son sus funciones, en cuanto al sentimiento de motivación, el 48% se encuentra medianamente satisfecho, 38% se encuentra medianamente satisfecho recibiendo capacitaciones para mejorar su trabajo en atención al cliente, el 64% considera que reciben capacitaciones 2 veces al año, y se llega a las siguientes conclusiones, la mayor fortaleza es el ambiente y la limpieza del lugar; la decoración, y el tipo de música de cada uno de los restaurantes influyen en el ambiente. Mientras que las debilidades detectadas fueron: la amabilidad del personal, la presentación y elaboración de bebidas y la rapidez del servicio.

### **2.1.2. A nivel nacional**

Cayas (2019) en su tesis *“gestión de calidad con el uso del marketing y propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes, distrito Huacrachuco, 2019”*. Esta investigación tuvo como objetivo determinar las características de la gestión de calidad con el uso del marketing y propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes, distrito de Huacrachuco, 2019. La investigación se realizó con el diseño no experimental – transversal o transeccional –descriptivo con enfoque cuantitativo con una población muestral dirigida a 13 MYPES, a los que se les aplico un cuestionario de 20 preguntas estructuradas en cuatro partes, primero características de los representantes, obteniéndose lo siguiente: el 61.54% de los representantes tienen entre 31 a 40 años de edad, el 61.54% son del género femenino, el 46.15% , el 46.15% solo tiene secundaria, el 100% ocupa el cargo de dueño y el 53.84% tiene desempeñando el cargo de 0 a 3 años; segunda parte características de las MYPES, el 53.84% tiene un tiempo



de 0 a 3 años dedicados en el rubro, el 84.62 tiene de 1 a 5 trabajadores, el 53.85 son familiares y el 100% fueron creadas con el fin de generar ganancias; tercera parte características de gestión de la calidad con el uso del marketing, el 61.54% de los representantes tiene conocimiento sobre el termino de gestión de calidad, el 61.64% siempre y a veces implementaron la gestión de calidad en su negocio, el 76.92% no conoce ninguna técnica de gestión de calidad, el 100.00% siempre considera que los clientes están satisfechos con el servicio que se ofrece, el 92.31% considera que los trabajadores están bien capacitados para ofrecer un buen servicio al cliente, el 100.00% tiene clientes fieles; el 53.85% de los representantes conocen el termino marketing, el 100.00% siempre ofrecen productos que satisfacen las necesidades de sus clientes, el 100.00% utiliza la radio para promocionar su negocio, el 46.15% utiliza el estudio y posicionamiento de mercado y el 100.00% considera que el marketing ayudaría a su negocio a obtener mayores ingresos. Finalmente concluyo que la mayoría de los representantes de las MYPES conocen empíricamente los términos gestión de calidad y marketing, habiendo aun cierto desconocimiento en cómo utilizar estas variables para mejorar su empresa y poder posicionarse en el mercado del rubro restaurante, rubro que está en constante crecimiento por la demanda que existe en la actualidad.

Gerónimo (2019) en su trabajo de investigación *“la Atención al Cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Servicio, rubro restaurant, Centro Histórico, Trujillo, 2019”*. Tuvo como objetivo general: Determinar la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas, sector servicio, rubro restaurant, centro histórico, Trujillo, 2019. La investigación es de tipo no experimental, transversal, descriptivo; para recolección de información se utilizó un sondeo realizado

por el autor y datos brindados por la municipalidad, donde se determinó una población de 30 MYPES, la muestra fue a 16 representantes de las MYPES con preguntas cerradas y aplicando la encuesta. Se obtuvo los siguientes resultados: 62.5% de los representantes están entre los 18 a 30 años de edad, 62.5% de los representantes de las MYPES son femeninas, 56.25% de las MYPES tienen 0 a 3 años de antigüedad, 68.75 de las MYPES indicó que, si conocen el término gestión de calidad, 75% de las MYPES conocen el término la atención al cliente, 100% de los representantes de las MYPES respondieron que la atención al cliente si es fundamental para el regreso del cliente. Se llegó a las siguientes conclusiones: que las empresas están representadas por jóvenes, son mujeres; conocen la gestión y la atención al cliente, además están en pleno desarrollo y que escasean de algunas técnicas, poner mayor énfasis en las demás técnicas planteadas.

Goicochea (2017) en su tesis *“la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes del boulevard gastronómico del distrito de Villa María del Triunfo, provincia de Lima, departamento de Lima, período 2015”*, tuvo como objetivo general, determinar las principales características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes del boulevard gastronómico del distrito de Villa María del Triunfo, provincia de Lima, departamento de Lima, período 2015, la investigación fue de tipo cuantitativa - nivel descriptivo, diseño no experimental transversal, para el recojo de la información se escogió una muestra poblacional de 10 MYPE a quienes se les aplicó un cuestionario de 24 preguntas cerradas, aplicando la técnica de la encuesta, obteniéndose los siguientes resultados, el 80% de los empresarios encuestados de la MYPE, tienen edad de 31- 50 años, el 70% de los representantes, son de género masculino, el 40% de los

representantes legales, cuentan con estudios secundarios, el 80% de los representantes legales de las MYPE son los propios dueños, el 60% de los representantes tienen más de 7 años de presencia en el mercado, el 60% de las MYPE encuestadas, tienen un total de 1 a 4 trabajadores, el 90% de los representantes legales encuestados respondieron que si tienen conocimiento en gestión de calidad. Llegando a las siguientes conclusiones: de que el total de representantes legales de la MYPE encuestadas son peruanos, la mayoría de ellos son personas adultas, sus edades fluctúan entre 31 a 50 años, la mayoría de ellos son del género masculino, cuentan con estudios secundarios y la gran parte son casados.

### **2.1.3. A nivel regional**

Barbeito (2019) en su tesis *“caracterización de la formalización en las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro restaurantes del distrito de Huaraz, 2018”*, El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo general, determinar las principales características de la formalización de las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro restaurantes del distrito de Huaraz, año 2018. La investigación fue descriptiva no experimental, para la recolección de información se asumió el 100% de la población como muestra representada por 82 micro y pequeñas empresas, aplicando un cuestionario de 20 preguntas, con la técnica de la encuesta. Se obtuvo los siguientes resultados: el 30,49% de los emprendedores tienen de 46 a 55 años de edad, 63,41% son mujeres, 47,56% tienen educación secundaria. El 79,27% conocen las formas de organización empresarial, 96,34% constituyeron sus negocios como persona natural, 100% cuenta con inscripción en el registro único del contribuyente de la Superintendencia nacional de aduanas y de administración tributaria, 93,90% no registraron a los trabajadores en EsSalud, 95,12% no cuentan

con los permisos complementarios que son otorgados por el ministerio de comercio exterior y turismo, 100% de los trabajadores cuentan con carné de sanidad, 93,90% no cuentan con autorización de las planillas de pago del ministerio de trabajo y promoción del empleo, 100% cuentan con licencia de funcionamiento, 42,68% no tienen el libro registro de compras, 32,93% no tienen el libro registro de ventas e ingresos y 96,34% no tienen el libro diario de formato simplificado. Finalmente, se concluye que los restaurantes del distrito de Huaraz son parcialmente formales, es decir no cumplen todas las etapas de la formalización.

Rosas (2019) en tesis *“atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes y de servicio móvil de comidas, distrito de Huaraz, 2019”*. La investigación tuvo como objetivo determinar las principales características de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micros y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes y de servicio móvil de comidas, distrito de Huaraz, 2019. La investigación fue de diseño no experimental – transversal, descriptivo. Para el recojo de la información se utilizó una población muestral de 33 micro y pequeñas empresas a quienes se les aplicó un cuestionario de 18 preguntas cerradas, mediante la técnica de la encuesta, obteniéndose los siguientes resultados. El 66.67% de los representantes tienen de 31 a 50 años, el 60.61% son mujeres, el 42.42% cuentan con un grado de instrucción secundaria, el 78.79% son dueños, el 66.67% permanecen de 7 años a más de en el cargo, el 81.82% de las micro y pequeñas empresas tienen 7 años a más tiempo de permanencia en el mercado, el 100% de las micro y pequeñas empresas señalan que su objetivo principal es generar ganancia, el 51.52% cuentan de 3 a 5 trabajadores. El 42.42% señalan que aplican la

gestión de calidad en la atención al cliente, el 93.94% señalan que el trabajador siempre está disponible para escuchar al cliente, el 45.46% señalan que el personal está capacitado para atender al cliente, el 84.85% indican que el personal es comprensivo y amable con el cliente, el 81.82% indican que el cliente comprende toda la información brindada por el personal, el 51.52% señalan que no existe un tiempo establecido para atender al cliente, el 69.70% señalan que la atención al cliente es fundamental para el regreso del cliente, el 75.76% indican que no cuentan con un buzón de sugerencias, el 60.61% indican que el trabajador no brinda una atención personalizada y el 63.64% señalan que el establecimiento, equipos y herramientas son atractivos. En conclusión, la mayoría de los representantes desconoce la gestión de calidad en la atención al cliente, sin embargo, reconocen que contribuye al rendimiento de sus negocios.

Castro (2018) en su tesis *“Gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de la avenida camino real del distrito de Chimbote, provincia del Santa, año 2018”* tuvo como objetivo: Determinar las características de la gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente y plan de mejora, en las micro y pequeñas empresas, sector servicio – rubro restaurantes, de la Avenida Camino Real del distrito de Chimbote, provincia del Santa, año 2018, se desarrolló utilizando un diseño no experimental, transversal y de tipo descriptivo, se escogió una muestra de 10 MYPES, representando el 83.00% de la población, a las cuales se les aplicó un cuestionario de 22 preguntas, obteniéndose los siguientes resultados: que el 50.00% de los representantes tiene de 51 a más años, y que el 70.00% tiene educación secundaria, con respecto a las MYPES los empresarios afirman que el 50.00% tiene de 7 a más

años en el mercado, asimismo para la gestión de calidad en atención al cliente, el 50.00% tiene cierto conocimiento sobre el termino gestión de calidad, el 70.00% conoce la técnica moderna de atención al cliente, y que el 90.00% aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes. Donde se concluye que la totalidad de los representantes de las micro y pequeñas empresas son los dueños y que la mayoría absoluta tiene de 51 a más años y que la mayoría tiene una permanencia de 7 a más años en el mercado y que la mayoría tiene cierto conocimiento sobre la gestión de calidad.

Antúnez (2017) en su investigación “*gestión de calidad en Atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes, en la ciudad de Huarmey, 2017*”. Para ello se planteó el siguiente objetivo general: determina las siguientes características de la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurante, en la ciudad de Huarmey, 2017. La metodología, utilizó el diseño no experimental, transversal – descriptivo. Esta investigación tuvo los siguientes resultados: El 63.3% de los representantes son de sexo masculino, el 45.5% tienen un grado de institución superior, un 63.6% de las Micro y Pequeñas Empresas tienen de 1 a 5 trabajadores, el 59.1 de las MYPES son informales, el 68.2% tienen de 0 a 3 años de permanencia, el 59.1% si están aplicando una gestión de calidad y el 40.9% señalan lo contrario. Conclusiones: La mayoría de los representantes son personas adultas, ya que tienen una edad, entre 31 a 50, son de género masculino, con un grado de institución superior. Respecto a las principales características de las micro y pequeñas empresas son informales, con un tipo de permanencia en el rubro de 0 a 3 años y de desarrollo con un personal entre 1 a 5 trabajadores.

## 2.2. Bases teóricas de la investigación

### 2.2.1. Atención del cliente

Villacorta (2018) refiere que la atención al cliente es un conjunto de actividades interrelacionadas entre el cliente y la empresa, donde el primero busca el mejor servicio y el otro ofrecer lo que busca el cliente en un momento dado y lugar adecuado.

El autor tuvo como factores relevantes a:

#### *Escuchar siempre al cliente*

Para ello se atiende a toda sus necesidades y sus requerimientos, lo que se busca es entender cuáles son sus expectativas y emociones, la escucha activa es un instrumento fundamental para ofrecer una excelente imagen al cliente y para comenzar a resolver sus problemas con eficacia. Ahora, aplicarla puede no ser tan sencillo cuando tratamos con decenas de clientes donde cada uno tiene sus particularidades. Las pautas a seguir para aplicar con eficiencia este factor son: mantener la concentración para lo cual eliminar todos los elementos externos que puedan suponer una distracción (música, ruidos, etc); tener paciencia por ello no se debe interrumpir, ni sacar conclusiones de forma anticipada; tener empatía para este fin se debe conectarse emocionalmente con cliente; demostrar nuestro interés para ello mirar a la cara, a sentir con la cabeza, o hacer pequeñas afirmaciones ayudan a demostrar el interés que se tiene.

#### *Asesoramiento*

Es parte de una estrategia de negocio enfocada al cliente con el fin de transmitir ideas y conocimiento acerca de un producto o servicio, facilitando las mejores opciones para adquirir lo que se oferta en el mercado y que cumplan sus necesidades y deseos del cliente.

### *Responder todas sus inquietudes*

El colaborador que trata con los clientes siempre debe estar disponible para despejar todas sus dudas e inquietudes de los clientes, no solo eso muchas personas no preguntan sus inquietudes para lo cual el colaborador debe hacer las siguientes preguntas de control como, por ejemplo: me encantaría poder ayudarte, en que puedo ayudarte o si preguntara el cliente dar estas respuestas como: buena pregunta, lo averiguaré por ti, gracias por el aviso. Todo ello ayuda para tener una buena atención al cliente.

### *Ofrecer todas las garantías*

Las empresas deben garantizar entregar productos y servicios idóneos a sus clientes, cumpliendo con todos los estándares de calidad, éticos y legales, con el objetivo de que el cliente se sienta satisfecho de la decisión tomada.

### *Comprometerse con el cliente*

Todas las empresas invierten dinero, tiempo y mucho esfuerzo en diseñar un producto o servicio, parte de ese tiempo y esfuerzo es destinado a lograr el compromiso del cliente con nuestra marca. Adquirir un cliente es difícil y mantenerlo comprometido aún, es más, la finalidad es tener clientes comprometidos y satisfechos, la cual se da a base de esfuerzo por retenerlos y si lo fallas en algún momento lo perderás para siempre.

### *Características de atención al cliente*

Villacorta (2018) menciona los siguientes: a) habilidad para escuchar, donde el encargado de atender al cliente debe saber escuchar todas las necesidades, a la vez se debe plantear las respuestas mientras la cliente conversa; b) habilidades para preguntar, para ello se debe saber hacer preguntas precisas y asertivas; c) responsable, tener en cuenta todas las responsabilidades que se debe afrontar; d) preciso, se debe brindar información precisa y seguro; e) puntual, atender en menor tiempo posible.



### *Importancia de la atención al cliente*

La importancia de la atención al cliente radica en tener bien en claro brindar una mejor atención para tener clientes fidelizados y que recomienden a otros clientes o consumidores, donde la competencia no saque provecho y fortalecer la diferenciación frente a otras empresas de la competencia (Villacorta, 2018).

#### 2.2.2. Gestión de calidad

La gestión de calidad es un conjunto de procedimientos destinados a mejorar los procedimientos técnicos y gerenciales, garantizando de excelencia en los productos y servicios en los procesos internos de una empresa, la finalidad es crear productos o servicios de alta calidad y de alto rendimiento en el mercado, que cumpla y supere las expectativas de los clientes, donde un cliente bien atendido, es un cliente fiel y que nos hará publicidad de boca a boca (Riquelme, 2017).

Cortes (2017) indica las siguientes pautas para emplear en una gestión en la calidad: El abastecimiento de las actividades de las organizacionales; el compromiso de los trabajadores; el conocimiento del puesto y responsabilidades y la integración de los trabajadores. La gestión de calidad tiene alcances en todas las organizaciones, ya que todas las actividades que se realizan tienen un solo objetivo empresarial, y donde deben estar comprometidos los trabajadores y los propietarios de las empresas para que puedan tener un respaldo de todo, y asimismo abastecer y brindar los recursos necesarios para poder realizar todas las actividades relacionadas a una buena gestión de calidad.

