



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERIA

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION

PROPUESTA DE MEJORA DE ATENCIÓN AL CLIENTE Y
GESTIÓN DE CALIDAD EN LA MICRO Y PEQUEÑAS
EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO RUBRO
RESTAURANTES EN LA AVENIDA AGRARIA DEL DISTRITO
DE NUEVO CHIMBOTE, 2021

**TESIS PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE LICENCIADA
EN ADMINISTRACIÓN**

AUTOR

ESQUIVEL TORRES, KARLA VIVIANA

ORCID: 0000-0003-1112-5303

ASESOR

ESTRADA DIAZ, ELIDA ADELIA

ORCID: 0000-0001-9618-6177

CHIMBOTE – PERU

2022

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

ESQUIVEL TORRES, KARLA VIVIANA

ORCID: 0000-0003-1112-5303

Universidad Católica Los ángeles de Chimbote, estudiante de pregrado, Chimbote, Perú

ASESOR

ESTRADA DIAZ, ELIDA ADELIA

ORCID: 0000-0001-9618-6177

Universidad Católica Los ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias e Ingeniería, Escuela Profesional de Administración, Chimbote, Perú

JURADO

Mgtr. Rosilio de Purizaca, Maria del Carmen

ORCID ID: 0000-0003-2177-5676

Dr. Salinas Gamboa, Jose German

ORCID ID: 0000-0002-8491-0751

Dra. Mino Asencio, Maria Isabel

ORCID ID: 0000-0003-1132-2243

JURADO EVALUADOR Y ASESOR

Rosilio de Purizaca, María del Carmen

ORCID: 0000-0003-2177-5676

Presidente

Salinas Gamboa, José German

ORCID: 0000-0002- 8491-0751

Miembro

Mino Asencio, María Isabel

ORCID: 0000-0003-1132-2243

Miembro

Estrada Díaz, Elida Adelia

ORCID: 0000-0001-9618-6177

Asesor

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mi madre y a mi padre que está en el cielo y a mi pequeño hijo

DEDICATORIA

A Dios por nunca
abandonarme y
ayudarme a conseguir
mis metas

A mi familia, por su
constante apoyo y
bríndame las fuerzas para
mi superación

Y a mí asesora Elida Adelia Estrada
Díaz por la paciencia,
y enseñanza que nos brindó durante
todo este tiempo
para el término de la investigación

RESUMEN

La presente investigación tuvo por objetivo general: Determinar si la mejora de atención al cliente y gestión de calidad permite un óptimo funcionamiento en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes en la avenida Agraria del distrito de Nuevo Chimbote, 2021. La investigación fue de diseño no experimental – transversal- descriptivo. Para el recojo de información se utilizó una población muestral de 10 empresas a quienes se les aplico un cuestionario de 14 preguntas a través de la técnica de encuesta. Obteniendo los siguientes resultados: El 100% tiene una buena comunicación, el 80% tiene capacidad y conocimiento de organizar las actividades, el 70% mejoran actividades y técnicas, el 80% genera ganancias, el 80% toma buena decisión, el 50% conoce las técnicas modernas, el 80% cumple con las necesidades de los clientes, el 80% toma buenas decisión para mejorar el platillo, el 60% tiene buena planificación y ganancia. En conclusión, el uso de atención al cliente va mejorar la gestión de calidad en la empresa rubro restaurantes en la avenida Agraria.

Palabras claves: Atención al cliente, Capacitación, Gestión de calidad

ABSTRACT

The general objective of this research was: To determine if the improvement of customer service and quality management allows optimal operation in micro and small companies in the service sector, restaurants in the agrarian avenue of the Nuevo Chimbote district, 2021. The research it was non-experimental design - cross-sectional - descriptive. For the collection of information, a sample population of 10 companies was used, to which a questionnaire of 14 questions was applied through the survey technique. Obtaining the following results: 100% have good communication, 80% have the ability and knowledge to organize activities, 70% improve activities and techniques, 80% generate profits, 80% make good decisions, 50% know modern techniques, 80% meet the needs of customers, 80% make good decisions to improve the dish, 60% have good planning and profit. In conclusion, the use of customer service and quality management will improve in the company in the restaurant category in the agrarian avenue.

Keywords: Customer service, Training, Quality management

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.....	iv
5. Resumen y abstract.....	v
6. Contenido.....	vi
7. Índice de tablas y figuras.....	vii
I. Introducción.....	1
II. Revisión de literatura.....	5
III. Hipótesis.....	28
IV. Metodología.....	29
4.1 Diseño de la investigación.....	29
4.2 Población y muestra.....	30
4.3 Definición y operacionalización de las variables e indicadores.....	32
4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	34
4.5 Plan de análisis.....	34
4.6 Matriz de consistencia.....	36
4.7 Principios éticos.....	39
V. Resultados.....	42
5.1 Resultados.....	42
5.2 Análisis de los resultados.....	56
VI. Conclusiones.....	61
Aspectos complementarios.....	63
Referencias Bibliográficas.....	64
Anexos.....	68

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Características de importancia de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes en la avenida Agraria del distrito de Nuevo Chimbote, 2021.....	42
Tabla 2. Características de satisfacción del servicio al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes en la avenida Agraria del distrito de Nuevo Chimbote, 2021.....	43
Tabla 3. Características de control de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes en la avenida Agraria del distrito de Nuevo Chimbote, 2021.....	44
Tabla 4. Características del proceso de gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas sector servicio, rubro restaurantes en la avenida Agraria del distrito de Nuevo Chimbote, 2021.....	45
Tabla 5. Características de la identificación de la gestión de calidad en la micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes en la avenida Agraria del distrito de Nuevo Chimbote, 2021.....	46
Tabla 6. Elaborar una propuesta de mejora de atención al cliente y gestión de calidad en la micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurante en la avenida Agraria del distrito de Nuevo Chimbote, 2021.....	47

INDICE DE FIGURAS

Figuras(Anexos)

Figura 1. Usted tiene la capacidad y el conocimiento de planificar y organizar las actividades antes de llevarlas a cabo.....	96
Figura2. Usted tiene el conocimiento para el entrenamiento personal.....	96
Figura 3. Como líder establece una buena comunicación con sus colaboradores.....	96
Figura4. Usted informa a sus trabajadores mejorar sus actividades y técnicas	97
Figura 5. Aplica técnicas de atención al cliente al momento de interactuar con ellos.....	97
Figura 6. Usted como líder tienen en cuenta las opiniones y técnicas de sus colaboradores antes de tomar una decisión.....	97
Figura 7. Ayuda a generar confianza del cliente al momento de presentar su producto.....	98
Figura8. Considera usted que una buena planificación y ganancia permitirá alcanzar los objetivos de las mypes.....	98
Figura9. Cree que para liderar un negocio se tiene que tener muy en claro lo que se quiere conseguir.....	99
Figura 10. Conoce las técnicas modernas para liderar la gestión de calidad.....	99
Figura 11. La gestión de calidad contribuye a mejorar rendimiento del negocio.....	99
Figura 12. Cree usted que sus mypes cumple con las necesidades que los clientes exigen y la calidad que se enfoca en sus clientes.....	100
Figura 13. Considera usted que se debe mejorar la calidad del platillo que ofrecen.....	100
Figura 14. Gestión de calidad contribuye a mejorar rendimiento del negocio.....	100

I. INTRODUCCIÓN

Las micro y pequeñas empresas son importantes ya que ayudan a generar empleo, aporte el incremento del PBI y surgen la necesidad de obtener ganancias, que pueden ser constituidas de manera jurídica y natural y son conocidas también como mype cuando sus UIT no pasan de 150 y el número de trabajadores no pasan de 10. Su origen radica en las ganas de algunas personas por emprender e independizarse y así mismo se puede tener una fuente de dinero para los gastos económicos que se dan a diario.