### *Importancia de aplicar la gestión de calidad*

El autor Cortés (2017) menciona que la importancia de aplicar la gestión de calidad es mejorar los productos y los servicios ofrecidos. A la vez, aplicando este sistema rompe

las barreras entre los departamentos gerenciales, departamentos de línea y los operarios, donde se establecen mejores relaciones interpersonales y laborales para poder alcanzar los objetivos organizacionales, asimismo aplicando el sistema de calidad se previene todos los posibles riesgos.

#### *Elementos de la gestión de calidad*

Para Cortés (2017) señala que los elementos que debe tener una buena gestión de calidad son: Establecer políticas de calidad; planificación de las actividades; organización de los departamentos y establecer a los representantes de la dirección de calidad.

#### *Alcances de la gestión de calidad*

El autor Cortés (2017) señala que la gestión de calidad tiene alcances en todas las organizaciones, ya que todas las actividades que se realizan tienen un solo objetivo empresarial, y donde deben estar comprometidos los trabajadores y los propietarios de las empresas para que puedan tener un respaldo de todo, y asimismo abastecer y brindar los recursos necesarios para poder realizar todas las actividades relacionadas a una buena gestión de calidad.

#### 2.2.3. MYPES

La Ley N° 28015 ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa (MYPE) menciona en el Artículo 2 que la micro y pequeña empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica bajo cualquier forma empresarial, que está contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o la prestación de servicios.

### *Características de las MYPE*

La Ley N° 30056 en el Artículo 5 menciona las características de las MYPES, donde todas las empresas según esta la Ley se clasifican de acuerdo a las de ventas anuales donde las micro y pequeñas empresas va desde 1 UIT (Unidad Impositiva Tributaria) hasta 150 UIT, asimismo las pequeñas empresas van desde las 151 UIT hasta las 1700 UIT como máximo. Así mismo se considera que cada año va cambiando el valor de la UIT (Unidad Impositiva Tributaria), por lo tal el valor actual de un UIT es de 4300 soles.

#### 2.2.4. Restaurantes

Es un conjunto de empresas creadas con la finalidad de ofrecer servicios de venta principalmente de comidas, bebidas y en algunos lugares con servicios hoteleros, los restaurantes se clasifican de acuerdo al tipo, tamaño, servicio ofrecido y calidad de sus productos destinados, cada una de ellos enfocados a satisfacer las necesidades básicas como es la alimentación según el gusto, preferencia y deseos de los clientes. La gran mayoría de los restaurantes ofrecen platos de muchas variedades de comidas, músicas y ambientes decorados este tipo de establecimientos comerciales acuden clientes en forma personal, familiar o entre amigos (Flores, et al, 2016).

### Marco conceptual

#### *Calidad*

Es la capacidad de satisfacer las necesidades de los productos y servicios que ofrece una empresa y cumple con las perspectivas del cliente (Gastalver, 2017).

### *Gestión de calidad*

Es un conjunto de actividades que tiene como fin de brindar y asegurar la calidad en su máxima extensión a través de técnicas, herramientas y estrategias que son diseñadas mediante un plan y puestas en marcha (Lisan,2016).

### *Calidad de servicio*

Es el conjunto de actividades que recorre desde la aparición de la necesidad económica hasta la satisfacción del cliente utilizando los estándares de calidad el todo el proceso (Lisan, 2016).

### *Atención al cliente*

Se dice a una serie de actividades para relacionarse con los clientes, con la finalidad de que el cliente obtenga los productos o servicios en el momento y lugar adecuado ofreciendo un buen ambiente y atendiendo lo que solicitan ya sean bienes o servicios (Lisan, 2016).

### *Cliente*

Es toda persona que adquiere los productos o servicios que brinda el mercado con la finalidad de satisfacer sus necesidades (Torres, 2018).

### *Satisfacción del cliente:*

Se refiere cuando cumple al cliente un servicio con calidad, dónde se pudo satisfacer sus deseos, expectativas y necesidades (Torres, 2018).

### *Servicio*

Se definirse como un conjunto de actividades intangibles que se realizan para cubrir diferentes necesidades de los clientes, la cual se da mediante la interacción del cliente y empleado (Torres, 2018).

### *Micro empresa*

Son Organizaciones que se clasifican a través de sus ventas anuales las cuales son considerados desde 1 UIT hasta 150 UIT y que cuentan con una razón social (SUNAT, 2017).

### *Restaurantes*

Se define como un tipo comercio que ofrece diversas comidas y bebidas para su consumo en el establecimiento. Dicho consumo debe ser pagado por el cliente (López, 2019).

## 2.3 Hipótesis

Según Hernández et al., (2014) menciona que el hecho de formular o no la hipótesis depende de un valor esencial y el alcance inicial del estudio. Donde las investigaciones que llevan hipótesis son aquellas cuyo planteamiento define que su alcance será correlacional o causal y no las que tienen alcance descriptivo, por lo tanto, en esta investigación no se formula la hipótesis porque no se mostrarán las características de la variable en estudio, no se experimentará el impacto que tiene una variable respecto a otra (Bernal, 2010).

## 2.3 Variables.

En la presente investigación solo tuvo un solo variable que es atención al cliente por lo tanto no se observa variable independiente o dependiente.

### **III. Metodología**

#### 3.1 El tipo y el nivel de investigación

##### 3.1 El tipo de investigación

Es de tipo cuantitativo, porque permite medir las características de la variable, permitiendo encontrar las respuestas adecuadas para la explicación de los resultados, es decir los resultados serán medibles (Bernal, 2010).

##### 3.1 Nivel de la investigación de la tesis

El nivel de investigación es descriptivo, porque se describió las características fundamentales de la variable y la línea de investigación en estudio. Refiere Bernal (2010) que las investigaciones descriptivas muestran, narran situaciones o características de un objeto de estudio.

#### 3.2 El diseño de la investigación

Es no experimental, ya que según Palella y Martins (2015), el diseño no experimental es el que se realiza sin manipular en forma deliberada ninguna variable. Se observan los hechos tal y como se presentan en su contexto real y en un tiempo determinado o no, para luego analizarlos. Es transversal porque que se mide a la vez la prevalencia de la exposición y del efecto en una muestra poblacional en un solo momento en un tiempo único, con el fin de describir el variable (Salman, 2017).

#### 3.3 Población y muestra

Según Tamayo (2009) menciona a la población como la totalidad del fenómeno a estudiar donde las unidades de población poseen una característica común la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación. Por lo tanto, en la presente investigación la población son los 23 gerentes de las MYPES del rubro restaurantes

del distrito de Pomabamba. Ver el anexo F, de ellos se recopiló la información en estudio.

Muestra Según Hernández et al., (2014), expresa que si la población es menor a cincuenta (50) individuos, la población es igual a la muestra. Por lo mencionado en esta investigación la muestra es censal.

### 3.4 Definición y operacionalización de variables e indicadores

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala	Instrumento
Atención al cliente	Actividades desarrolladas por la empresa con orientación al mercado encaminadas a identificar las necesidades de los clientes en la compra para satisfacerlas, logrando de este modo cubrir con las expectativas y por lo tanto incrementar la satisfacción de los clientes (Villacorta, 2018)	Para el logro de los objetivos empresariales se tiene que enfocar al cliente como escuchar sus necesidades, brindar asesoramiento para la adquisición, dando respuesta a sus inquietudes ofrecer garantía de venta así lograr el compromiso de retorno.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Escucha</li> <li>• Asesoramiento</li> <li>• Respuesta</li> <li>• Garantía</li> <li>• Compromiso</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Escucha del cliente</li> <li>• Búsqueda de deseos</li> <li>• Estrategias de retención</li> <li>• Conocimiento</li> <li>• Costo del producto</li> <li>• Eficiencia</li> <li>• Fluidez</li> <li>• Cálculo de tiempo</li> <li>• Calidad</li> <li>• Reconocimiento</li> <li>• Experiencia</li> <li>• Cordialidad</li> <li>• Identificación</li> <li>• Búsqueda de sugerencias y reclamos</li> </ul>	<p>Liker</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nunca</li> <li>• Algunas veces</li> <li>• siempre</li> </ul>	Cuestionario

*Fuente:* Elaboración Propia.



### 3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

#### 3.5.1 Técnica

En la presente investigación se utilizó la técnica de las encuestas, ya que por medio de ellas se obtiene datos que permitir realizar cuadros estadísticos (Hernández, at et., 2014).

#### 3.5.2 Instrumento

Como instrumento de recopilación de información se utilizó el cuestionario, el cual nos permitió obtener los datos necesarios de la variable a través de un conjunto de preguntas diseñadas para alcanzar los objetivos de la investigación. Refiere Bernal (2010) que los cuestionarios permiten estandarizar y uniformizar el proceso de recopilación de datos.

### 3.6 Plan de análisis

El procedimiento que se llevó a cabo para la recolección de datos y posterior análisis es el siguiente: aplicación del cuestionario a los 23 gerentes de los restaurantes del distrito de Pomabamba, previa aceptación del consentimiento informado; luego se dio el procesamiento de dicha información para su posterior análisis e interpretación de los resultados, para este proceso se dio uso de bases de datos como el Excel y el SPSS versión 22.

### 3.7 Matriz de consistencia

**Título:** Propuestas de mejora de los factores relevantes en atención al cliente para gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes del distrito de Pomabamba, 2021

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variable	Metodología y diseño de la investigación	Instrumento y procesamiento
¿Cuáles son las propuestas de mejora de los factores relevantes en atención al cliente para gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes del distrito de Pomabamba, 2021?	<p>General: Establecer propuestas de mejora de los factores relevantes de atención al cliente para la gestión de calidad en las en las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes del distrito de Pomabamba, 2021.</p> <p>Específicos:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Identificar las principales características de los representantes de los MYPES rubro restaurantes, 2021</li> <li>Caracterizar la escucha para el logro de calidad en las MYPES rubro restaurantes</li> <li>describir el asesoramiento para el logro de calidad en las MYPES rubro restaurantes, 2021</li> <li>Identificar la respuesta para el logro de calidad en las MYPES rubro restaurantes, 2021</li> <li>Describir la garantía para el logro de calidad en las MYPES rubro restaurantes, 2021</li> <li>Identificar el compromiso para el logro de la calidad en las MYPES rubro restaurantes, 2021.</li> <li>Elaborar el plan de mejora de los factores relevantes de atención al cliente para la gestión de calidad en las MYPES rubro restaurantes, 2021.</li> </ol>	En este nivel de investigación según el autor ( Bernal,2010) no hay hipótesis por ser de nivel descriptivo	Atención al cliente	<p>Tipo de investigación: Cuantitativo.</p> <p>Nivel de investigación: Descriptivo.</p> <p>Diseño de la investigación: No experimental- Transversal.</p> <p>Población: 23 gerentes de las empresas de rubro restaurantes.</p> <p>Muestra: Censal</p>	<p>Técnica: Encuesta.</p> <p>Instrumento: Cuestionario.</p>

### 3.8 Principios éticos

El presente trabajo se realizó acorde a los principios éticos que establece el código de ética para la investigación de la ULADECH católica:

***Principio de protección a las personas***, para presente investigación se utilizó el protocolo del Consentimiento informado (Ver anexo N°3), las cuales fueron firmado por todas las personas que conforman la muestra de este estudio. En caso que los participantes no desean o tienen dificultades para firmar dicho documento, se aplicó diversas estrategias en el que se evidencie el consentimiento para ser parte de esta investigación. Por medio del consentimiento informado se comunica claramente el propósito de la investigación, así como también se les informó que cada uno de ellos se pueden retirar en cualquier momento de la investigación sin perjuicio alguno, o también pueden abstenerse de contestar alguna de las preguntas, así mismo se les hizo la mención que los datos recolectados quedarán disponibles para futuras investigaciones. No participaron menores de edad en esta investigación, tampoco se solicitó autorización a la empresa, porque no se aplica la encuesta a los trabajadores de la organización, el cuestionario se dirigió para los gerentes o representantes de los MYPES, que dieron su aceptación a través del consentimiento informado. Cabe mencionar que esta investigación tiene como muestra a los representantes de los restaurantes del distrito de Pomabamba.

***Principio de beneficencia y no maleficencia***, en esta investigación por su naturaleza descriptiva de estudio no pone en riesgo alguno a los participantes ni al investigador, la cual se le informó durante el recojo de información. Lo que se busca en todo momento es

agrandar los beneficios a favor de la investigación, sin dañar los derechos de los participantes.

***Principio de justicia***, la información de resultados obtenidos de la investigación estará disponibles luego del término de la investigación, a los participantes que tienen interés por los resultados y desean usarlos en sus empresas se les facilitará dicha información por el medio que lo requieran, a través de correos electrónicos y otros medios, de la misma forma a las personas partícipes de esta investigación se les brindará el mismo trato de respeto, consideración e información de aquello que requieran.

***Principio de integridad científica***, las identidades de los participantes de esta investigación son confidenciales y anónimas. No se utilizó en esta investigación los equipos electrónicos, mecánicos, médicos entre otros, por ello no se establecerán protocolos de seguridad para el uso de estos equipos; también se hace conocer a los participantes que la información obtenida quedará en custodia del investigador por un lapso de cinco años, y solo serán usados únicamente para esta investigación. No se realizó técnicas de recolección de datos distintos al cuestionario. Cualquier aspecto que genere conflictos de interés son resueltos antes de iniciar el trabajo de campo, así se garantizó que no sucedan situaciones que puedan afectar al estudio o a la comunicación de resultados.

***Principio de libre participación y derecho a estar informado***, Se solicitó expresamente el consentimiento informado a cada participante, así como también se le indicó la atención de sus dudas y consultas referente a la investigación para clarificar oportunamente durante o después de la investigación.

***Principio cuidado del medio ambiente y a la biodiversidad***, esta investigación no tiene como muestra animales, plantas ni se realizarán aplicaciones en el medio ambiente, tampoco se afectará la biodiversidad como parte del estudio, por ello no se declaran los daños, riesgos o beneficios potenciales que se pueda tener sobre ellos.

## IV. Resultados

### 4.1 Resultados

**Tabla 1**

*Características de los representantes del rubro restaurantes del distrito de Pomabamba, 2021.*

Características de los representantes	Frecuencia Absoluta (N)	Frecuencia Relativa (%)
<b>Edad</b>		
18 a 30 años	5	21.74
31 a 50 años	7	30.43
51 a más años	11	47.83
<b>Total</b>	<b>23</b>	<b>100.00</b>
<b>Género</b>		
masculino	10	43.48
femenino	13	56.52
<b>Total</b>	<b>23</b>	<b>100.00</b>
<b>Grado de instrucción</b>		
primaria	2	8.70
secundaria	12	52.17
superior no universitaria	8	34.78
superior universitaria	1	4.35
<b>Total</b>	<b>23</b>	<b>100.00</b>
<b>Cargo que desempeña</b>		
dueño	23	100.00
gerente	0	0.00
administrador	0	0.00
<b>Total</b>	<b>23</b>	<b>100.00</b>
<b>Tiempo en el cargo</b>		
0 a 3 años	2	8.70
4 a 6 años	11	47.83
7 años a mas	10	43.48
<b>Total</b>	<b>23</b>	<b>100.00</b>

*Nota.* Cuestionario aplicado a las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes del distrito de Pomabamba (2021).