Pero representan algunos problemas los cuales son que algunos vendedores no tienen paciencia suficiente en el momento a de atender al público. Y así mismo le falta por parte de las personas encargadas de la atención de conocimiento. Por tanto, teniendo en cuenta ese problema se determina la problemática en el estudio de investigación en esas micro y pequeñas empresas radica un torno a una mala atención al cliente.

Los problemas de atención al cliente y gestión de calidad se deben a que las personas que dirigen los negocios que no tienen conocimiento administrativo, los clientes exigen el mejor trato y la mejor atención al adquirir un producto o servicio. Por otro lado, el restaurante el Gordo ubicado en la avenida Agraria del distrito de Nuevo Chimbote presenta el siguiente problema: en este caso los productos se entregan minutos después de lo acordado y con esto lo único que logran es que los clientes se molestan aún más.

En España las micro y pequeñas empresas tiene problema de atención al cliente que se supera la crisis y que tuviera mayor rentabilidad de beneficios con trabajadores bien capacitados para el alcance de objetivos que se plantearon y representan a un 90% que se menciona en sus principales empleos y se basa al análisis de sus unidades que está clara y

especificada en la salida de su conflicto de la economía. Por lo que se sugiere a las mypes analizar el historial de cada consumidor con sus hábitos, gustos, opiniones necesidades en general, en su perfil como consumidor (Galdón, 2016)

Por otro lado, en plena pandemia, Chile nuevamente batió el record de creación de micro y pequeñas empresas con 158.586 unidad en 2020, un 14.4% más que en 2019. Es su cifra más elevada y el erro que lleva al fracaso de las mypes es que sus representantes carecen de buenos conocimientos de gestión de calidad en tal sentido se observa la falta de comprensión del proceso de planificación, por lo tanto se recomienda implantar el método PHVA lo cual es un proceso de planificación y optimización diseñado para que las empresas y las organizaciones utilicen y puedan incrementar constantemente sus estándares de calidad y atención al cliente para ser más eficaces (Roa, 2021)

En nuestro país Perú las micro y pequeñas empresas tienen muchos problemas al brindar una buena atención al cliente que generan la riqueza en su población que se emplea en las mypes y hablar de personas emprendedoras. Sin embargo, las mypes fracasan porque no cuentan con política de gestión de calidad, por lo tanto, ocasiona que no se brinda un buen servicio debido a que el personal desconoce de cómo resolver algún problema por parte del consumidor (Cabrera, 2016)

En el distrito de Nuevo Chimbote donde se desarrolló la investigación las micro y pequeñas empresas brindan un deficiente servicio con su desarrollo económico para la preocupación que debemos ser conscientes a fortaleza económica en nuestras ciudades que generan el empleo en diferentes sectores y servicios. Y la falta de capacitación al personal de atención y gestión de calidad con otro gran problema que es la falta de acciones claras para atender al público. Por lo que se recomienda a la empresa capacitar a todo el personal en

servicio de gestión de calidad del mismo modo es necesario que se cree un sistema de gestión de reclamos con los consumidores

Por lo anteriormente expresado se planteó la siguiente pregunta de investigación: ¿La mejora de atención al cliente y gestión de calidad permite un óptimo funcionamiento en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurante en la avenida Agraria del distrito de Nuevo Chimbote, 2021?. Para dar respuesta a la pregunta de investigación se planteó el siguiente objetivo general: Determinar si la mejora de atención al cliente y gestión de calidad permite un óptimo funcionamiento en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes en la avenida Agraria del distrito de Nuevo Chimbote, 2021. Para alcanzar el objetivo general se planteó los siguientes objetivos específicos: Determinar las características de importancia de atención al cliente en la micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurante en la avenida agraria del distrito de Nuevo Chimbote, 2021. Determinar las características de satisfacción del servicio al cliente en la micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurante en la avenida Agraria del distrito de Nuevo Chimbote, 2021. Describir las características de control de calidad en la micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurante en la avenida Agraria del distrito de Nuevo Chimbote, 2021. Definir las características del proceso de gestión de calidad en la micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurante en la avenida Agraria del distrito de Nuevo Chimbote, 2021. Determinar las características de la identificación en la gestión de calidad en la micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurante en la avenida Agraria del distrito de Nuevo Chimbote, 2021. Elaborar la propuesta de mejora de atención al cliente y gestión de calidad en la micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurante en la avenida Agraria del distrito de Nuevo Chimbote, 2021

La investigación justifica porque determina si la mejora de atención al cliente permite una adecuada gestión de calidad en la micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes en la avenida Agraria del distrito de Nuevo Chimbote, 2021. Del mismo modo se realiza con la finalidad de entender que la atención al cliente y gestión de calidad es de suma importancia para el éxito que la empresa por ello se evaluara los conocimientos y habilidades que tienen los trabajadores para desempeñarse dentro del área de atención.

La investigación fue de diseño no experimental-transversal-descriptivo- de propuesta. Para el recojo de información se utilizó una población muestral de 10 micro y pequeñas empresas a quienes se le aplicó un cuestionario estructurado con 14 preguntas a través de la técnica de la encuesta obteniendo los siguientes resultados. El 80% tienen la capacidad y conocimiento, el 100% establece una buena comunicación, el 70% mejorara sus actividades y técnicas, el 40% aplica técnicas de atención al cliente, el 80% genera ganancias al cliente, el 60% tiene buena planificación y ganancia, el 50% conoce las técnicas modernas de gestión de calidad. La investigación concluye que la mayoría de los representantes brindan un servicio adecuado, es buena la satisfacción del cliente, siempre una buena atención ayuda a la fidelización.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. Antecedentes

Antecedentes Internacionales

Leal (2017) en su investigación *Análisis del servicio de atención al cliente en entidades financieras: un enfoque desde la sinergia entre el área comercial y las demás áreas*, Bogotá, 2017. Tuvo el siguiente objetivo general: Analizar el servicio de atención al cliente en las entidades financieras, buscando la sinergia entre al área comercial y las demás áreas. La investigación fue de diseño no experimental – descriptivo por que no intenta variar la realidad, se utilizó el cuestionario de 23 preguntas y se aplicó la técnica de la encuesta en un determinado tiempo. Obtuvo los siguientes resultados que el 56.63% de los empleados no atienden de manera indebida como la atención al cliente, el 43.35% resulta a favor del consumidor financiero y el 96% de los bancos tienen un buen consumidor de tarjetas de crédito, cuentas de ahorro y cuentas corrientes. Se concluye que la MYPE tienen problemas con sus colaboradores en atención al cliente y el 18% mantiene información sobre el tema y que hay una buena atención al cliente.

Parreño (2016) en su investigación *Análisis Comparativo de Herramientas de Software Libre y Aplicación Básica en la Automatización de Procesos en la Gestión de Atención al Cliente y Seguimiento de Proveedores*. Caso de Estudio: Tecsinfo s.a. Teniendo como objetivo general: Realizar un estudio de las herramientas de software libre para la automatización de procesos en la gestión de atención al cliente y seguimiento de proveedores, caso de estudio: TECSINFO S.A. y como objetivo

específico lo siguiente: Analizar la situación actual de la empresa caso de estudio en el proceso de gestión de atención al cliente y de gestión de proveedores. La investigación utilizó las siguientes metodologías y técnicas de investigación.