**Tabla 2**

*Características de los factores relacionados con la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes del distrito de Pomabamba, 2021.*

Características de la gestión de calidad	Frecuencia Absoluta (N)	Frecuencia Relativa (%)
Escucha lo que el cliente busca		
siempre	20	86.96
Algunas veces	3	13.04
Nunca	0	0.00
Total	23	100.00
Conocimiento de los deseos del cliente		
siempre	23	100.00
Algunas veces	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	23	100.00
Utilización de estrategias para retener cliente		
siempre	20	86.96
Algunas veces	3	13.04
Nunca	0	0.00
Total	23	100.00
Utilización de la base de datos		
siempre	12	52.17
Algunas veces	9	39.13
Nunca	2	8.70
Total	23	100.00
Servicio acorde al costo		
siempre	21	91.30
Algunas veces	2	8.70
Nunca	0	0.00
Total	23	100.00
Práctica de la eficiencia en la atención		
siempre	21	91.30
Algunas veces	2	8.70
Nunca	0	0.00
Total	23	100.00

**Tabla 2**

*Características de los factores relacionados con la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes del distrito de Pomabamba, 2021.*

Características de la gestión de calidad	Frecuencia Absoluta (N)	Frecuencia Relativa (%)
Fluidez de la comunicación		
siempre	18	78.26
Algunas veces	5	21.74
Nunca	0	0.00
Total	23	100.00
Cálculo del tiempo que demora en brindar un servicio		
siempre	10	43.48
Algunas veces	10	43.48
Nunca	3	13.04
Total	23	100.00
Cumplimiento de los estándares de calidad con los productos ofertadas		
siempre	21	91.30
Algunas veces	2	8.70
Nunca	0	0.00
Total	23	100.00
Reconocimiento del servicio brindado		
siempre	6	26.09
Algunas veces	13	56.52
Nunca	4	17.39
Total	23	100.00
Experiencias para mejorar el servicio		
siempre	16	69.57
Algunas veces	7	30.43
Nunca	0	0.00
Total	23	100.00
Cordialidad en la atención		
siempre	18	78.26
Algunas veces	5	21.74
Nunca	0	0.00
Total	23	100.00



**Tabla 2**

*Características de los factores relacionados con la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes del distrito de Pomabamba, 2021.*

Características de la gestión de calidad	Frecuencia Absoluta (N)	Frecuencia Relativa (%)
<b>Fidelización de los clientes</b>		
siempre	12	52.17
Algunas veces	11	47.83
Nunca	0	0.00
Total	23	100.00
<b>Atención de sugerencias y reclamos para mejorar el nivel de servicio</b>		
siempre	6	26.09
Algunas veces	12	52.17
Nunca	5	21.74
Total	23	100.00
<b>Calidad de trabajo</b>		
siempre	21	91.30
Algunas veces	2	8.70
Nunca	0	0.00
Total	23	100.00
<b>Ayuda de la gestión de calidad para alcanzar los objetivos y metas</b>		
siempre	18	78.26
Algunas veces	5	21.74
Nunca	0	0.00
Total	23	100.00

*Nota.* Datos tomados del cuestionario aplicado a los representantes de los restaurantes del distrito de Pomabamba (2021).

**Tabla 3**

*Elaboración del plan de mejora de los factores relacionados con la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes del distrito de Pomabamba, 2021.*

PROBLEMA	CAUSA	ACCION MEJORADA	RESPONSABLE
El 47.83% que indica la avanzada edad de los representantes de la empresa le hacen tener miedo a los nuevos retos e innovaciones.	-El conformismo -Falta de decisión -miedo al cambio	Solicitar apoyo profesional para un asesoramiento en temas de atención al cliente y gestión de calidad	Representante legal
El 52.17% de los dueños tienen sólo estudios secundarios	-No aplican estrategias empresariales - Malos manejos económicos -Desconocimiento en actividades empresariales	Capacitarse en temas de: Estrategias competitivas, financieras y empresariales	Representante legal
El 39.13% de los dueños poco o nada utilizan base de datos del servicio que ofrece	-Desconocimiento del tema - Conformismo - Falta de capacitación	Solicitar apoyo profesional para un asesoramiento en temas de atención al cliente y gestión de calidad	Representante legal
El 43.48% de las MYPES lleva un control de tiempo de demora en brindar un servicio	-Falto de interés -Desconocimiento de la importancia -Conformismo	Implementación con recursos tecnológicos para llevar adecuado control de tiempo y capacitación sobre temas de atención	Representante legal
El 56.52 % de los dueños indica que solo algunas veces recibe reconocimientos del servicio ofertado	-Clientes no satisfechos - Mala calidad -Desconocimiento del sobre tema	Solicitar apoyo profesional para un asesoramiento en temas de atención al cliente y gestión de calidad	Representante legal
El 47.83% considera que solo algunas veces busca tener clientes fieles a la empresa	-Falta de capacitación -Desconocimiento Sobre el tema	Solicitar apoyo profesional para un asesoramiento en temas de atención al cliente y gestión de calidad	Representante legal
El 52.17% de los dueños poco o nada considera atención de reclamos y sugerencias	-Falta de interés -Desconocimiento sobre la importancia -Falta de control y supervisión	Solicitar apoyo profesional para un asesoramiento en temas de atención al cliente y gestión de calidad	Representante legal

*Nota.* Datos tomados del cuestionario aplicado a los representantes de los restaurantes del distrito de Pomabamba (2021).

## **Plan de mejora**

### **1.- Datos generales**

- **Nombre o razón social:** Dirigido a los restaurantes del distrito de Pomabamba
- **Giro de la empresa:** Servicio de alimentación – restaurantes.
- **Dirección:** Distrito de Pomabamba, provincia de Pomabamba.
- **Nombre del representante:** Propietarios de los restaurantes.

### **2.- Misión**

Brindar a los clientes una buena atención en todo el servicio que brinda otorgándole un servicio de calidad en cada uno de los platos gastronómicos ofrecidos.

### **3.- Visión**

Ser empresas gastronómicas líderes del mercado del distrito y reconocidos en el ámbito local, regional y nacional en la preparación de platos típicos de la región.

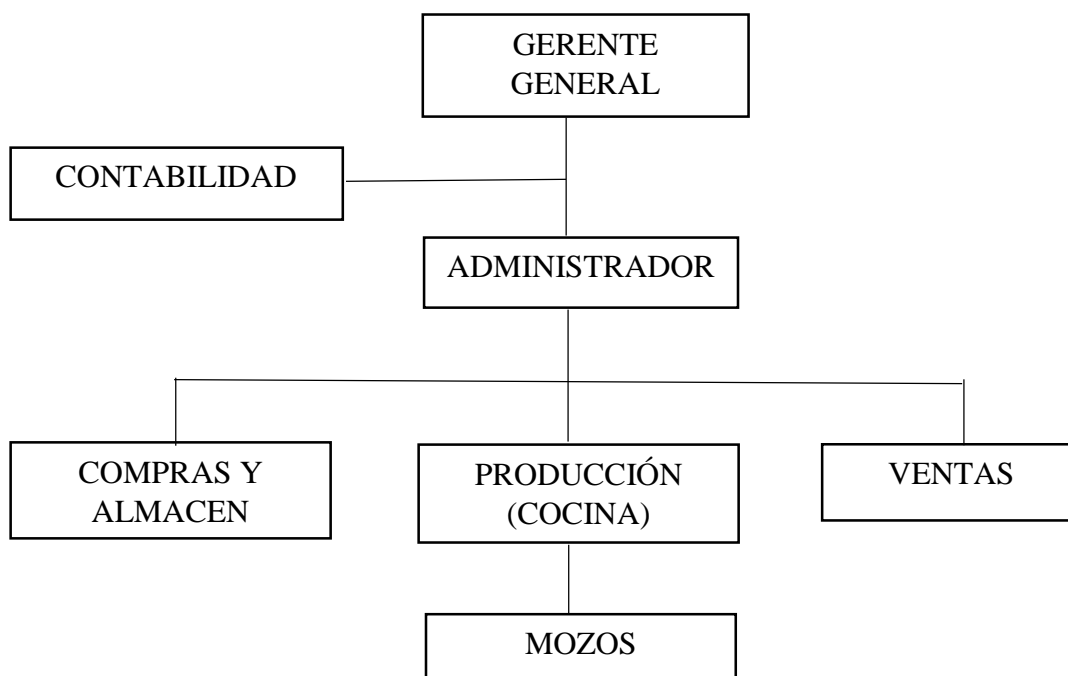
### **4.- Objetivos empresariales**

- Ser identificados como el mejor restaurante de la localidad.
- Cumplir con los clientes ofreciendo un servicio de calidad y tiempo oportuno de entrega, logrando su fidelización.
- Interrelación con el personal, proveedores y clientes con innovaciones tecnológicas, trabajo en equipo y capacitaciones.
- Practicar responsabilidad social con el cuidado del medio ambiente.

## 5.- Productos y/o servicios

Ofrecer los platos típicos de la región como: Chica en caldo, cuyada, arroz con pollo, lomo saltado, tallarines verdes, milanesa de pollo, puchero, frejolada de pato, costillares, combinado, ceviche entre otros. Asimismo, dentro de las oportunidades contar con la modalidad delivery e implementar un sistema de aplicación móvil del restaurante, donde además se acepten comentarios, sugerencias y quejas, para poder estar en la mejora continua en el servicio ofrecido.

## 6.- Organigrama recomendado para los restaurantes del distrito de Pomabamba



## 6.1- Descripción de funciones

Cargo	Gerente general
Perfil	<ul style="list-style-type: none"><li>• Licenciado en administración o carrera afines</li><li>• Experiencia mínima de 3 años en el cargo</li><li>• Capacitaciones</li></ul>
Funciones	<ul style="list-style-type: none"><li>• Planificar las actividades, previa coordinación con las demás áreas.</li><li>• Contralor la rentabilidad y las utilidades de la empresa.</li></ul>
Cargo	Contador
Perfil	<ul style="list-style-type: none"><li>• Contador público colegiado</li><li>• Experiencia mínima de 1 año</li></ul>
Funciones	<ul style="list-style-type: none"><li>• Realizar el pago de impuestos a SUNAT.</li><li>• Control de comprobantes de pago (boleta, factura, etc).</li><li>• Informar sobre el estado de situación financiera de la empresa</li></ul>
Cargo	Administrador
Perfil	<ul style="list-style-type: none"><li>• Licenciado en Administración o carrera a afines.</li><li>• Experiencia mínima de 2 años en el cargo.</li></ul>
Funciones	<ul style="list-style-type: none"><li>• Coordinar y ejecutar las actividades planificadas.</li><li>• Reclutamiento, selección y evaluación del personal.</li><li>• Gestionar pagos de los recibos básicos u otros gastos a realizar.</li></ul>
Cargo	Almacenero
Perfil	<ul style="list-style-type: none"><li>• Secundaria completa y/o técnico.</li><li>• Experiencia mínima de 1 año en el cargo.</li><li>• Capacitaciones en programa de higiene y saneamiento.</li></ul>
Funciones	<ul style="list-style-type: none"><li>• Gestionar las compras para la producción del día.</li></ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar la rotación de los alimentos perecibles y no perecibles</li> <li>• Realizar el llenado de Kardex de los PEPS</li> </ul>
Cargo	Cocinero
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Secundaria completa y/o técnico.</li> <li>• Experiencia mínima de 2 años en el cargo.</li> <li>• Capacitaciones en alguna especialidad.</li> <li>• Capacitaciones en programa de higiene y saneamiento</li> </ul>
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar la preparación de los alimentos para el menú del día.</li> <li>• Verificar que los insumos que utiliza están en buenas condiciones para su preparación.</li> <li>• Coordinar con el almacenero los insumos faltantes</li> </ul>
Cargo	Mozos
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Secundaria completa y/o técnico.</li> <li>• Experiencia mínima de 6 meses en el cargo</li> </ul>
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Atender a los clientes</li> <li>• Verificar que las mesas, sillas y enseres estén limpias</li> </ul>
Cargo	Área de ventas
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Secundaria completa y/o técnico.</li> <li>• Experiencia mínima de 1 año en el cargo.</li> </ul>
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Emitir los comprobantes de pago ya sean boletas y facturas.</li> <li>• Llevar el control interno de ingresos y egresos de la empresa</li> </ul>

## 7.- Diagnóstico general de los restaurantes del distrito de Pomabamba

<b>Análisis FODA</b>	<b>Oportunidades</b>	<b>Amenazas</b>
<b>Restaurantes del distrito de Pomabamba</b>	(O1) Aumento de la población en la ciudad. (O2) Nuevos inversionistas (O3) Mejora de ingresos económicos de la población. (O4) Servicios de delivery	(A1) Pérdida de la mercadería. (A2) Aumento de precios por parte de los proveedores. (A3) Nuevos locales (competencia) (A4) Demora en las entregas
<b>Fortalezas</b>	<b>Estrategias F-O</b>	<b>Estrategias F-A</b>
(F1) Precios accesibles (F2) Cartera de clientes fijos (F3) Posicionamiento en el mercado (F4) Capital propio	(F1) (O1): Innovación en la creación de nuevos platos, y/o presentación y/o atención en el restaurante. (F2) (O2): Crear una base de datos de los clientes y buscar capital económico para mejorar la atención. (F3) (O3): Incremento de nuestros niveles de venta. (F4) (O4): Obtención de financiamiento para la creación de un área de Delivery.	(F1) (A1): Coordinación del área de logística con los proveedores (previsión de materia prima) (F2) (A2): Crear vínculos y nuevas relaciones con otros proveedores, para que no sean afectados al usuario final. (F3) (A3): Innovar en la presentación y mejorar en la atención mediante las capacitaciones. (F4) (A4): Capacitar al personal que labora para que la atención sea rápida y muy amena
<b>Debilidades</b>	<b>Estrategias D-O</b>	<b>Estrategias D-A</b>
(D1) Poco capital económico (D2) Poco conocimiento de la gestión de calidad y atención al cliente (D3) Rotación de personal (D4) Atención parcialmente	(D1) (O1): Crear políticas de contratación al personal (reclutamiento, selección, contratación y capacitación). (D2) (O2): Capacitación de temas sobre atención al cliente y gestión de calidad, para la captación, no solo de clientes, además de socios estratégicos. (D3) (O3): Desarrollo de software para controlar las actividades de la empresa, y la evaluación periódica del personal que labora. (D4) (O4): Generar ventas en modo delivery, la creación de nuevos mercados, y que la atención sea en su totalidad.	(D1) (A1): Obtención de financiamiento a entidades bancarias o nuevos socios, para el asesoramiento correspondiente. (D2) (A2): Buscar asesoramiento para poder gestionar de la manera adecuada, los pedidos, insumos y materiales con los proveedores. (D3) (A3): Iniciar programas de capacitación a los representantes, y a los trabajadores en atención al cliente y en gestión de calidad. (D4) (A4): Creación de un área de delivery para la atención a domicilio

## 8.- Plan de mejora

INDICADOR	PROBLEMA	CAUSAS	ACCION DE MEJORA
Edad del representante	La edad muy avanzada de los representantes le hace tener miedo de iniciar nuevos proyectos o innovaciones	- Falta de iniciativa - Temor al cambio - Conformismo	Solicitar asesoramiento externo (administradores u otros profesionales) en gestión de calidad y atención al cliente
Grado de instrucción	El 52.17% de los representantes solo cuentan con estudios de nivel secundaria	-No aplican estrategias empresariales - Malos manejos económicos -Desconocimiento en actividades empresariales	Capacitarse en temas de: Estrategias competitivas, financieras y empresariales
Uso de base de datos	El 39.13% de los dueños poco o nada utilizan base de datos del servicio que ofrece	-Desconocimiento del tema - Conformismo - Falta de capacitación	Solicitar apoyo profesional para un asesoramiento en temas de gestión de calidad y atención al cliente
Control de tiempo de atención	El 43.48% de las MYPES lleva un control de tiempo de demora en brindar un servicio	-Falta de interés -Desconocimiento de la importancia -Conformismo	Implementación con recursos tecnológicos para llevar adecuado control de tiempo y capacitación sobre temas de atención
Reconocimiento del servicio	El 56.52 % de los dueños indica que solo algunas veces recibe reconocimientos del servicio	-Clientes no satisfechos - Mala calidad -Desconocimiento del sobre tema	Solicitar apoyo profesional para un asesoramiento en temas de gestión de calidad y atención al cliente
Fidelización de clientes	El 47.83% considera que solo algunas veces busca tener clientes fieles a la empresa	-Falta de capacitación -Desconocimiento Sobre el tema	Solicitar apoyo profesional para un asesoramiento en temas de gestión de calidad y atención al cliente
Atención de reclamos y sugerencias	El 52.17% de los dueños poco o nada considera atención de reclamos y sugerencias	-Falta de interés -Desconocimiento sobre la importancia -Falta de control y supervisión	Solicitar apoyo profesional para un asesoramiento en temas de gestión de calidad y atención al cliente

*Nota.* Datos tomados del cuestionario aplicado a los representantes de los restaurantes del distrito de Pomabamba (2021).



9.- Recursos

N°	Estrategias	Recursos			
		Humanos	Económicos	Tecnológicos	Tiempo
1	Solicitar asesoramiento externo (administradores u otros profesionales) en gestión de calidad y atención al cliente.	Asesoría (Administrador)	S/ 500.00	-Computadora -Proyector multimedia	Trimestral (4 capacitaciones al año)
2	Capacitación en temas de: creación de empresas, la mejora continua, y planeamiento estratégico	Representante	S/ 200.00	-Computadora -Proyector multimedia	Trimestral (4 capacitaciones al año)
3	Solicitar asesoramiento externo para la implementación en el establecimiento de gestión de la calidad y BPM.	Asesoría (Administrador)	S/500.00	-Computadora -Software	Semestral
4	Establecer un programa de selección de personal (evaluación de perfiles), y de evaluación del desempeño.	Personal Representante	S/500.00	Software	Trimestral
5	Establecer un programa de capacitación de atención al cliente para los trabajadores y representantes	Personal Representante	S/ 400.00	Software	Trimestral

#### 4.2. Análisis de resultados

Tabla 1. Características de los representantes del rubro restaurantes del distrito de Pomabamba, 2021.

-El 48.83% de los representantes encuestados tiene de 51 a más años, corrobora con Villa (2019) que sus representantes tienen de 53,33% tienen de 31 – 50 años de edad, contrasta con Rosas (2019) que el 66,67% tienen una edad de 31 a 50 años, asimismo contrasta con Barbeito (2019) que el 30.49% tiene de 46 a 55 años de edad, estos resultados indica que las representantes del rubro restaurantes del distrito de Pomabamba son personas adultas, con muchos años en el rubro y con la experiencia necesaria para estar a cargo.

-El 56.52% de los representantes encuestados son de sexo femenino, lo cual corrobora con Gerónimo (2019) que el 62,5 % de los representantes de las MYPES son femeninas y se aproxima a Cayas (2019) que el 61.54% son de sexo femenino, así mismo coincide con Rosas (2019) que el 60,61% son mujeres, la representación mayoritaria de las empresas del rubro restaurantes está a cargo de las mujeres, dado que tienen una permanencia en el mercado tan competitivo para llevar adelante el crecimiento empresarial, sin dejar de la lado el género masculino para el éxito empresarial.

-El 52.17 % de los representantes tienen el grado de instrucción secundaria, lo cual aproxima con Barbeito (2019) que el 47,56% tienen estudios secundarios, asimismo contrasta con Cayas (2019) que el 46.15% tienen estudios secundarios, contrasta con Rosas (2019) que el 42.42% tienen estudios secundarios, los empresarios de esta ciudad a pesar de tener un grado de educación bajo nunca se han dado por vencido y decidieron alcanzar sus objetivos, la cual

indica que no importa el grado de educación o tener una posición económica mayor para emprender un negocio, ya que de una forma práctica como ellos empezaron se han logrado mantener en el mercado.

-El 100.00 % de los representantes son los dueños, la cual corrobora con Cayas (2019) que el 100% indican ser los dueños, asimismo coincide con Villa (2019) que el 100% de los dueños administran la empresa, por lo tal se entiende que los dueños de la empresa están a la dirección de sus organizaciones, instituyendo sus planes y estrategias para un correcto funcionamiento empresarial, dado que toda empresa necesita de un gerente para direccionar, controlar y fomentar el crecimiento empresarial.

- El 47.83% de los encuestados indican estar en el cargo de la organización de 4 a 6 años, lo cual hace referencia que los dueños han desarrollado estrategias empíricas, pero le han dado resultados favorables para seguir manteniendo en el mercado, la cual demuestra que usando conocimientos básicos y mucha firmeza se puede lograr mantenerse en el mercado tan competitivo y generarse resultados favorables.

Tabla 2. Características de los factores relacionados con la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes del distrito de Pomabamba, 2021.

- El 86.96% de los representantes afirma que siempre escucha lo que el cliente busca lo cual contrasta con Rosas (2019) que el 93.94% señalan que el trabajador siempre está disponible para escuchar al cliente, con estos resultados encontrados se puede decir que a pesar de tener

sólo estudios secundarios y trabajar en forma empírica buscan satisfacer al cliente en sus necesidades, expectativas y gustos, vale decir que dichos resultados obtenidos por la mayoría vienen siendo cultivables desde tiempos muy antiguos y siempre dan resultados positivos en la sostenibilidad empresarial.

-El 100.00% de los encuestados afirma que siempre busca conocer los deseos del cliente, coincide con Cayas (2019) que el 100.00% siempre ofrecen productos que satisfacen las necesidades de sus clientes, esto nos permite conocer que los empresarios del rubro restaurantes tienen conocimiento de satisfacer al cliente y aplican para que puedan obtener mejores resultados así lograr tener clientes fieles a la organización y mismo para atraer nuevos clientes.

- El 86.96% de los representantes utiliza estrategias para retener clientes, esto nos permite conocer que los gerentes de los restaurantes del distrito de Pomabamba tienen cierto conocimiento sobre las estrategias para sus clientes vuelvan, y emplean para que puedan tener clientes fijos a su marca así lograr la fidelización del cliente y además buscar nuevos clientes a través de la información boca a boca.

- El 52.17% de los encuestados afirma que utilizan base de datos de los productos que ofrece, la cual favorece tener una información oportuna y exacta al consumidor, así mismo se puede decir que los representantes de las empresas del rubro restaurantes están conscientes de que usando una información oportuna y detallada ayudan a alcanzar los objetivos de crecimiento empresarial.

- El 91.30% de los encuestados afirma que el servicio brindado al cliente es acorde al costo del bien adquirido, esto debido a que muchos representantes del rubro restaurantes tienen ciertos conocimientos del costo del servicio que ofrecen, aun de manera primitiva han seguido fortaleciendo conocimientos de sus gastos de producción frente a la demanda del cliente potencial.

- El 91.30% de los representantes mencionan que existe eficiencia en la atención que brindan al cliente, dado que planifican sus actividades diarias para llegar a la eficiencia la cual favorece a alcanzar sus metas y objetivos de la empresa, de esta manera se puede decir que los representantes están conscientes de al ser eficientes logran tener más clientes y mayor rentabilidad.

- El 78.26% de los representantes encuestados afirma que dentro de la organización la comunicación es fluida a todo nivel, la cual se transmite al exterior llegando a los consumidores para brindarle una comunicación concreta, donde el cliente se sienta confianza y garantía llevando una buena experiencia al exterior.

- El 43.48.00% de los encuestados mencionan que realiza un cálculo de tiempo de servicio brindado, lo cual contrasta con Rosas (2019) el 51.52% señalan que no existe un tiempo establecido para atender al cliente, debido a ello se considera que el tiempo es de vital importancia dentro del ámbito empresarial, pero muchos empresarios no lo consideran como tal, la cual conlleva a la pérdida del cliente o cliente insatisfecho perjudicando fuertemente la oferta empresarial.

- El 91.30% de los representantes afirman que cumplen con estándares de calidad con los productos ofertados, la cual corrobora con Goicochea (2017) el 90% de los representantes legales encuestados que si tienen conocimiento en gestión de calidad ,dado que al decir calidad muchos se toman la idea de lo mejor, por esa razón muchos gerentes de las empresas buscan brindar lo mejor que puedan, algunos ya sea con conocimientos primordiales o avanzados pero el fin dar lo mejor que pueda para tener clientes satisfechos y fieles a la empresa.

- El 56.52 % de los representantes encuestados afirman que sólo algunas veces tienen reconocimientos del servicio brindado por los clientes, la cual indica mucho por trabajar para poder llegar a esos logros, y su eficacia brinda a las organizaciones su reconocimiento ya sea por su sabor y su costo accesible en el mercado, la cual permite posicionarse en el mercado.

- El 69.57% de los representantes encuestados afirman que siempre toman en cuenta experiencias pasadas para mejorar su servicio y lograr satisfacción de clientes, dado que si aplican experiencias pasadas evitan futuras dificultades, ya que siempre buscan no caer en lo mismo ante cualquier dificultad o debilidad empresarial, la cual ha permitido mejorar el rumbo empresarial del rubro restaurantes su permanencia en el mercado.

- El 78.26 % de los representantes encuestados afirma que siempre fomentan la cordialidad en la atención, lo cual corrobora con Rosas (2019) el 84.85% indican que el personal es comprensivo y amable con el cliente, el trato cordial al cliente es el resultado que ha alcanzado por brindar una buena atención logrando a tener clientes y consumidores

satisfechos así garantizando su pronto retorno, la cual indica que efectivamente han utilizado una buena gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente.

- El 52.17% de los encuestados mencionan que cuenta con clientes fieles a la marca, la cual da la información que aún existe grupos empresariales que toman poca importancia de satisfacer totalmente al cliente y así tener clientes fieles a la empresa, donde garantizar una buena gestión de calidad es tener cliente satisfecho.

- El 52.17% de los representantes encuestados afirma que solo algunas veces recoge sugerencias y reclamos del cliente, para mejorar su nivel de servicio, la cual contrasta con Rosas (2019) el 75.76% indican que no cuentan con un buzón de sugerencias, estos resultados menciona que la atención que ofrecen las organizaciones no solo permite conocer ser eficiente frente al cliente si no también cuando se recoge sus sugerencias y reclamos de sus clientes, dado que estas organizaciones realizan la búsqueda necesaria ante cualquier duda o inquietud de parte de sus consumidores, a la vez esto les ayuda a perfeccionar más en la calidad de sus productos y servicios que ofrecen los restaurantes,

- El 91.30% de los representantes manifiestan que siempre realizan el uso de calidad en las actividades diarias, estos resultados indica que ofreciendo productos y servicios de calidad al cliente trae consigo mayor rentabilidad empresarial ya que no tendrá pérdida de clientes ni clientes insatisfechos.

-El 78.26% de los representantes encuestados considera que siempre considera que la gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazados por la empresa, la cual corrobora con Goicochea (2017) el 90% de los representantes encuestados respondieron que si tienen

conocimiento en gestión de calidad, lo contrasta con Gerónimo (2019) 68.75% de las MYPES indicó que, si conocen el término gestión de calidad, de esta manera se puede mencionar que los dirigentes de las empresas son consecuentes de que realizando una buena gestión de calidad les ayudara a alcanzar las metas y objetivos trazadas en la planificación a inicio de cada periodo.

## **V. Conclusiones y recomendaciones**

### **5.1 Conclusiones**

La gestión de calidad relacionada con el uso de atención al cliente en la mayoría es realizada en forma correcta por parte de los representantes del rubro restaurantes del distrito de Pomabamba. Lo expuesto es porque gran parte de los representantes de las organizaciones que conforman este rubro consideran que están aplicando frecuentemente las dimensiones de la gestión de la calidad por medio del ciclo de la mejora continua las que se articulan con el uso de estrategias de la buena atención del cliente, finalmente estos resultados están orientados para que se tomen decisiones objetivas por parte de los responsables de estos negocios en función a las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas identificadas en la investigación, así aprovechándolas para mejorar la gestión de calidad por medio del uso de estrategias de atención al cliente.

La mayoría de los representantes de los MYPES tienen de 51 años a más de edad y son de género femenino, la mayoría tienen el grado de instrucción secundaria, en su totalidad de los representantes son dueños de la empresa y más de la mitad tiene de 4 a 6 años desempeñándose en el cargo, Estas características es porque la gran mayoría los



representantes de los MYPES del rubro restaurantes de la ciudad de Pomabamba son personas con poca preparación académica pero a pesar de ello vienen desempeñándose como dueños por más de 4 años, donde la mayoría son mujeres que buscan salir adelante frente las dificultades y adversidades. Esta información se orienta para que cada responsable de la empresa involucrada las conozca y tomen las medidas preventivas frente a las tendencias futuras en razón a estas características que marcaran el estilo de administración de los negocios del rubro en mención.

La mayoría de los representantes de las MYPES manifestaron que siempre escuchan lo que el cliente busca, en su totalidad tienen conocimiento los deseos del cliente, donde la mayoría utilizan ciertas estrategias para retener a los clientes con el apoyo de base de datos que brindan la información suficiente que el cliente busca, así mismo la mayoría absoluta refiere que el servicio que brinda es acorde al costo del producto, son eficientes en la atención y practican la fluidez en la comunicación con el cliente, la gran mayoría de los representantes siempre o solo algunas veces realiza el cálculo de tiempo que demora en brindar el servicio, pero si la mayoría cumple con control de estándares de calidad del servicio ofertado, sólo un grupo minoritario de los restaurantes reciben reconocimiento de servicio que brinda, la mayoría de los representantes toman en cuenta las experiencias ocurridas con anterioridad para mejorar el servicio y brindan un trato cordial en la atención, manifiestan que la gran mayoría cuentan con clientes fijos pero solo algunas veces atienden las sugerencias y reclamos para mejorar la atención, la mayoría de los representantes consideran que trabajan con el uso de la calidad y consideran que la gestión de calidad ayuda a cumplir los objetivos y metas empresariales, Todo esto ocurre porque los responsables de estas empresas buscan

aplicar en lo posible las estrategias de la buena atención del cliente con el fin de incrementar sus ventas, captar más clientes, consolidar relaciones muy duraderas brindando satisfacción al cliente. Los resultados obtenidos de los factores relevantes de atención al cliente están orientados para que los responsables de su aplicación se dirijan en mejorar aquellos indicadores de la variable abordada que todavía se encuentren en situaciones negativas.

Se elaboró un plan de mejora en base a los resultados obtenidos para poder conseguir estrategias apropiadas y alcanzables para poder mejorar la gestión de calidad de los restaurantes del distrito de Pomabamba.

## 5.2 Recomendaciones

Se recomienda que se realicen otros estudios de esta variable, pero orientados a investigar las opiniones de los clientes, para de esta forma tener la percepción de ellos respecto al atención que brinda una u otra empresa. Es importante que estas empresas realicen por lo menos una vez al año estudios relacionados con las necesidades de sus clientes, podría ser a través de encuestas de satisfacción o técnicas que permitan conocer sus necesidades, gustos y preferencias.

Capacitar en temas de gestión de calidad y atención del cliente para obtener mayores resultados en el servicio que ofrece para mejorar la atención al cliente, ya que brindando una buena atención se hace la diferencia de una empresa a de la otra y logra obtener clientes satisfechos y aseguran el regreso del cliente.

Crear un buzón de sugerencias vía online para recibir los reclamos y sugerencias de los clientes, de esa manera siempre mantener un contacto con los clientes, así mismo, ayudarán

a identificar los problemas o en que parte del proceso se está fallando para no brindar un servicio de calidad.

Aplicar el plan de mejora propuesto a los restaurantes del distrito de Pomabamba, que les permitirá mejorar las estrategias para que brinden un servicio de calidad, basándose en el enfoque de atención al cliente.