Encuesta: Se aplicó la encuesta para medir el nivel de satisfacción actual en los clientes finales en el servicio que presta la empresa TECSINFO S.A. Entrevista: Se realizó una entrevista al gerente técnico de la empresa para la descripción de los procesos actuales en gestión de atención al cliente como de seguimiento de proveedores. El universo son todas las empresas, a las cuales se le brinda servicio de atención al cliente, en todas las líneas de productos y/o servicios que brinda la empresa TECSINFO S.A. La muestra está determinada por el cálculo de muestreo probabilístico. Y obteniendo como principales resultados: En 6 proritudes en la atención de requerimientos tecsinfo s.a. Vemos que tiene un promedio de 3,31 / 5, que es considerado medianamente aceptable, y así mismo en asesoramiento prestado por el técnico en tecsinfo s.a, vemos que esta un hacia los clientes tiene un promedio de 3,85 / 5, que está en el límite de lo aceptable. La amabilidad recibida por parte del técnico de la Empresa TECSINFO S.A tiene un promedio de 4,09 / 5, que es considerado aceptable. La estimación del tiempo para la solución de un incidente por parte del técnico de la Empresa TECSINFO S.A Tiene un promedio de 3,60 / 5, que es considerado medianamente aceptable. La Investigación concluyó que mediante el estudio realizado se ha podido definir formalmente los procesos de gestión de atención al cliente y de manejo de proveedores de la empresa TECSINFO S.A. Se ha realizado una propuesta del mapa de proceso para la empresa TECSINFO S.A. Donde se ha enfatizado en la mejora de los procesos que son objeto del estudio de esta tesis, vemos también que se tendrán varios controles en el proceso de atención al cliente,

como el tiempo que se demora un técnico en la resolución del incidente; así como se pudo conocer que técnico está libre para atender algún incidente nuevo reportado, mejorando notablemente la atención a los clientes, lo que permite aumentar la eficiencia y eficacia del proceso.

Muñoz (2017) en su investigación *Propuesta de optimización del servicio al cliente en las empresas de Call center en la ciudad de Guayaquil, 2017*. Tuvo el siguiente objetivo general: diseñar un plan de optimización de mejora para el proceso de servicio al cliente en las empresas de Call center en la Ciudad de Guayaquil. La investigación fue de diseñar un plan de optimización de mejora para el proceso de servicio al cliente en las empresas de Call center en la Ciudad de Guayaquil. Se utilizó el instrumento de la entrevista y se utilizó la técnica del cuestionario. Los usuarios no realizan de manera adecuada su trabajo y los clientes buscan que los empleados sean capacitados para poder ofrecer un producto con un servicio óptimo a los clientes de la Mype.

Antecedentes Nacionales

Gaitán (2016) en su investigación *Caracterización de la atención al cliente y la capacitación en las Mypes del sector servicio – rubro restaurantes en el distrito de Lalaquiz – Huanca bamba año 2016*. La presente investigación tuvo como objetivo establecer las características de atención al cliente y la capacitación en las Mypes rubro restaurantes en el distrito de Lalaquiz – Huanca bamba año 2016. Se empleó la metodología de investigación de tipo no experimental de corte transversal, siendo los resultados agrupados de acuerdo a la variable de estudio, basado en una muestra de

20 trabajadores y 135 clientes de las Mypes mencionadas a quienes se les aplicó un cuestionario para estudiar la variable capacitación y otro para la variable atención al cliente de más Mypes del rubro restaurantes en el distrito de Lalaquiz – Huanca bamba, es bajo y los clientes dan mayor relevancia a los aspectos intangibles en búsqueda de satisfacer sus necesidades, por otro lado se determina que existe necesidades de capacitación en la totalidad de trabajadores y que generalmente no presentan capacitaciones por lo tanto no se evidencian medios de capacitación formales.

Torres (2016) 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 2016*. La presente investigación tuvo como objetivo general, determinar las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes en la ciudad de Huarmey 2016. La investigación se desarrolló utilizando un diseño no experimental – descriptivo – transversal. Para el recojo de información se escogió una muestra dirigida de 22 Mypes de una población de 26, a quienes se les aplicó un cuestionario de 14 preguntas, obteniéndose los siguientes resultados: El 59.1% aplica una gestión de calidad. El 40.9% utiliza la mejora continua como técnica de gestión. El 50% planifica sus actividades. El 36.4% considera el buen trato como prioridad ante sus clientes y el 59.1% cree que una atención de calidad contribuye el aumento de ventas y el 54.5% no capacita a sus colaboradores en atención al cliente. Finalmente, las conclusiones son: La mayoría de las Mypes encuestadas que están aplicando una gestión de calidad y usando la técnica de mejora continua, planificando sus

actividades. Así mismo, la mayoría prioriza el buen trato al cliente, contribuyendo el aumento de ventas en su negocio.

Valdivieso (2019) en su investigación *Propuesta de mejora en atención al cliente como factor relevante para la sostenibilidad de los emprendimientos en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferretería del distrito de Huaral, 2019.*

Tuvo como objetivo general: proponer las mejoras de atención al cliente como factor relevante para la sostenibilidad de los emprendimientos en los micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferretería de distrito Huaral, 2019. La investigación fue de diseño no experimental, nivel descriptivo se aplicó un cuestionario de 31 preguntas y se realizó una encuesta: se observa que de los 100% de los encuestados, el 18% tienen entre 18 a 30 años, el 27% representan una edad de 31 a 50 años y el 55% de 51 años son del género masculino, el 45% son del género femenino. Así el 18% casi siempre ofrecen productos con precios adecuados y el 46% aplican estándares de limpieza en la empresa manteniendo limpio el local. En conclusión, hay falta de guía para mejorar en atención al cliente y la sostenibilidad tanto económica y ambiental.

Antecedente Regional

Rodríguez (2017) en su investigación *Dirección personal y atención al cliente en los restaurantes de uno y dos tenedores de la provincia de Huari-Región Ancash, 2017* cuyo objetivo consistió determinar cómo incide la dirección de personal en la atención al cliente de los restaurantes, para lo cual aplicó una investigación de tipo aplicada y descriptiva cuyo diseño de investigación fue no experimental, de tipo cualitativo y cuantitativo con una muestra de 113 clientes. Conclusiones: La dirección

del personal incide de manera limitada en la atención al cliente de los restaurantes de uno y dos tenedores de la provincia de Huari-Región Ancash, reflejado en un 47% limitado y un 27% poco limitado, lo cual se evidencia que la dirección del personal no está cumpliendo la función importante que le corresponde en los restaurantes de uno y dos tenedores de la provincia de Huari-Región Ancash ya que se observó in situ deficiencias como la existencia de empresarios empíricos; carencia de liderazgo y la creatividad en la presentación del servicio en el comedor, desmotivación en el personal y la inoportuna comunicación entre el personal y el empresario entre otros. La función de la dirección personal (liderazgo, motivación y comunicación) no incide de manera inadecuada en el personal de los restaurantes de uno y dos tenedores de la provincia de Huari-Región Ancash, reflejado en un 42% lo cual se evidencia que es adecuado; puesto que no es suficiente con designar tareas; sino que los gerentes deben aprender a motivar, dirigir y comunicar a su personal; así como entender la importancia de las relaciones interpersonales y el comportamiento del grupo de personas; ello contribuirá el aporte de los objetivos de la organización y del grupo. Según la opinión de los clientes el perfil del personal de atención no es inadecuado en los restaurantes de uno y dos tenedores de la provincia de Huari; en discordancia con la teoría son 6 atributos que debe reunir el personal de atención sin embargo los resultados resaltan dos atributos reflejando un 55% (vocación de servicio) y reflejado en un 43% (capacidad de escuchar al cliente); por lo tanto, el personal carece de los atributos del perfil de atención al cliente. Puesto que quien debe tratar directamente con los clientes ocupan un puesto de significativa importancia y responsabilidad, motivaciones e intereses particularmente aptos para la tarea.