### **Referencias bibliográficas**

- Antúnez, L. (2017) *Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes, en la ciudad de Huarney, 2017*, [tesis de pregrado, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote]. <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000043053>
- Barbeito, C. (2019) *Caracterización de la formalización en las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro restaurantes del distrito de Huaraz, 2019*, [tesis pregrado, Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote]. <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000049325>
- Bernal Torres, C. A. (2010). *Metodología de la investigación: administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. Colombia: Paerson Educación
- Cayas, A. (2019). *Gestión de calidad con el uso del marketing y propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes, distrito Huacrachuco, 2019* [tesis pregrado, Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote]. <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000050475>
- Castro Florian, D. (2018) *Gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de la avenida camino real del distrito de Chimbote, provincia del Santa, año 2018* [tesis pregrado, Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote]. <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000050435>

- Chau, E. (29 de mayo de 2018). Produce: micro y pequeñas empresas aportan 24% al PBI nacional. *ANDINA: agencia peruana de noticias*.
- Cortés, J. (2017) *Sistemas de gestión de calidad (ISO 9001:2015)*, 1ra Edición Editorial ICB, España  
<https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?docID=5349794&query=gestion%2Bde%2Bcalidad%2Ben%2Bservicios>
- Escandon Silva, L. (2017) *Propuesta para la mejora de los servicios en el bar restaurante macho sports en plaza del sol en la ciudad de Guayaquil*. [tesis, Universidad de Guayaquil]. <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/18362/1/Tesis-Leonardo-Escandon-Calidad-de-Servicios.pdf>
- Gerónimo (2019) *La Atención al Cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Servicio, rubro restaurant, Centro Histórico, Trujillo, 2019*. [tesis, Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote]. <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000050417>
- Gestión (08 de 08 de 2018). Economía. *Un 67% de clientes se aleja de un servicio por mala atención*, pág. 1.
- Gastalver, C. (2017). *Calidad y servicios de proximidad en el pequeño comercio*. España: Elearning. <https://books.google.com.pe/books?id=4FxWDwAAQBAJ&pg=PA2&dq=Calidad+-+Gastalver>
- Goicochea, K. (2017) *La gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes del boulevard gastronómico del distrito de Villa María del Triunfo, provincia de Lima, departamento de Lima, período 2015*. [tesis] <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000042202>
- Hernández, R. S. Fernández. C.C y Baptista. P.L (2014). *Metodología de Investigación*. México: Interamericana editores S.A.  
<http://observatorio.epacartagena.gov.co/wpcontent/uploads/2017/08/metodología-de-la-investigación-sexta-edición>

- Instituto Nacional de Estadística e Informática (2018). *Negocios de restaurantes crecieron 2,10% en enero de este año y acumuló 10 meses de crecimiento continuo*. <http://m.inei.gov.pe/prensa/noticias/negocios-derestaurantes-crecieron-210-en-enero-de-este-ano-y-acumulo-10-meses-decrecimiento-continuo-10660/>
- López, O. (2019). *Restaurante*. <http://es.slideshare.net/oscarlopezregalado/restaurante-36969636>
- López, J. (2016). *Fracasan en México 75% de emprendimientos*. <http://www.elfinanciero.com.mx/empresas/fracasan-en-mexico-75-de-emprendimientos>
- Lisan, Á. (2016). *Calidad de Servicio: Del Marketing a la Estrategia*. Madrid: Díaz de Santos S.A.
- Luco Repposi, A. (2016) *¿Por qué fracasan las Pymes?* Business Consulting. <https://www.businessconsulting.cl/por-que-fracasan-las-pymes>
- Mata, J. (2016). *Las 5 causas más frecuentes del fracaso empresarial*. <https://www.emprenderalia.com/las-5-causas-mas-frecuentes-del-fracaso-empresarial/>
- Monroy Ceseña, M.A. (2018). *Calidad en el servicio y su incidencia en la satisfacción del comensal de la Paz, México*. Scielo Analytics, 5
- Palella y Martins (2015) en su libro, *Marco Metodológico*.
- Perú 21 (2018) MYPE del Perú. *Datos comparativos 2016 – 2017 actualidad económica*, pág. 2
- Riquelme, M. (2017). *La Importancia De La Gestión De La Calidad*. <https://www.webyempresas.com/la-importancia-de-la-gestion-de-la-calidad/>
- Rosas, D. (2019) *Atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes y de servicio móvil de comidas, distrito de Huaraz, 2019*. [tesis pregrado, Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote]. <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000050433>

- Sánchez, A. (2017) *Evaluación de la calidad de servicio al cliente en el restaurante PIZZA BURGER DINER de Gualab, Zacapa*. [Tesis de grado, Universidad Rafael Landívar].  
<http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesisjcem/2017/01/01/Sanchez-Aby.pdf>
- SUNAT. (2017). *Definición de la micro y pequeña empresa*.  
<http://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/define-microPequenaEmpresa.html>
- Tamayo, M. (2015). *El proceso de la Investigación Científica*.
- Torres, C. (2018). *Gestión de la atención al cliente/consumidor*. España: IC Editorial.  
<https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/detail.action?docID=5810067&query=dimensiones+de+la+atencion+al+cliente>
- Velásquez, A. (2017). *¿Qué errores llevan a una micro empresa al fracaso?*  
<https://gestion.pe/tu-dinero/errores-llevan-micro-empresa-fracaso-131189>
- Villalba, A. (2017) *Análisis de calidad del servicio y atención al cliente en AZUCA BEACH, AZUCA BISTRO Y Q RESTAURANT, y sugerencias de mejora*. [Tesis de Pregrado, Pontificia Universidad Católica de Ecuador], Quito- Ecuador.  
<http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/11384/TESIS%20FINAL%20CON%20FORMATO%20DISE%20C3%91ADO2.pdf?sequence=>

## ANEXOS



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES CHIMBOTE**

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

**CUESTIONARIO**

El presente trabajo de investigación tiene por finalidad recoger información de las Micro y Pequeñas Empresas para desarrollar el trabajo de investigación titulado: “Propuesta de mejora de los factores relevantes de atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes del distrito de Pomabamba, 2021”. Tesis que servirá para obtener el título profesional de Licenciada en Administración. Se le agradece anticipadamente la información que usted proporcione.

**INSTRUCCIONES:**

Se presenta un conjunto de 21 ítems, los cuales miden las dimensiones de atención al cliente para mejorar la calidad en los restaurantes en el distrito de Pomabamba. Se presenta una escala de valoración. Favor de marcar una de las alternativas, la que usted estime conveniente. Se agradece su participación en esta encuesta.

<b>INFORMACIÓN GENERAL</b>	
01 Rango de edad a) 18 a 30 años b) 31 a 50 años c) 51 a más años	04 Cargo que desempeña a) Dueño b) Gerente c) Administrador
02 Género a) Masculino b) Femenino	05 Tiempo en el cargo a) 0 a 3 años b) 4 a 6 años c) 7 a más años
03 Grado de instrucción a) Primaria b) Secundaria c) Superior no universitaria d) Superior universitaria	

N°	ÍTEMS	ESCALA		
		Siempre	Algunas veces	Nunca
06	¿Cree que en su empresa escucha lo que el cliente busca?			
07	¿En su empresa busca conocer los deseos del cliente?			

<b>ASESORAMIENTO</b>		<b>Siempre</b>	<b>Algunas veces</b>	<b>Nunca</b>
08	¿En su empresa utiliza estrategias para retener a sus clientes			
09	¿En su empresa utiliza base de datos de los productos que ofrece?			
10	¿En su empresa el producto que ofrece es acorde a su costo?			
<b>RESPUESTA</b>		<b>Siempre</b>	<b>Algunas veces</b>	<b>Nunca</b>
11	¿En su empresa practica la eficiencia en a la atención			
12	¿En su empresa la comunicación es fluida a todo nivel?			
13	¿En su empresa realiza el cálculo del tiempo que demora en brindar un servicio?			
<b>GARANTIA</b>		<b>Siempre</b>	<b>Algunas veces</b>	<b>Nunca</b>
14	¿En su empresa los productos que ofrece cumplen con estándares de calidad?			
15	¿De su empresa obtuvo reconocimiento por el servicio brindado?			
16	¿En su empresa se toma en cuenta experiencias ocurridas con anterioridad para mejorar su servicio y lograr la satisfacción de los clientes?			
<b>COMPROMISO</b>		<b>Siempre</b>	<b>Algunas veces</b>	<b>Nunca</b>
17	¿En su empresa fomenta cordialidad en la atención?			
18	¿En su empresa cuenta con clientes fieles a su marca?			
19	¿En su empresa recoge sugerencias y reclamos del cliente, para mejorar su nivel de servicio?			
<b>CARACTERÍSTICAS DE LA GESTIÓN DE LA CALIDAD</b>		<b>Siempre</b>	<b>Algunas veces</b>	<b>Nunca</b>
20	¿Considera que en la actualidad en su empresa se trabaja con calidad?			
21	¿Considera que la gestión de calidad ayuda al cumplimiento de objetivos y metas?			



Anexo B: Evidencias de validación de instrumento

**INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN**

**I. DATOS GENERALES:**

**1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto):** Ortiz García Sergio Oswaldo

**1.2. Grado Académico:** Doctor en Administración

**1.3. Profesión:** Licenciado en Administración

**1.4. Institución donde labora:** Essalud Pucallpa

**1.5. Cargo que desempeña:** Jefe del departamento de fisioterapia

**1.6. Denominación del instrumento:** “Propuestas de mejora de los factores relevantes en atención al cliente para gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes del distrito de Pomabamba, 2021”

**1.7. Autor del instrumento:** JULCA VERGARA Ebert Ivan

**1.8. Carrera:** Administración de empresas

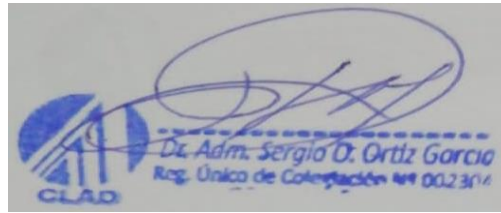
**II. VALIDACIÓN:**

**Ítems correspondientes al Instrumento 1**

N° de Ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
<b>Dimensión 1:</b>							
1	X		X		X		
2	X		X		X		
<b>Dimensión 2:</b>							
3	X		X		X		
4	X		X		X		

5	X		X		X		
Dimensión 3:							
6	X		X		X		
7	X		X		X		
8	X		X		X		
Dimensión 4:							
9	X		X		X		
10	X		X		X		
11	X		X		X		
Dimensión 5:							
12	X		X		X		
13	X		X		X		
14	X		X		X		

**Otras observaciones generales:**



**Dr. Adm. Ortiz García Sergio Oswaldo**

**DNI N° 00021588**

**CLAD N° 002304**

## INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

### I. DATOS GENERALES:

**1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto):** Mozombite Armas José Wilson

**1.2. Grado Académico:** Magister Gestión Pública

**1.3. Profesión:** Licenciado en Administración

**1.4. Institución donde labora:** Hospital San Juan de Lurigancho

**1.5. Cargo que desempeña:** Jefe de Servicios Generales

**1.6. Denominación del instrumento:** “Propuestas de mejora de los factores relevantes en atención al cliente para gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes del distrito de Pomabamba, 2021”

**1.7. Autor del instrumento:** Julca Vergara Ebert Ivan

**1.8. Carrera:** Administración de empresas

### II. VALIDACIÓN:

#### Ítems correspondientes al Instrumento 1

N° de Ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
<b>Dimensión 1:</b>							
1	X		X		X		
2	X		X		X		
<b>Dimensión 2:</b>							
3	X		X		X		
4	X		X		X		
5	X		X		X		
<b>Dimensión 3:</b>							

6	X		X		X		
7	X		X		X		
8	X		X		X		
Dimensión 4:							
9	X		X		X		
10	X		X		X		
11	X		X		X		
Dimensión 5:							
12	X		X		X		
13	X		X		X		
14	X		X		X		

**Otras observaciones generales:**

**Mgtr. Mozombite Armas José Wilson**

**DNI N° 00069916**

**CLAD N°**

## INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

### I. DATOS GENERALES:

**1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto):** Morillo Campos Yuly Yolanda

**1.2. Grado Académico:** Magister

**1.3. Profesión:** Licenciado en Administración

**1.4. Institución donde labora:** ULADECH - católica

**1.5. Cargo que desempeña:** Docente

**1.6. Denominación del instrumento:** “Propuestas de mejora de los factores relevantes en atención al cliente para gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes del distrito de Pomabamba, 2021”

**1.7. Autor del instrumento:** JULCA VERGARA Ebert Ivan

**1.8. Carrera:** Administración de empresas

### II. VALIDACIÓN:

#### Ítems correspondientes al Instrumento 1

N° de Ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
<b>Dimensión 1:</b>							
1	X		X		X		
2	X		X		X		
<b>Dimensión 2:</b>							
3	X		X		X		
4	X		X		X		
5	X		X		X		
<b>Dimensión 3:</b>							

6	X		X		X		
7	X		X		X		
8	X		X		X		
Dimensión 4:							
9	X		X		X		
10	X		X		X		
11	X		X		X		
Dimensión 5:							
12	X		X		X		
13	X		X		X		
14	X		X		X		

**Otras observaciones generales:**



**Mgtr. Yuly Yolanda Morillo Campos**

**DNI N° 33263862**

**CLAD N° 01359**

Anexo C: Evidencias de trámite de recolección de datos

**INSTRUCCIONES:**

Se presenta un conjunto de 22 ítems, los cuales miden las dimensiones de atención al cliente para mejorar la calidad en los restaurantes en el distrito de Pomabamba. Se presenta una escala de valoración. Favor de marcar una de las alternativas, la que usted estime conveniente. Se agradece su participación en esta encuesta.

INFORMACIÓN GENERAL	
01 Rango de edad a) 18 a 30 años b) 31 a 50 años c) <input checked="" type="checkbox"/> 51 a más años	04 Cargo que desempeña <input checked="" type="checkbox"/> Dueño b) Gerente c) Administrador
02 Género a) Masculino b) <input checked="" type="checkbox"/> Femenino	05 Tiempo en el cargo a) 0 a 3 años b) 4 a 6 años c) <input checked="" type="checkbox"/> 7 a más años
03 Grado de instrucción a) Primaria b) <input checked="" type="checkbox"/> Secundaria c) Superior no universitaria d) Superior universitaria	

Nº	ÍTEMS	ESCALA		
		Siempre	Algunas veces	Nunca
<b>ESCUCHA</b>				
06	¿Cree que en su empresa escucha lo que el cliente busca?	<input checked="" type="checkbox"/>		
07	¿En su empresa busca conocer los deseos del cliente?	<input checked="" type="checkbox"/>		
<b>ASESORAMIENTO</b>				
08	¿En su empresa utiliza estrategias para retener a sus clientes?	<input checked="" type="checkbox"/>		

09	¿En su empresa utiliza base de datos de los productos que ofrece?	<input checked="" type="checkbox"/>		
10	¿En su empresa el producto que ofrece es acorde a su costo?	<input checked="" type="checkbox"/>		
<b>RESPUESTA</b>				
11	¿En su empresa practica la eficiencia en a la atención?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
12	¿En su empresa la comunicación es fluida a todo nivel?	<input checked="" type="checkbox"/>		
13	¿En su empresa realiza el cálculo del tiempo que demora en brindar un servicio?	<input checked="" type="checkbox"/>		
<b>GARANTIA</b>				
14	¿En su empresa los productos que ofrece cumplen con estándares de calidad?	<input checked="" type="checkbox"/>		
15	¿De su empresa obtuvo reconocimiento por el servicio brindado?		<input checked="" type="checkbox"/>	
16	¿En su empresa se toma en cuenta experiencias ocurridas con anterioridad para mejorar su servicio y lograr la satisfacción de los clientes?		<input checked="" type="checkbox"/>	
<b>COMPROMISO</b>				
17	¿En su empresa fomenta cordialidad en la atención?	<input checked="" type="checkbox"/>		
18	¿En su empresa cuenta con clientes fieles a su marca?	<input checked="" type="checkbox"/>		
19	¿En su empresa recoge sugerencias y reclamos del cliente, para mejorar su nivel de servicio?	<input checked="" type="checkbox"/>		
<b>CARACTERÍSTICAS DE LA GESTIÓN DE LA CALIDAD</b>				
20	¿Considera que en la actualidad en su empresa se trabaja con calidad?	<input checked="" type="checkbox"/>		
21	¿Considera que la gestión de calidad ayuda al cumplimiento de objetivos y metas?	<input checked="" type="checkbox"/>		

## Anexo D. Formato de consentimiento informado



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES CHIMBOTE

### PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

(Ciencias Sociales)

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia.

La presente investigación se titula **PROPUESTA DE MEJORA DE LOS FACTORES RELEVANTES DE ATENCIÓN AL CLIENTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS RUBRO RESTAURANTES DEL DISTRITO DE POMABAMBA, 2021** y es dirigido por Julca Vergara Ebert Ivan, estudiante investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es recopilar información de los representantes para proponer mejoras de los factores relevantes de atención al cliente para la gestión de calidad en los restaurantes, y de esta manera poder sentar una base científica en este campo de estudios. Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 minutos de su tiempo.

Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de medios oficiales. Si desea, también podrá escribir al correo 1813162107@uladech.pe para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: \_\_\_\_\_

Fecha: \_\_\_\_\_

Correo electrónico: \_\_\_\_\_

Firma del participante: \_\_\_\_\_

Firma del investigador: \_\_\_\_\_



Anexo E: Directorio de empresas

Directorio de restaurantes del distrito de Pomabamba 2021

N°	LICENCIA MUNICIPAL	NOMBRE COMERCIAL	REPRESENTANTE LEGAL	DIRECCIÓN	TELÉFONO
01	SI	Restaurant y pollería Juanita	Barrón Salcedo Juana	Mercado de abastos puesto 5	No se consigna registro
02	Si	Restaurant Delicias	Víctor Olivo López EIRL	Jr. Perú N° 117 plaza de armas	No se consigna registro
03	Si	Restaurant Buen sabor Andino	Vergaray Blas Juan	Mercado de abastos puesto 9	No se consigna registro
04	Si	Restaurant GUSTITO	Sandoval Jaramillo Lidio	Mercado de abastos puesto 3	No se consigna registro
05	Si	Restaurants Cañari	Larriega Chávez Milagros María	Jr. Alfonso Ugarte N° 054	No se consigna registro
06	Si	Pollería Restaurant Mikis	Ariana Negreiros Carranza	Jr. Primavera N° 317	No se consigna registro
07	Si	Restaurant el auténtico de Chimbote	Ramos Calderón Eduardo	Jr. Manuel Villavicencio N° 224	No se consigna registro
08	Si	Restaurant Robles	Castillo Rosales Elena Berta	Av. José Pardo N° 82	No se consigna registro
09	Si	Restaurant Pollería “El Gordito”	Tello Silva Luis Fernando	Jr. Lima N° 090	No se consigna registro
10	Si	Restaurant “La Granja Linda”	García Cotrina Lynda Ainalem	Jr. Primavera N° 315	No se consigna registro
11	Si	Restaurant y pollería Gran Chic ken	Roca Jara Marco Antonio	Jr. Primavera N° 312	No se consigna registro
12	Si	Restaurant Castro	Castro Quiroz Mirtha	Jr. Primavera N° 290	No se consigna registro
13	Si	Recreo restaurant Chullanchit	Moisés Zavaleta Villanueva	Parco S/n	No se consigna registro
14	Si	Restaurant y juguería el Dulce	Yessica Julca Roca	Jr. Primavera N° 198	No se consigna registro
15	Si	Restaurant Wallpa	Juan Blas Rosas	Jr. Perú N° 115	No se consigna registro
16	Si	Restaurant RUDY	Rudy Villanueva Blas	Jr. Primavera N° 196	No se consigna registro
17	Si	Restaurant Chifa Chinita	Rosa Santos Chávez	Jr. Santa Rosa N° 70	No se consigna registro
18	Si	Chifa Restaurant Solano	Solano Príncipe José	Parco S/n	No se consigna registro
19	Si	Restaurante Poyas	Moreno Vergara Sara	Los baños S/n	No se consigna registro
20	Si	Café restaurante	Príncipe Caldas Javier	Parco S/n	No se consigna registro
21	Si	Restaurant Milagritos	Valverde Ponte Rolando	Jr. Huaraz N° 401	No se consigna registro

22	Si	Chifa restaurant Sandrita	Bravo Pari Santiago	Jr. Perú N° 111	No se consigna registro
23	Si	Hospedaje Restaurant Olivia	Pablo Roque Príncipe	Jr. José Olaya N° 450	No se consigna registro

*Fuente: Municipalidad Provincial de Pomabamba 2021*

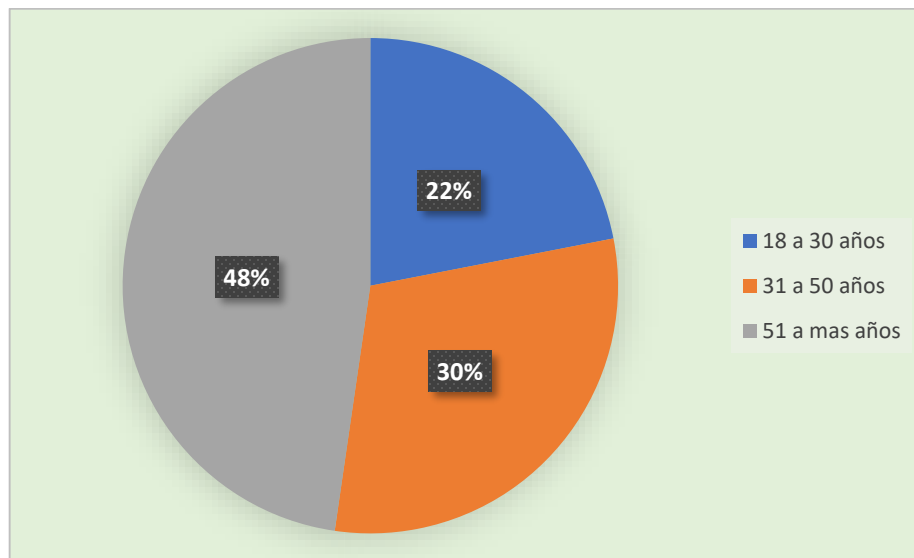
Anexo F: Cronograma de actividades

		CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																	
		Año 2020								Año 2021									
N°	Actividades	Semestre I				Semestre II				Semestre I				Semestre II					
		Mes				Mes				Mes				Mes					
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4		
1	Elaboración del Proyecto	x																	
2	Revisión del proyecto por el Jurado de Investigación		x																
3	Aprobación del proyecto por el Jurado de Investigación			x															
4	Exposición del proyecto al Jurado de Investigación o Docente Tutor				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	Resultados de la investigación									x									
10	Conclusiones y recomendaciones										x								
11	Redacción del pre informe de Investigación											x							
12	Redacción del informe final												x						
13	Aprobación del informe final por el Jurado de Investigación														x				
14	Presentación de ponencia en eventos científicos															x			
15	Redacción de artículo científico																x	x	

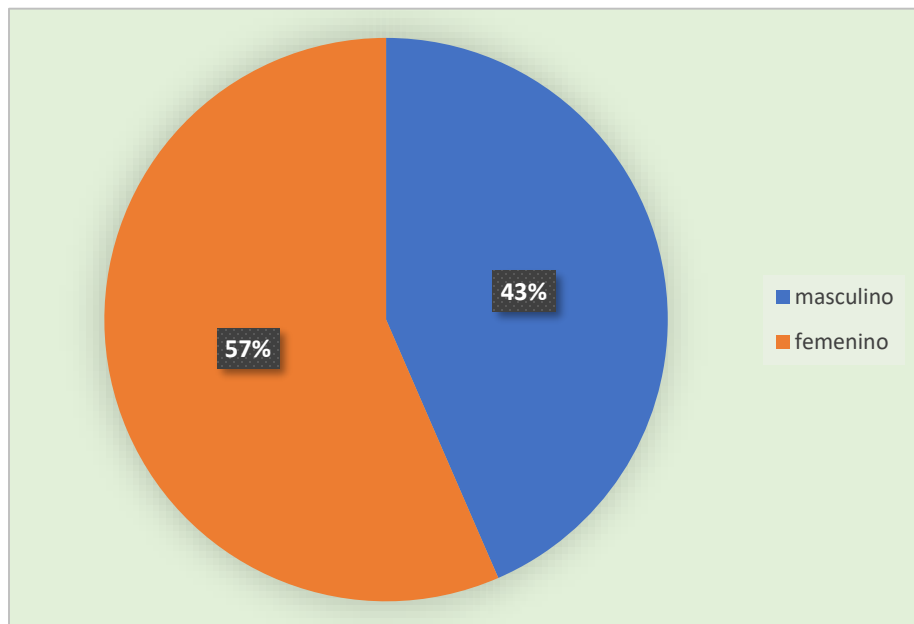
Anexo G. Presupuestos

<b>Presupuesto desembolsable (Estudiante)</b>			
<b>Categoría</b>	<b>Base</b>	<b>% o número</b>	<b>Total (S/.)</b>
<b>Suministros</b>			
• Impresiones			
• Fotocopias			
• Empastado			
• Papel bond A-4 (500 hojas)			
• Lapiceros			
<b>Servicios</b>			
• Uso de turnitin	50.00	2	100.00
• Uso de internet	45.00	4	180.00
<b>Sub total</b>			
<b>Gastos de viaje</b>			
• Pasajes para recolectar información			
<b>Sub total</b>			
<b>Total de presupuesto desembolsable</b>			
<b>Presupuesto no desembolsable (Universidad)</b>			
<b>Categoría</b>	<b>Base</b>	<b>% o número</b>	<b>Total (S/.)</b>
<b>Servicios</b>			
• Uso de internet (laboratorio de aprendizaje digital -LAD)	30.00	4	120.00
• Búsqueda de información en base de datos	35.00	2	70.00
• Soporte informático ( módulo de información del ERP University-MOIC)	40.00	4	160.00
• Publicación del artículo en el repositorio institucional	50.00	1	50.00
<b>Sub total</b>			400.00
<b>Recurso humano</b>			
• Asesoría personalizada (5 horas por semana)	63.00	4	252.00
<b>Sub total</b>			252.00
<b>Total de presupuesto desembolsable</b>			652.00
<b>Total (S/.)</b>			

**FIGURAS**



**Figura 1.** Edad del encuestado  
**Fuente.** Tabla 1



**Figura 2.** Género del encuestado

Fuente. Tabla 1

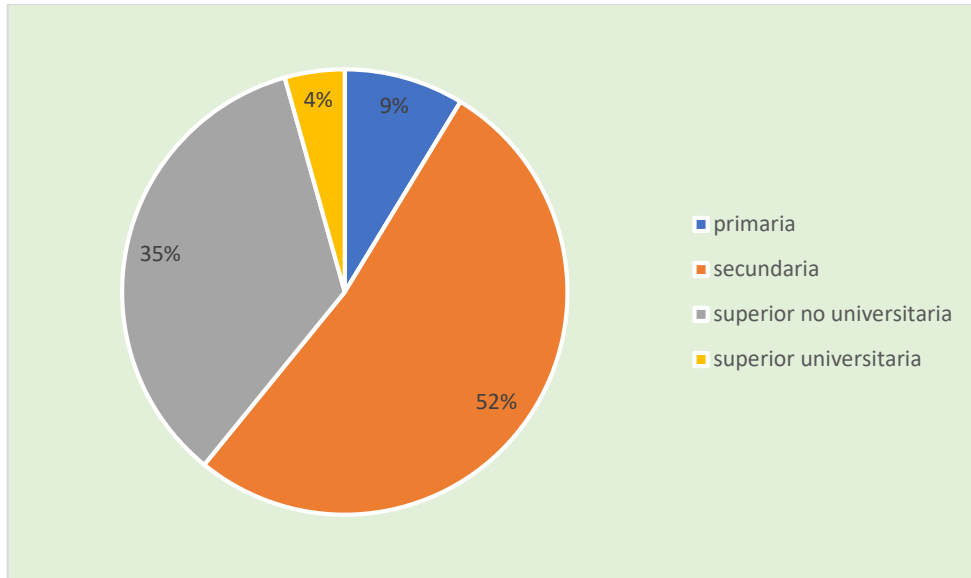
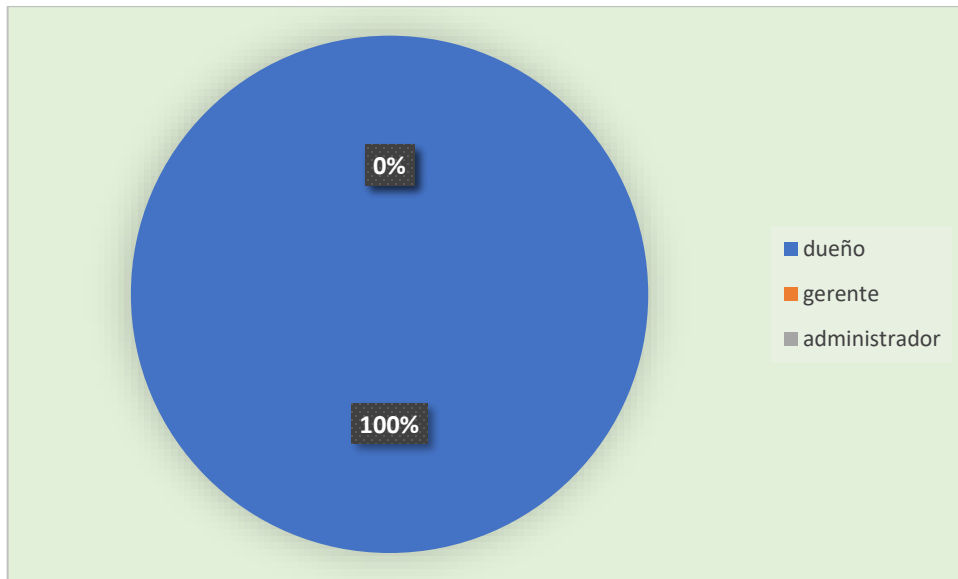