Romero (2018) en su investigación *Gestión de Calidad en la Capacitación de Atención al Cliente en las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Comercio - rubro venta al por menor de aparatos y Equipos de Uso Doméstico de la Ciudad de Huaraz, 2018*. Obteniendo como objetivo general: Describir las principales características de la gestión de calidad en la capacitación de atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector comercio del rubro venta al por menor de aparatos y equipos de uso doméstico de la ciudad de Huaraz, 2018. Obteniendo objetivos específicos: Describir las principales características de los gerentes y/o representantes legales de las mypes del ámbito de estudio. Describir las principales características de las mypes del ámbito de estudio. Describir las principales características de la gestión de calidad en la capacitación de atención al cliente de las mypes del ámbito de estudio. La investigación utilizó como metodología el tipo de investigación es descriptivo, el nivel de investigación de la tesis es cuantitativo, el diseño de la investigación es no experimental – transversal o transaccional, no experimental. La población en estudio constó de un total de 10 mypes. Y obteniendo los principales resultados: dentro de la caracterización de la gestión de calidad en la capacitación de atención al cliente bajo la perspectiva del gerente, control de calidad de la empresa y la preparación organizacional vemos que, el 70% manifestó estar siempre impulsando la consecución de logros, el 50% manifestó que la mayoría de veces otorga confianza a sus empleados, el 60% manifestó que siempre trabaja en equipo, el 100% de los representantes legales de las mypes aseguraron que si tiene productividad en su empresa, en dentro de control de calidad del sistema de servicio, vemos que, el 70% manifestó que siempre se preocupa por las instalaciones físicas de la empresa, el 80% manifestó que siempre establece las normas de calidad de productos y servicios, y en

el control de calidad de los productos o servicios vendidos, el 50% manifiesta que siempre se fomenta la habilidad de prestar el servicio prometido de forma precisa, y en caracterización de la gestión de calidad en la capacitación de atención al cliente bajo la perspectiva del empleado, control de calidad de la empresa y la preparación organizacional vemos los resultados que el 55% manifestó estar siempre impulsando la consecución de logros, el 55% manifiesta estar siempre en posesión de programa de atención al cliente, y en control de calidad del sistema de servicio, el 55% manifiesta estar siempre pendiente de las instalaciones físicas, el 100% manifiesta conocer el termino atención al cliente. La investigación concluyó que identificó que, en las principales características de la gestión de calidad en la capacitación de atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del ámbito de estudio, la gran mayoría de los representantes de las mypes encuestadas se mostraron conscientes que la capacitación tanto para ellos como para los empleados de su empresa ayuda a mejorar las actividades de atención al cliente y que, a su vez, les permite volverse competitivas en el mercado. Pero no lo ven como una prioridad ya que prefieren destinar parte de su inversión en otros aspectos empresariales, con el respecto a describir las principales características de los gerentes de las mypes del ámbito de estudio, existen porcentajes altos referentes a la consecución de logros, otorgamiento de confianza a sus empleados, trabajo en equipo, posesión de programa de atención al cliente, que el personal cuente con una apariencia limpia, que se establezca normas de calidad de productos y servicios, Respecto a describir las principales características de la mype del ámbito de estudio, existe un alto porcentaje en la preocupación por las instalaciones físicas de la empresa, que sean visualmente atractivas, así como el mobiliario, equipos y herramientas, que tengan el aspecto de

ser modernos, respecto a describir las principales características de la capacitación de atención al cliente de la mype del ámbito de estudio, hay un gran porcentaje en que los empleados, tengan una consecución de logros, estar siempre en confianza, trabajo en equipo, posesión de programa de atención al cliente, debe estar siempre bajo un programa de atención al cliente, estar siempre con una apariencia limpia, estar siempre con la habilidad de prestar el servicio promedio de forma precisa, manifiesta estar siempre con la evaluación de la conformidad en la entrega del producto o servicio y estar siempre con la adopción de acciones correctivas ante el rechazo del producto o servicio brindado.

Antecedentes Locales

Ordeño (2016) en su investigación *Caracterización de la capacitación de personales en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes en el distrito de San Luis (Nuevo Chimbote) 2016*. Nos dice que el trabajo de investigación tuvo como objetivo general describir las principales características de la capacitación de personal en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes en el distrito de San Luis (Nuevo Chimbote) 2015. Para el desarrollo del presente trabajo se utilizó un tipo y nivel de investigación descriptiva – cuantitativa – y diseño transaccional. Para el recojo de información se identificó una población de 6210 clientes de los cuales se consideró una muestra de 362 clientes a quienes se les aplicó un cuestionario de 16 preguntas cerradas por medio de la encuesta, de lo cual se obtuvo los siguientes resultados. El 48% manifestaron que los conocimientos de los empleados son ilimitados para contestar las preguntas de los clientes 47% expresaron que

regularmente el personal es capaz de escuchar y responder acertadamente en las opiniones de los clientes el 38% indicaron que muy pocas veces el personal del restaurant culmina el servicio en el tiempo prometido. Finalmente se incluye que las micro y pequeñas empresas sector servicio – rubro restaurantes en el distrito de San Luis (Nuevo Chimbote) 2015 no capacita adecuadamente a su personal referente a la atención del cliente.

Alva (2016) en su investigación *Cultura Organizacional y calidad de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes (cevicherías) del distrito de Chimbote 2016*. El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo general. Determinar la influencia de la cultura organizacional en la calidad de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes (cevicherías) del distrito de Chimbote 2016. Para el desarrollo del trabajo se utilizó un tipo y nivel de investigación descriptiva – correlacional y un diseño transaccional. Para que el recojo de la información trabaje con la población de 43 gerentes de cevicherías, y se aplicó una muestra censal a quienes se les aplico un cuestionario de 22 preguntas cerradas de cultura organizacional y 11 en atención al cliente por medio de la encuesta, lo cual obtuvo los siguientes resultados: El 83.07% de gerentes encuestados opinan que en sus organizaciones se predomina las características de una cultura débil. En la calidad de atención a sus clientes y solo el 95.03% opinan que se preparan adecuadamente para dar una buena atención a sus clientes y solo el 4.07% opinan que dan una buena atención regular. Según la correlación encontrada es de 10.787 en una relación altamente significativa entre las dos variables. Finalmente, como conclusión: La cultura organizacional incide

favorablemente en el logro de brindar una buena atención en los restaurantes del distrito de Nuevo Chimbote.

Ramos (2017) en su investigación *Caracterización de la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipos de cómputo y accesorios, Ciudad de Chimbote, 2017*. Teniendo como objetivo general: Determinar las principales características de la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipos de cómputo y accesorios, ciudad de Chimbote, 2017. Y como objetivo específico lo siguiente: Determinar las principales características del representante de las micro y pequeñas del sector comercio, rubro venta de equipos de cómputo y accesorios, ciudad de Chimbote, 2017. Determinar las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipos de cómputo y accesorios, ciudad de Chimbote, 2017. Determinar las características de la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipos de cómputo y accesorios, ciudad de Chimbote, 2017. La investigación utilizó la siguiente metodología el diseño de la investigación fue no experimental- transversal- descriptivo- cuantitativa, con una población de 20 mypes se utilizó una muestra dirigida a 14 de ellas, a quienes se les aplicó un cuestionario de 15 preguntas mediante la técnica de la encuesta. Obteniendo los siguientes resultados: con respecto a la edad de los representantes, el 78,6% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen entre 31 a 50 años, con respecto al género de los representantes, el 92,9% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son del género masculino, con respecto al grado de instrucción de los representantes, el 71,4% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen grado de instrucción superior universitario, con respecto al cargo que

desempeñan los representantes, el 57,2% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son los dueños, con respecto al tiempo que desempeñan en el cargo los representantes, el 57,2% de los representantes vienen desempeñando en el cargo más de 7 años, con respecto al tiempo de permanencia de las micro y pequeñas empresas, el 21,4% de las micro y pequeñas empresas tienen 3 años de permanencia, el 28,6% tienen de 4 a 6 años y el 50% tienen de 7 a más años en el rubro que desempeñan, con respecto al número de trabajadores de las micro y pequeñas empresas, el 85,7% de las micro y pequeñas empresas cuentan con un número de 1 a 5 trabajadores, el 92,9% de las micro y pequeñas empresas se crearon para generar ganancias, el 100% de las micro y pequeñas empresas cuentan con un plan estratégico, el 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas conocen el término competitividad, el 100% de los representantes consideran que sus micro y pequeñas empresas son competitivas, el 92,9% de los representantes conoce a sus competidores directos, el 85,7% de los representantes consideran que los productos que ofrecen se relacionan o son similares a los que ofrecen sus competidores, el 57,1% de los representantes considera que su micro y pequeña empresa es competitiva en cuando a la atención que brindan a sus clientes, el 57,1% de los representantes afirman que desarrollar nuevos servicios es uno de los factores que logran mantener la competitividad en sus negocios. La investigación concluyó que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipos de cómputo y accesorios, ciudad de Chimbote 2017. Tienen una edad promedio de 31 a 50 años, son del género masculino, tienen un grado de instrucción superior universitaria, son los propios dueños y vienen desempeñado en el cargo más de 7 años. La mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector

comercio, rubro venta de equipos de cómputo y accesorios, ciudad de Chimbote 2014. Tienen más de 7 años de permanencia en el rubro, cuentan con un número promedio de 1 a 5 trabajadores y se crearon con el objetivo de generar ganancias. La totalidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipos de cómputo y accesorios, ciudad de Chimbote, 2017, cuentan con un plan estratégico, asimismo conocen el término competitividad y consideran que son competitivos. La mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipos de cómputo y accesorios, ciudad de Chimbote, 2017, conocen a sus principales competidores, consideran que sus productos están relacionados a los de sus competidores, son competitivos por la atención que brindan a sus clientes y asumen que el factor más importante para desarrollar la competitividad es la creación de nuevos servicios.

V2. Gestión de Calidad

Antecedentes Internacional

Córdova (2017) en su investigación *Gestión de calidad y el desempeño exportador de las micro y pequeñas empresas sector comercio de la región Huetar de costa rica, 2017*. Tuvo como objetivo general: determinar la incidencia de la gestión de calidad en el desempeño exportador de las mypes sector comercio de la región Huetar de costa rica. La investigación fue de tipo de cuantitativo, descriptivo, diseño no experimental-transversal, se trabajó con una población de 32 empresas se utilizó un cuestionario y se aplicó la técnica de la encuesta. El resultado fue que las empresas tienen un mayor desarrollo de la gestión de calidad y el desempeño exportador lo que nos indica que el desarrollo de la gestión de

calidad de las empresas presentan un alto desempeño en exportación ya que promueven la gestión de calidad. En conclusión, las empresas tienen todo el conocimiento de sobre gestión de calidad y en el desempeño exportador solo la minoría no lo aplica de la manera correcta.

García (2019) en su investigación *gestión de calidad en las Mypes sobre las investigaciones del desarrollo exportador caso comercial, 2019*. Tuvo como objetivo general: Determinar gestión de calidad en las mypes sobre las investigaciones del desarrollo exportador caso comercial, la investigación es de tipo cuantitativo nivel descriptivo, diseño no experimental-transversal, se utilizó el cuestionario y se aplicó la encuesta. Donde se obtuvieron los siguientes resultados, las empresas deben obtener mayores resultados sobre los procedimientos que se desarrollan dentro de la empresa y que se pueda obtener resultados excelentes, llamativos. En conclusión, las empresas tienen que mejorar en sus etapas que son planificar, realizar proyectos a futuro y que tenga un buen manejo de sus proveedores, personal Becerra (2019) en su investigación *Sistema de gestión de la calidad en las mypes sector comercio en las compras de productos para las universidades, Ecuador, 2019*. Tuvo como objetivo general: Proponer un Sistema de gestión de la calidad en las mypes sector comercio en las compras de productos para las universidades, Ecuador, 2019. La investigación es de tipo cuantitativo nivel descriptivo, diseño no experimental-transversal, se utilizó un cuestionario de preguntas y se aplicó la encuesta. En el resultado se revela que la mayoría se diseñaron a la planificación de investigación, para su identificación de los productos el propósito es ubicar rápidamente el número de compras, el proceso de investigación de los productos se realiza para poder describir las actividades establecidas. Concluye que la gestión de calidad influye demasiado en las mypes

aplicando el contexto de compras en universidad el buen manejo de gestión de calidad.

Antecedentes Nacionales

Sanchez (2017) en su investigación *Características de la gestión de calidad y atención al cliente del restaurante el leñador y algo más del distrito de Sullana, año 2017* Tuvo como objetivo general: determinar las características de gestión de calidad y atención al cliente del restaurante del leñador y algo más del distrito de Sullana, año 2017. El tipo de investigación fue no experimental – transversal – descriptivo – cuantitativo. La primera población para la variable de gestión de calidad está conformada por 5 trabajadores, siendo la muestra 5. La segunda población para la variable de atención al cliente se considera infinita, la cual está conformada por los clientes del restaurante, siendo la muestra 68 a quienes se le aplico un cuestionario utilizando la técnica de la encuesta. Los principales resultados de la gestión de calidad fueron el 100% de los trabajadores, manifestó que la empresa cuenta con políticas de calidad establecidas y el 100% de trabajadores señalo que la empresa motiva a su personal. Respecto a la atención de cliente el 57% de los clientes señalo que la mayoría de veces se les agradece por su visita, el 69% señalo que a veces la atención al servicio es rápida, el 49% señalo que la mayoría de veces la actitud del personal es amable, cortés y agradable. Llegando a las siguientes conclusiones que el restaurante “El leñador y algo más” cuenta con políticas de calidad establecida y percepción para la mayor parte de los clientes del restaurante es regular.

Garay (2017) en su investigación *Caracterización de la Gestión de calidad y rentabilidad en las Mypes sector comercial rubro ferretería de la provincia de Leoncio prado periodo-2017*. Tuvo como objetivo general: conocer las características de la gestión de rentabilidad en las MYPES sector comercio rubro ferreterías de la provincia de Leoncio prado –periodo 2017. La investigación fue de diseño no experimental-transversal, nivel descriptivo, técnica de recojo es la encuesta y el instrumento de recolección con un cuestionario de 12 preguntas cerradas donde el 70% son de género masculino y el 30% de género femenino el 55% ofertan productos de buena calidad, el 25% representan que tienen bajas ventas, el 40% cuenta con capital suficiente para atender a los grandes pedidos del cliente. En conclusión, el personal en su mayoría no está capacitado para la mejorar la atención al cliente en gestión de calidad ya que pocas empresas realizan delivery y las medidas de las ventas son pocas y no son implementadas según las exigencias de sus clientes.

Castillo (2017) en su *investigación Caracterización de gestión de calidad e innovación de servicios en las Mype, rubro Ferretería Piura centro, año 2017*. Tuvo como objetivo general: Determinar las características que tienen la gestión de calidad e innovación de los servicios de las MYPE, rubro ferretería Piura Centro, año 2017. La investigación es de diseño no experimental, corte transversal, tipo cuantitativo, nivel descriptivo técnica de recojo de datos la encuesta, instrumento que es el cuestionario. El 100% de los clientes donde el 97.06% tienen cualidades de innovación de servicios y el 82.35% respondieron que las ferreterías brindan catálogos para observar y escoger según los productos

de calidad. En conclusión, que la Mype tiene que seguir innovando la gestión de calidad para lograr una buena venta de materiales y herramientas de construcción.

2.2 Bases Teóricas

V.1 Atención al cliente

El servicio al cliente es uno de los pilares de la rentabilidad con su posicionamiento de cualquier negocio y se centra de manera directa en la satisfacción de los consumidores y en la optimización de su experiencia e interacción con una marca, y es un buen desempeño que satisface a sus competidores con las necesidad y perspectiva de sus clientes. (Arena 2018)

Podemos definir el servicio de cliente como un concepto que engloba todas aquellas estrategias, actividades y procesos orientados a satisfacer las necesidades de los usuarios de un producto o servicio. Y aunque se dice de forma sencilla, todo esto abarca múltiples factores y aspectos que van más allá de un buen producto como: amabilidad; rapidez; seguridad; seguimiento: eficacia entre otros.

Beneficios de Atención al Cliente

Es una herramienta de marketing que puede ser muy eficaz y es utilizada de forma adecuada debido a que su éxito de las empresas depende en gran medida de capacidad para captar hacia sus clientes que trabaja en una empresa. El mantenimiento de sus altos niveles de calidad en atención al cliente que genera las empresas los siguientes beneficios. Al respecto Huerta (2017) da a conocer los beneficios de la atención al cliente.