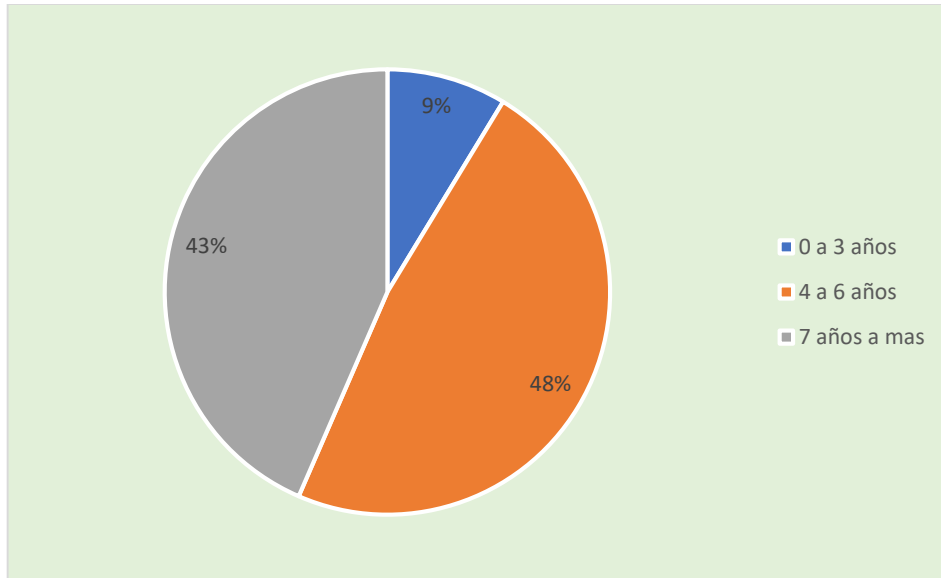
Figura 3. Grado de instrucción

Fuente. Tabla 1



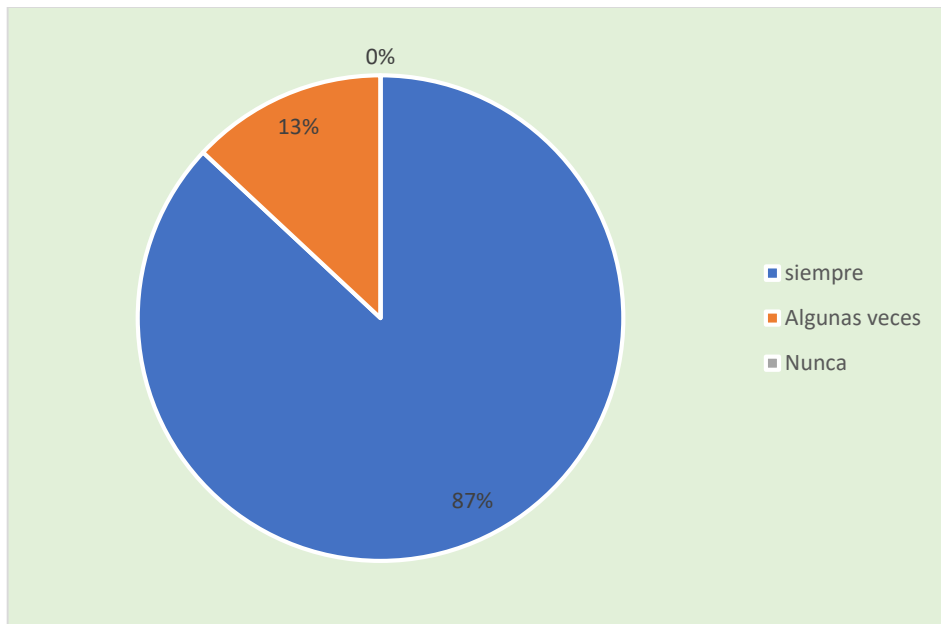
**Figura 4.** Cargo que desempeña

**Fuente.** Tabla 1



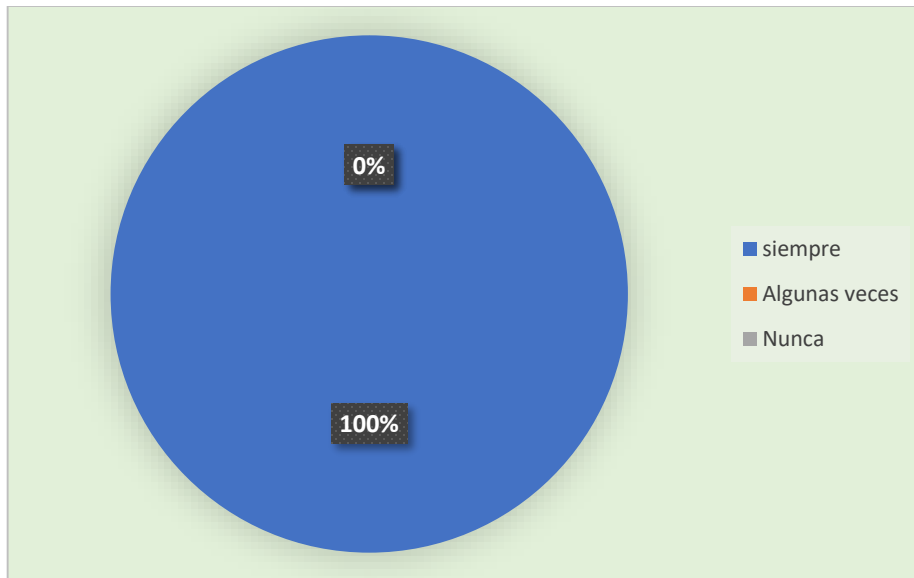
**Figura 5.** Tiempo en el cargo

**Fuente.** Tabla 1



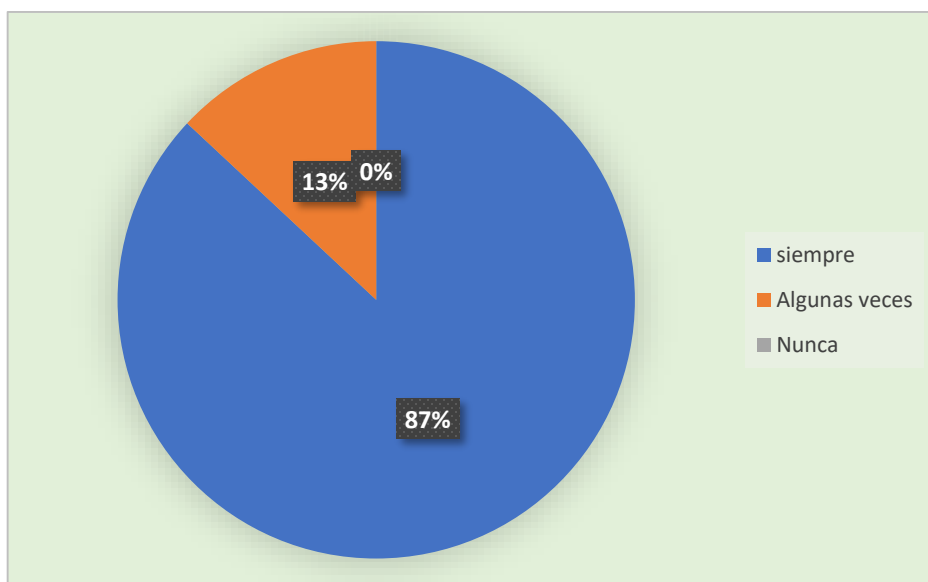
**Figura 6.** Escucha lo que el cliente busca

**Fuente.** Tabla 2



**Figura 7.** Busca conocer los deseos del cliente

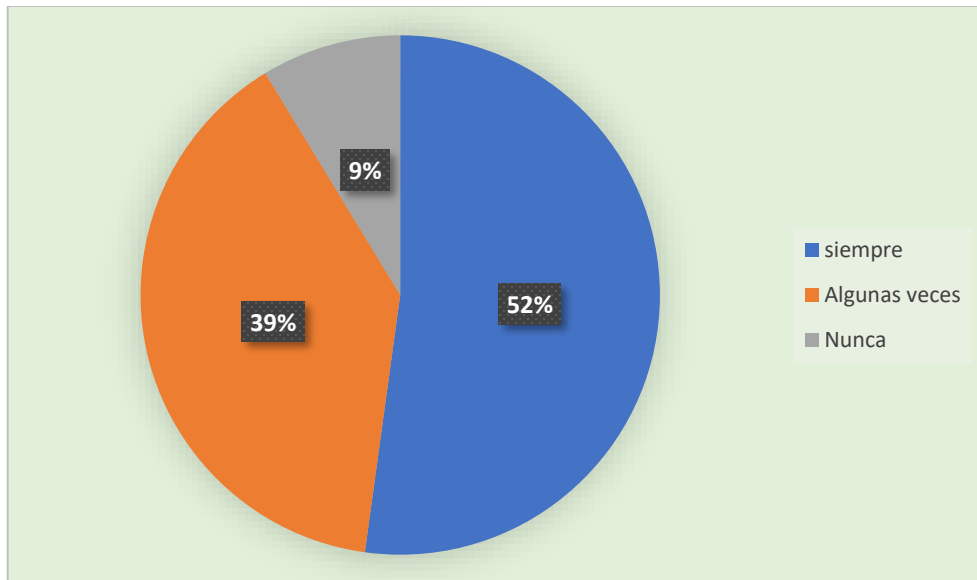
**Fuente.** Tabla 2





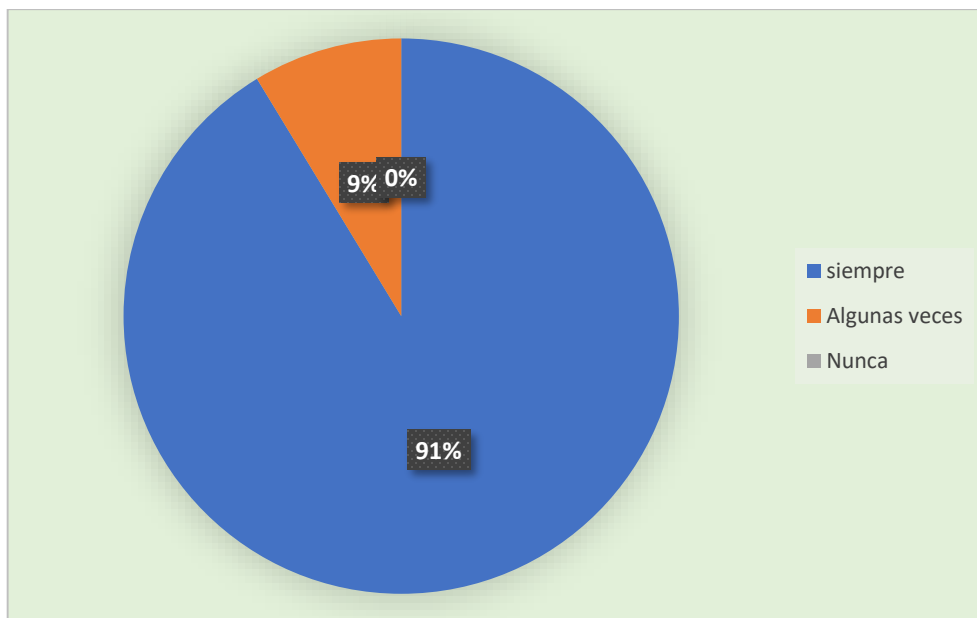
**Figura 8.** Utiliza estrategias para retener a sus clientes

**Fuente.** Tabla 2



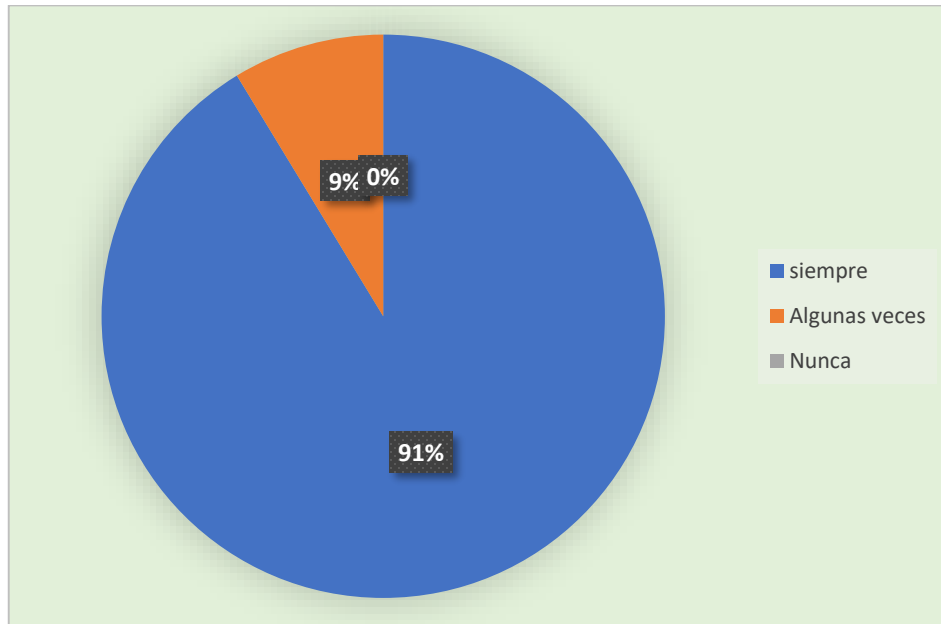
**Figura 9.** Utiliza base de datos de los productos que ofrece

**Fuente.** Tabla 2



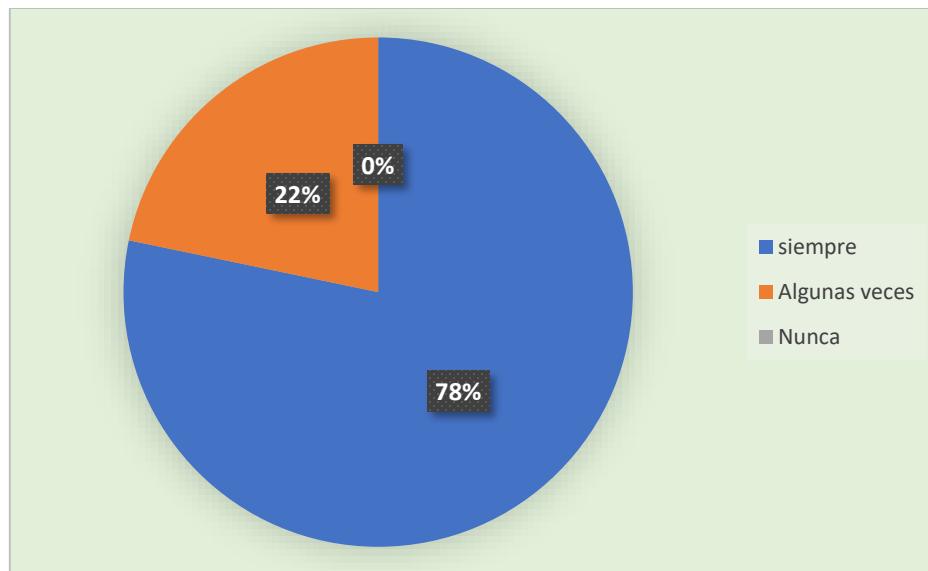
**Figura 10.** El producto que ofrece es acorde a su costo

**Fuente.** Tabla 2



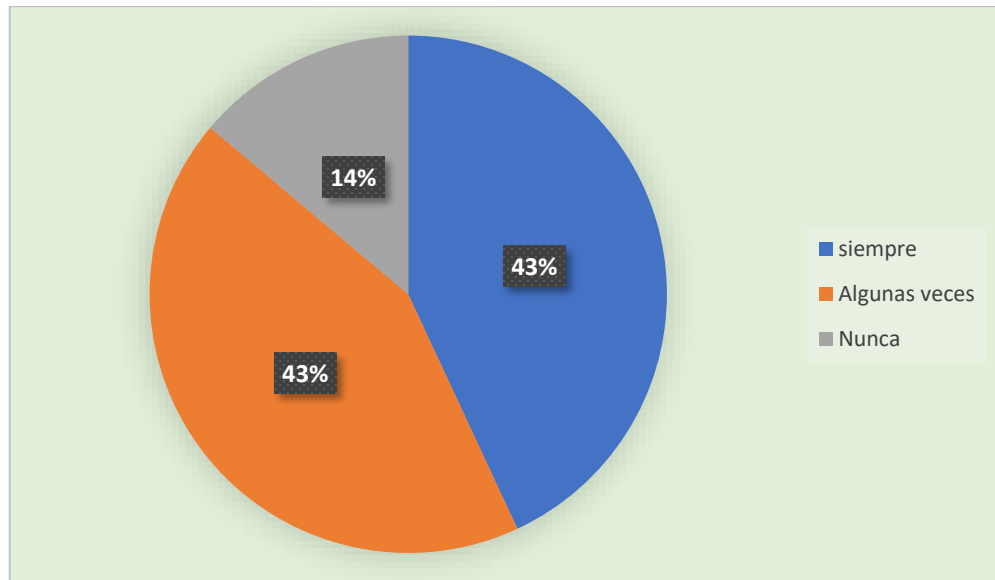
**Figura 11.** Practica la eficiencia en a la atención