Un cliente satisfecho es un cliente fiel, que siempre volverá a comprar tus productos o servicios. Recuerda que lograr un cliente nuevo es más caro que mantener a un cliente antiguo. Logran satisfacer una buena experiencia de compra con otras personas, como sus familiares y amigos. Se convierten en embajadores de nuestra marca.

Procedimiento de entrega

Manzanera (2019) en su libro de investigación nos dice que aquella fase de entrega comprende en una sola etapa que se da en delegar la responsabilidad de su población, supervisarla, la ejecución de la obra que se realiza en un seguimiento que emprende en sus acciones para mantener el trabajo. Y se repite durante el tramo del envío en su trabajo que se mantiene dentro de la tolerancia en caso de que llega tarde el pedido y se realiza la acción de apoyo en una decisión sobre la justificación de la entrega del bien u servicio.

El procedimiento de entrega tiene un solo fin, llegar al punto de su destino en buenas condiciones de manera rápida para la satisfacción del cliente y teniendo una buena imagen para que el cliente pueda recomendar las personas más cercanas

Comunicación

Según Castillo (2020) menciona que nosotros vivimos en una sociedad que su ámbito laboral depende de las empresas ya que ellos solo ofrecen trabajos para poder sustentar la sociedad. La comunicación es uno de los elementos clave dentro de una organización, el empleado tiene que adaptarse y sobrevivir si quiere mantenerse dentro de la empresa. La comunicación es un conjunto de procesos que lleva a cabo en una empresa con el poder de llevar información, a nivel interno y con otras áreas dentro de la empresa para el intercambio mutuo de datos que se pueden favorecer a la empresa y así facilita la interacción y mejorar el clima laboral

La comunicación es muy importante en la empresa ya que gracias a ellos los colaboradores se pueden comunicar con las demás áreas. Para lograr cualquier objetivo o proyecto dentro de la empresa que se llevara la información a los demás colaboradores.

Motivación Laboral

Según Castillo (2021) nos manifiesta que la motivación laboral es el motor de una empresa y se debe tener en cuenta el bienestar de la compañía ya que los empleados se encuentran más comprometidos en su área de labor gracias a la motivación de la empresa a través de estímulos alentarlos a que se realizan un buen trabajo de la mejor manera

La motivación laboral son estímulos básicos para la supervivencia del trabajador ya que con su labor ellos lo compensan. La empresa busca su bienestar que sea atractivo al trabajo y que haya relación con los directores y los colegas para realizar un buen desempeño laboral.

Gestión de Calidad

Se conoce a una estrategia de gestión empresarial que consiste en el estudio y valoración del concepto de calidad en cada una de las fases de un proceso de producción. Con la finalidad de una mejora constante de bienes y servicios ofertados en la consecución de una mayor satisfacción del cliente. De acuerdo con Mejías (2018) establece que:

La gestión de Calidad es un conjunto que coordina en dirigir y controlar una organización en lo relativo a la calidad. Esta función se ha construido históricamente como una compleja combinación de ideología y métodos que se han aplicado en la práctica para modelar metodologías con afrontar problemas complejos de gestión de organizaciones (p.17)

Dimensiones de la Gestión de calidad

Por otro lado, las dimensiones de gestión de calidad se basaron en la trilogía de Juran al respecto Borja (2018) hace mención 3 dimensiones

- a) Planificar la calidad en esta parte del proceso que se tiene por desarrollar sus productos y procesos necesarios para cumplir las necesidades de los clientes

Esta parte del proceso involucra una serie de pasos (actividades), los cuales son:

- Determinar quiénes son los clientes de tus productos o servicios
- Determinar las necesidades de los clientes
- Desarrollar las características de los productos que respondan a las necesidades de los consumidores

- b) Control de la calidad: Puede ser llevado en posterior a los hechos hasta que llamamos prevención. Regresando el proceso de un control de calidad que se tiene hacer lo siguiente:

- Evaluar el desempeño actual de la calidad
- Comparar el desempeño actual con los objetivos de calidad

Beneficios de la gestión de calidad

Abarca con un conjunto de normas y estándares internacionales que promueven el cumplimiento de los requisitos de calidad de una organización. Y contribuye a los productos, servicios y todos los procesos relacionados a ellos que cumplen con sus condiciones. Al respecto Talavera (2018) explica que estos son los principales beneficios de contar con un sistema de gestión de calidad. El hecho de contar con un sistema de Gestión de Calidad que proyecta una imagen muy positiva sobre los clientes potenciales que hace de la organización prevalezca frente a otras

Mejora sus procesos de organización: se realizan en la actividad productiva y siguen sus estándares que aseguran que se está cumpliendo las normas que hacen a un proceso optimizado. Reducción de costes sin que afecten a la calidad: es necesario mejorar la calidad de un producto o servicio sin que la calidad del mismo sea afectada y trata de optimizar el proceso y eliminar los costes superfluos de tiempo o recursos.

2.3 Marco Conceptual

Microempresas

Las micro y pequeñas empresas tienen una gran importancia en la economía y en el nivel nacional y Regional tanto en los países industrializados y en este menor grado de desarrollo con este tipo de mypes que están encargados de la venta de comercialización en los bienes y servicios de los cuales están enfocados en la atención de las necesidades y satisfacer sus necesidades de sus consumidores. (Torres, 2018)

Atención

Es la capacidad de observar lo que nos interesa y deja de mirar lo que queremos y no deseamos ver y nos hace tomar conciencia que ocurre en nuestro entorno (Ballesteros, 2016)

Atención al cliente

Es un conjunto de actividades que sin embargo se utiliza para ofrecer un buen servicio o producto en el momento y lugar adecuado y se va llegando al consumidor en una mejor manera (Ormeño, 2019)

Gestión

Se refiere a la coordinación de actividades de trabajo en un modo que se realiza mediante de una manera eficiente y eficaz con otras personas y se convierte en el objetivo principal de toda gestión (Coulter, 2018)

Calidad

Es el conjunto de característica que satisface en las necesidades de sus clientes y consiste en no tener deficiencias. Y es una adecuación para su uso que satisface las necesidades del cliente (Juran, 2016)

Gestión de Calidad

La actividad en donde están enfocados en su desarrollo de planificación, organización en su misma manera de formar y controlar su política de calidad y establece objetivos con funciones dando la responsabilidad para ello seleccionar un personal responsable.

III. HIPOTESIS

Según Rodríguez (2018) menciona que la investigación esta formulada por hipótesis que tiene como objetivo probar la influencia de una variable entre sí o el efecto de una característica o variable sobre otra, básicamente son estudios que muestran la relación- causa- descriptiva, no los necesitan porque basta con hacer unas pocas preguntas de investigación.

En la presente investigación no se planteó hipótesis por ser una investigación descriptiva:

Propuesta de mejora de atención al cliente y gestión de calidad en la micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurante en la avenida Agraria del distrito de Nuevo Chimbote, 2021.

IV. METODOLOGIA

4.1 Diseño de investigación

El diseño de la investigación fue no experimental - transversal- descriptivo- de propuesta

El diseño de la investigación fue no experimental García (2016) refiere que se realiza sin manipular variables intencionadamente. Los investigadores no sustituyen intencionadamente variables independientes. Los hechos se observan porque se muestran en texto real de determinados momentos. Por lo tanto, primero se utiliza el diseño de sección no experimental analizado y medido (p.116)

Fue no experimental porque no se manipulo deliberadamente a las variables Atención al cliente y Gestión de Calidad en la micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurante en la avenida Agraria del distrito de Nuevo Chimbote, 2021. Solamente se observó conforme a la realidad sin sufrir ningún tipo de modificaciones

El diseño de la investigación fue transversal porque según lo manifestado por Monroy y Sánchez (2018) quienes indican que un estudio es de diseño transversal por que se recopila datos rápidamente. El objetivo es describir las variables y analizar su ocurrencia en un momento dado (p. 102)

Fue transversal porque el estudio de investigación Propuesta de mejora de atención al cliente y gestión de calidad en la micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurante en la avenida Agraria del distrito de Nuevo Chimbote, 2021

Según los autores Monroy y Sánchez (2018) definen que la investigación descriptiva consiste en una caracterización de un hecho, de un fenómeno de un individuo o grupo con la finalidad de establecer su estructura. Donde los resultados de la investigación descriptiva que se ubican en nivel intermedio (p.107)

Fue descriptivo porque solo se describió las principales características de las variables Propuesta de mejora de atención al cliente y gestión de calidad en la micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes en la avenida Agraria del distrito de Nuevo Chimbote, 2021

Fue de propuesta porque se elaboró una propuesta y un plan de mejora a los resultados encontrados en la investigación Propuesta de mejora de atención al cliente y gestión de calidad en la micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurante en la avenida Agraria del distrito de Nuevo Chimbote, 2021

4.2 Población y muestra

Población

Según Fresno (2019) estadísticamente una población es un grupo de entidades limitadas o ilimitadas (personas, bienes, negocios, etc.) que comparten características comunes. La población es un factor muy importante en el proceso de investigación y está determinada por el número de componentes. Dependiendo de este número. La población puede ser limitada o infinita más de 30,000 (p.105)

- La población estuvo conformada por 10 representantes de la micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes en la avenida Agraria del distrito de Nuevo Chimbote, 2021

Muestra

Para Hernández (2017) la muestra es un método no se basa en formulas mecánicas o posibles, depende del proceso de toma de decisiones del investigador o grupo de estudios, y se aplican diferentes criterios de investigación a la muestra seleccionada. La elección de las muestras que son un poco probables dependerá del método de estudio y las contribuciones proporcionadas. Por entender esto aquí hay tres ejemplos de considerar estas ideas (p.173)

- En la investigación solo se trabajó con una muestra dirigida de 10 representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurante en la avenida Agraria del distrito de Nuevo Chimbote, 2021

4.3. Definición y Operacionalización de la variable.

OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES E INDICADORES						
VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	DEFINICIÓN OPERACIONAL	INDICADORES	ITEMS	ESCALA DE MEDICIÓN
ATENCIÓN AL CLIENTE	El servicio al cliente es uno de los pilares de la rentabilidad con su posicionamiento de cualquier negocio y se centra de manera directa en la satisfacción de los clientes y en la optimización de su experiencia e interacción con una marca, y es un buen desempeño que satisface a sus competidores con la necesidad y perspectiva de sus clientes para ello es necesario un control de calidad para satisfacer al cliente con la entrega de productos adecuados. (Arena 2018)	Importancia de atención al cliente	Es la capacidad de planificar acciones que nos permitan satisfacer las necesidades de los clientes y deja de mirar lo que desean y lo que no desean mediante la comunicación con el objetivo de la fidelización de los mismos. (Ballester, 2016)	Capacidad	¿Usted tiene la capacidad de planificar y organizar las actividades antes de llevarlas a cabo? ¿Usted tiene la capacidad el conocimiento para el entrenamiento del personal	LIKERT
		Satisfacción del servicio al cliente	La satisfacción aparece cuando las necesidades o expectativas del cliente se han cumplido y es clave para la fidelización de clientes para ello es necesario la utilización de técnicas y la interacción con el cliente para conocer sus necesidades y satisfacerlas. (Arena 2018)	Comunicación	¿Cómo líder establece una buena comunicación con sus colaboradores?	
				Técnicas	¿Usted informa a sus trabajadores a mejorar sus actividades y técnicas? ¿Aplica técnicas de atención al cliente al momento de interactuar con ellos?	
		Control de calidad	Es la verificación del productos para que este cumpla con las necesidades y especificaciones de los clientes con el objetivo de	Interacción	¿Usted como líder tienen en cuenta las opiniones y técnicas de sus colaboradores antes de tomar una decisión?	
				Producto	¿Ayuda a generar la confianza del cliente al momento de presentar su producto?	
				Objetivos	¿Considera usted que una buena planificación y ganancia	

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	DEFINICIÓN OPERACIONAL	INDICADORES	ITEMS	ESCALA DE MEDICIÓN
Gestión de Calidad	La gestión de Calidad es un conjunto de procesos que coordinan en dirigir y controlar una organización en lo relativo a la calidad. Esta función se ha construido históricamente como una compleja combinación de ideología y métodos que se han aplicado en la práctica para modelar metodologías con afrontar problemas complejos de gestión de organizaciones todo con la finalidad de identificar y satisfacer las necesidades de los clientes (Mejía 2018)	Proceso	Talavera (2018) señala que el proceso es una secuencia de acciones y actividades mediante la utilización de técnicas ayudaran a mejorar el rendimiento de un negocio para que este pueda liderar en el mercado.	Liderar	¿Cree que para liderar un negocio se tiene que tener muy en claro lo que se quiere conseguir?	LIKERT
				Técnicas	¿Conoce las técnicas modernas de Gestión de Calidad?	
				Rendimiento	¿La gestión de calidad contribuye a mejorar rendimiento del negocio?	
		Identificación	Identificar las necesidades del cliente, es importante comprender las necesidades que lo llevan a tomar su decisión de compra. El objetivo es analizar los intereses y deseos de los clientes con la finalidad que la empresa pueda tomar decisiones y acciones de mejora para la calidad de los productos y/o servicios (Talavera, 2018)	Necesidades	¿Cree usted que su MYPE cumple con las necesidades que los clientes exigen y la calidad que se enfoca en sus clientes?	
				Mejora	¿ Considera usted que se debe mejorar la calidad del platillo que ofrecen	
				Toma de decisiones	¿Usted cree que una buena toma decisiones mejoraría la calidad del platillo?	

4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnicas

La técnica que utilizo para el recojo de información fue la encuesta, la cual estuvo direccionada a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurante en la avenida Agraria del distrito de Nuevo Chimbote, 2021

Según Bernal (2018) este método es más apropiada y eficiente porque recopila los datos que necesitan.

Instrumento

Según Bernal (2018) mecanismos mediante los cuales los investigadores recopilan y registran información: formularios, cuestionarios escalas de opinión y listas de verificación

El instrumento utilizado fue el cuestionario, elaborado con 14 preguntas, 8 para la variable de atención al cliente y 6 para la variable de Gestión de Calidad

4.5 Plan de análisis

Según Galeano (2020) el plan de análisis de datos es una hoja de ruta para organizar y analizar los datos de la encuesta. Este plan está diseñado para ayudarlo a lograr los tres objetivos que estableció antes de comenzar una encuesta. Responde las preguntas principales de la encuesta. Utilice equipo de investigación más específico para comprender estas reacciones encuestadas en secciones y compare diferentes perspectivas demográficas (p.30)

Se utilizó los siguientes programas informativos para el desarrollo de la investigación: Microsoft Excel para realizar las tablas y figuras estadísticas. Microsoft Word para la redacción del trabajo de investigación. También se utilizó el programa PDF para la presentación final de la investigación. Además, se utilizó el Microsoft Power Point para la elaboración de las diapositivas que se utilizaron en la ponencia y sustentación de la investigación. Así mismo, se utilizó el programa turnitin para medir el porcentaje de similitud del trabajo de investigación con otros estudios.