**Fuente.** Tabla 2



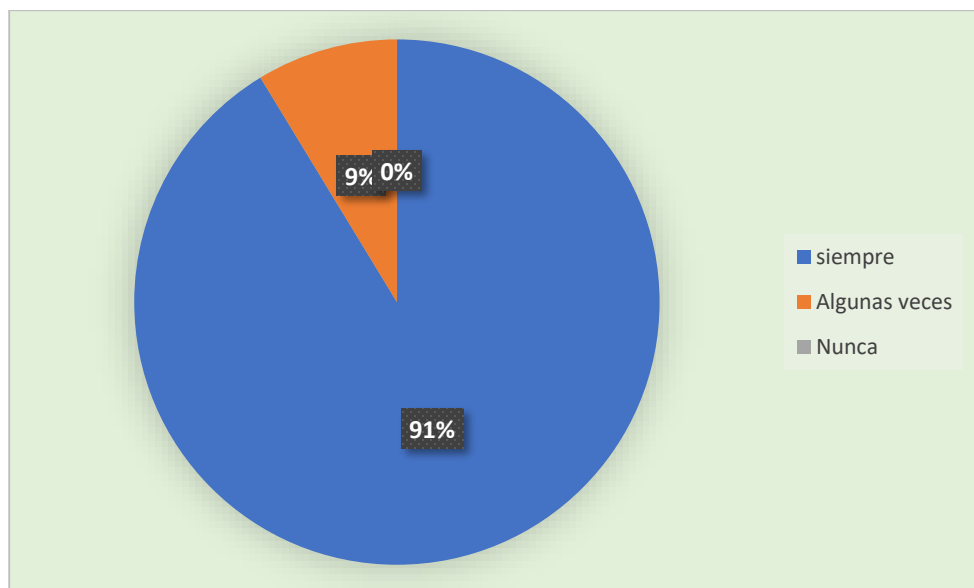
**Figura 12.** La comunicación es fluida a todo nivel

**Fuente.** Tabla 2



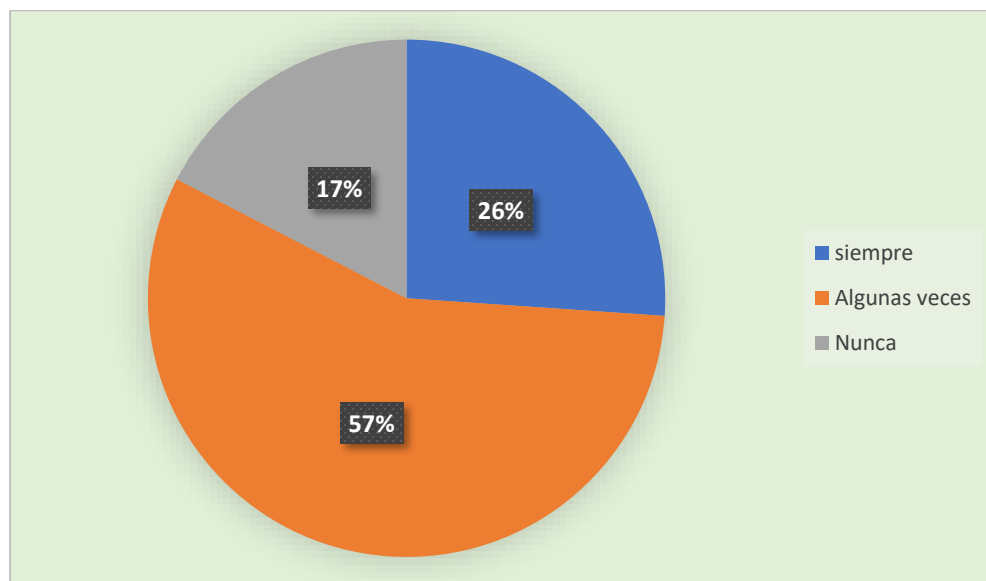
**Figura 13.** Realiza el cálculo del tiempo que demora en brindar un servicio

**Fuente.** Tabla 2



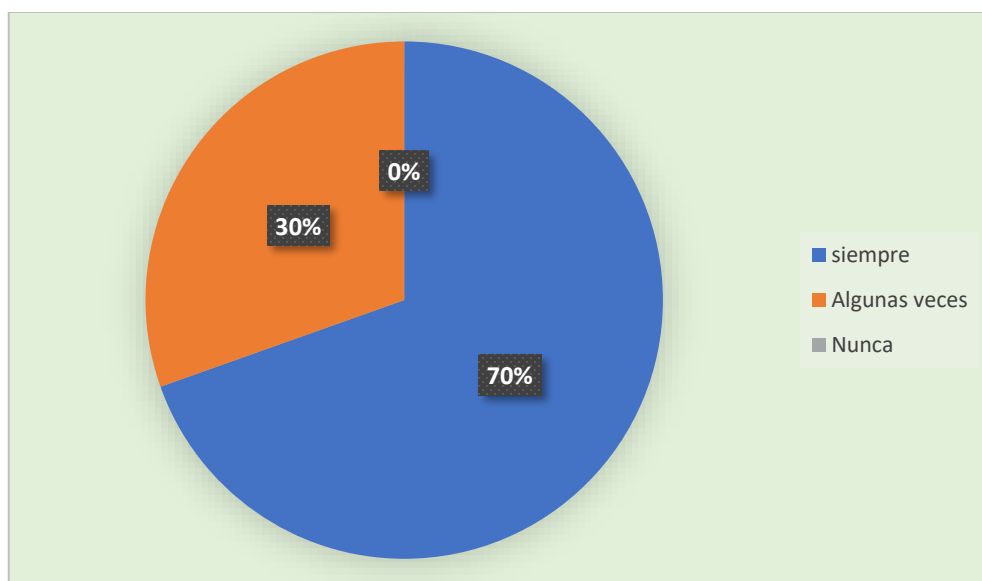
**Figura 14.** Los productos que ofrece cumplen con estándares de calidad

**Fuente.** Tabla 2



**Figura 15.** Obtuvo reconocimiento por el servicio brindado

**Fuente.** Tabla 2



**Figura 16.** Se toma en cuenta experiencias para mejorar su servicio

Fuente. Tabla 2

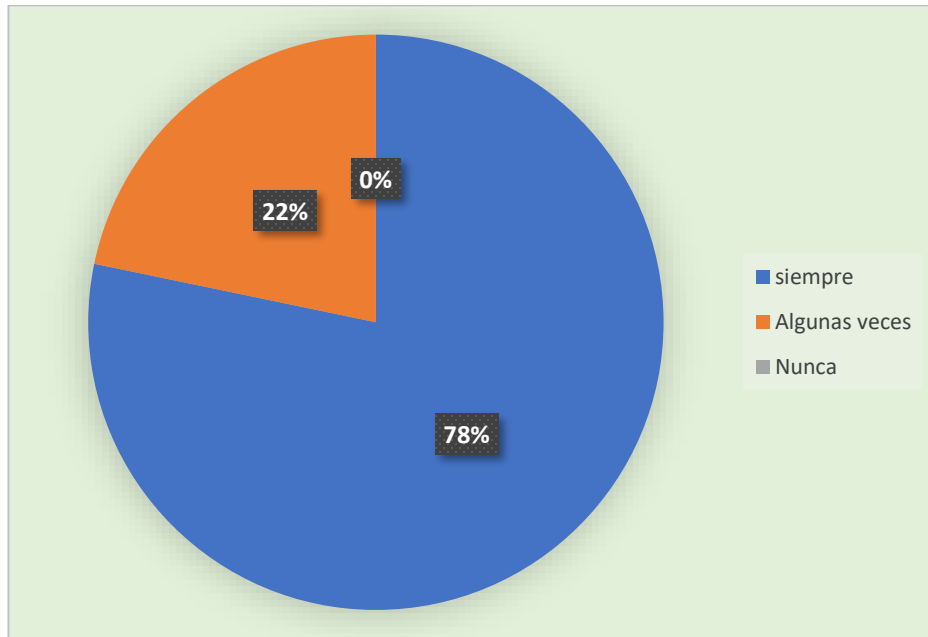
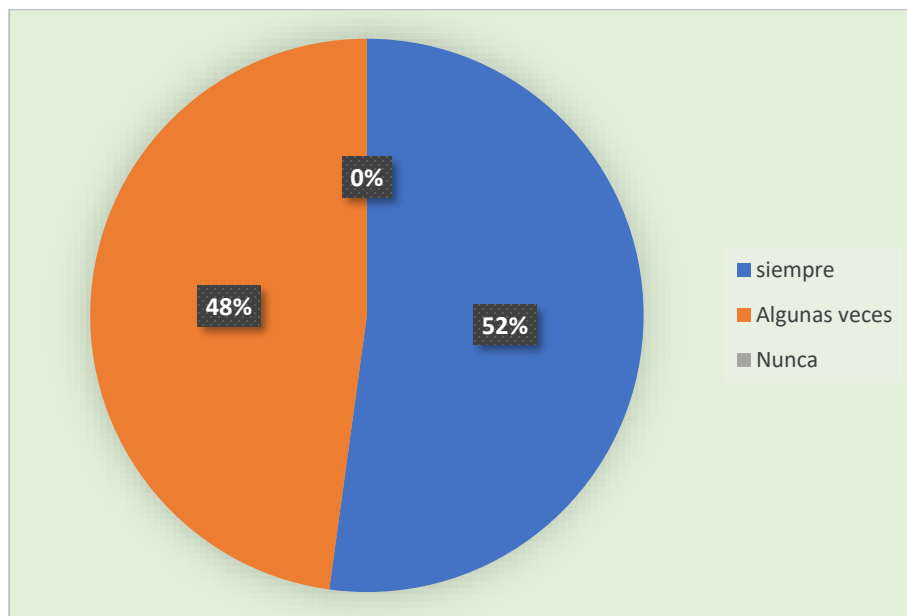


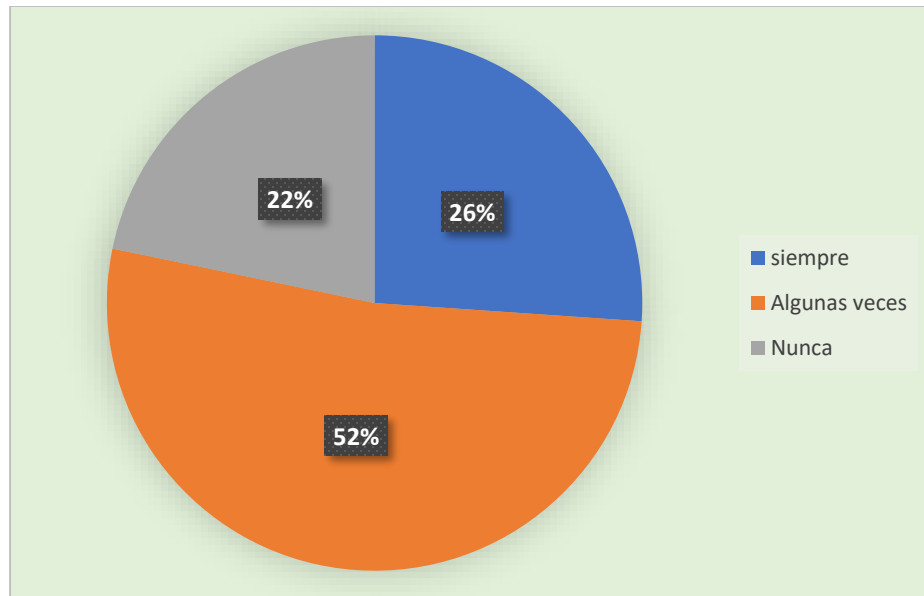
Figura 17. Fomenta cordialidad en la atención

Fuente. Tabla 2



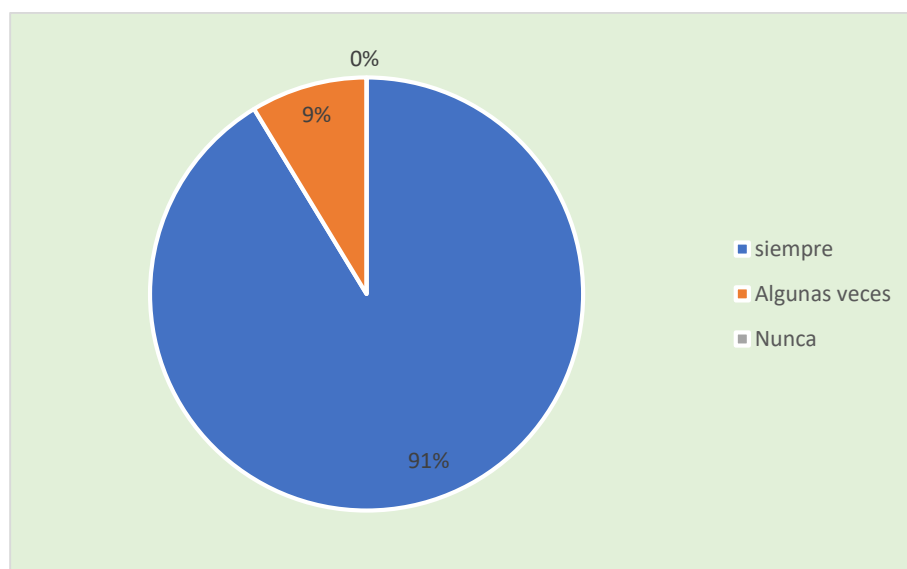
**Figura 18.** Cuenta con clientes fieles a su empresa

**Fuente.** Tabla 2



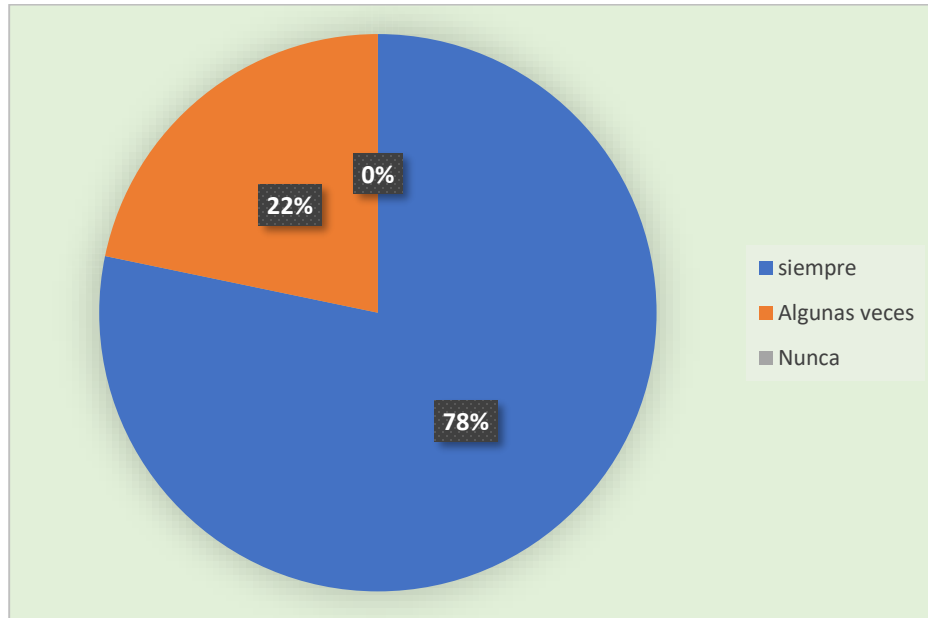
**Figura 19.** Recoge sugerencias y reclamos del cliente, para mejorar su nivel de servicio

**Fuente.** Tabla 2



**Figura 20.** Trabaja con calidad

**Fuente.** Tabla 2



**Figura 21.** Considera que la gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas

**Fuente.** Tabla 2