MATRIZ DE CONSISTENCIA

TITULO	ENUNCIADO DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLES	METODOLOGIA	POBLACIÓN Y MUESTRA	TECNICA E INSTRUMENTOS
<p>Propuesta de mejora de atención al cliente y gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes en la avenida Agraria del distrito de Nuevo Chimbote, 2021</p>	<p>¿La mejora de atención al cliente y gestión de calidad permite un óptimo funcionamiento en la micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes en la avenida Agraria del distrito de Nuevo Chimbote, 2021?</p>	<p>Objetivos Generales Determinar si la mejora de atención al cliente y gestión de calidad permite un óptimo funcionamiento en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes en la avenida Agraria del distrito de Nuevo Chimbote, 2021</p> <p>Objetivos Específicos Determinar las características de importancia de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes en la avenida Agraria del distrito de Nuevo Chimbote, 2021</p>	<p>Atención al cliente</p> <p>Gestión de Calidad</p>	<p>La investigación fue de diseño: No experimental – transversal- descriptivo – de propuesta</p> <p>-Fue no experimental porque no se manipulo deliberadamente a las variables solo se observó conforme a la realidad sin sufrir ningún tipo de modificaciones</p> <p>-Fue transversal porque se desarrolló en un espacio de tiempo determinado teniendo un inicio,</p>	<p>Población La población estuvo conformada por 10 micro empresas sector servicio rubro restaurantes en la avenida Agraria del distrito de Nuevo Chimbote, 2021</p> <p>Muestra En la investigación solo se trabajó con una muestra dirigida de 10 micro y pequeñas empresas sector servicio rubro restaurantes en la avenida Agraria del</p>	<p>Técnica Se utilizó la técnica de la encuesta, la cual estuvo direccionada a los representantes</p> <p>Instrumento: Se utilizó el instrumento cuestionario, elaborado con 14 preguntas</p> <p>Plan de análisis Se utilizó los siguientes programas informáticos para el</p>

		<p>Determinar las características de satisfacción del servicio al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes en la avenida Agraria del distrito de Nuevo Chimbote, 2021</p>		<p>específicamente en el año 2021</p> <ul style="list-style-type: none"> - Fue descriptivo porque solo se describió las principales características de las variables Atención al cliente y Gestión de calidad -Fue de propuesta porque se elaboró un plan de mejora a los resultados encontrados en la investigación 	<p>distrito de Nuevo Chimbote, 2021</p>	<p>desarrollo de la investigación:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Microsoft Word - PDF - Microsoft Power Point - Turnitin - Mendeley
		<p>Describir las características de control de calidad en la micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes en la avenida Agraria del distrito de Nuevo Chimbote, 2021.</p>				
		<p>Definir las características del proceso de gestión de calidad en la micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes en la avenida Agraria del distrito de Nuevo Chimbote, 2021.</p>				

		<p>Determinar las características de la identificación en la gestión de calidad en la micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes en la avenida Agraria del distrito de Nuevo Chimbote, 2021.</p>				
		<p>Elaborar una propuesta de mejora de atención al cliente y gestión de calidad en la micro y pequeña empresas del sector servicio, rubro restaurantes en la avenida Agraria del distrito de Nuevo Chimbote, 2021.</p>				

4.7 Principios éticos

Los principios éticos aplicados al presente trabajo de investigación, están en concordancia al Código de ética para la investigación de la ULADECH católica, aprobado por acuerdo del consejo universitario.

Protección de la persona

Se protegió a las personas que participaron en la investigación respetando su privacidad el bienestar y la seguridad de las personas será el objetivo principal de cualquier estudio, por lo que es necesario proteger la dignidad, la identidad, la diversidad social y cultural, la privacidad, la confidencialidad, las creencias y la religión voluntaria de los sujetos e información adecuada, sino también la protección de sus derechos básicos cuando toman conciencia de su vulnerabilidad. En esta investigación se respetó la integridad y la seguridad de las personas.

Libre participación y derecho a estar informado

Los participantes del estudio tuvieron un derecho de ser plenamente conscientes del propósito del estudio en el que están o están participando. También son libres de decidir su participar o no. En cualquier estudio, la expresión del deseo debe ser consciente, independiente, clara y ambigua. El investigador o propietario de los datos dio su consentimiento para el uso de la información para los fines especificados en el proyecto. En esta investigación se respetó los derechos de las personas, tienen derecho a opinar y de expresar sus sentimientos.

Beneficencia no maleficencia

Se mejoró la vida y el bienestar de los participantes del estudio, todos los estudios deben lograr un equilibrio positivo entre riesgos y beneficios. En este sentido, el comportamiento del investigador debe seguir las siguientes reglas generales: No haga ningún daño, minimice los posibles efectos secundarios y disfrute del máximo beneficio. En esta investigación hubo un equilibrio entre los beneficios entre las encuestas que se realizó.

Cuidado de medio ambiente y biodiversidad

Toda investigación respetó la condición de los animales y proteger el medio ambiente y las plantas más allá de los fines científicos. Se tomó acciones para prevenir daños, minimizar los efectos no deseados y prevenir daños. En esta investigación se respetó el ambiente no contaminando y siempre difundiendo las buenas prácticas para la mejora del clima.

Justicia

Los investigadores junto la justicia y el interés público sobre los intereses personales. Además, se tomó las decisiones correctas y limite sus conocimientos, habilidades y perjuicios para que no conduzcan a conductas inapropiadas. Los investigadores también estuvieron obligados a participar en procesos, procedimientos y servicios de investigación y atraer personas que tengan acceso a los resultados de los proyectos de investigación. En esta investigación se respetó las decisiones de las personas y priorizar sus opiniones.

Integridad científica

Los investigadores (estudiantes, graduados, profesores, comparadores) evitaron hacer trampas en todo el aspecto de su investigación. Evaluaron e identificaron pérdidas, riesgos y beneficios potenciales que afectaron a los participantes del estudio. Del mismo modo, los investigadores realizaron avances científicos para garantizar la eficiencia de los métodos, recursos y datos y todo el proceso de investigación, composición, desarrollo, análisis y entrega de resultados. Se respetó sin ninguna contradicción, una buena información para mejorar esta investigación

V. RESULTADOS

5.1 Resultados

Tabla 1

Características de importancia de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes en la avenida Agraria del distrito de Nuevo Chimbote, 2021

Importancia de atención al cliente	N	%
Usted tiene la capacidad y el conocimiento de planificar y organizar las actividades antes de llevarlas a cabo		
Nunca	0	0.00
Muy pocas veces	1	10.00
Algunas veces	1	10.00
Casi Siempre	8	80.00
Siempre	0	0.00
Total	10	100.00
Usted tiene el conocimiento para el entrenamiento personal		
Nunca	0	0.00
Muy pocas veces	0	0.00
Algunas veces	1	10.00
Casi Siempre	8	80.00
Siempre	1	10.00
Total	10	100.00
Como líder establece una buena comunicación con sus colaboradores		
Nunca	0	0.00
Muy pocas veces	0	0.00
Algunas veces	0	0.00
Casi siempre	0	0.00
Siempre	10	10.00
Total	10	100.00

Nota: Cuestionario aplicado a los representantes en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurante en la avenida Agraria del distrito de Nuevo Chimbote, 2021

Tabla 2

Características de satisfacción del servicio al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurante en la avenida Agraria del distrito de Nuevo Chimbote, 2021

Satisfacción del servicio al cliente	N	%
Usted informa a sus trabajadores mejorar sus actividades y técnicas		
Nunca	0	0.00
Muy pocas veces	1	10.00
Algunas veces	1	10.00
Casi Siempre	7	70.00
Siempre	1	10.00
Total	10	100.00
Aplica técnicas de atención al cliente al momento de interactuar con ellos		
Nunca	0	0.00
Muy pocas veces	0	0.00
Algunas veces	4	40.00
Casi Siempre	3	30.00
Siempre	3	30.00
Total	10	100.00
Usted como líder tienen en cuenta las opiniones y técnicas de sus colaboradores antes de tomar una decisión		
Nunca	0	0.00
Muy pocas veces	0	0.00
Algunas veces	5	50.00
Casi Siempre	5	50.00
Siempre	0	0.00
Total	10	100.00

Nota: Cuestionario aplicado a los representantes en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurante en la avenida Agraria del distrito de Nuevo Chimbote, 2021

Tabla 3

Características de control de calidad en la micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes en la avenida Agraria del distrito de Nuevo Chimbote, 2021

Control de calidad	N	%
Ayuda a generar la confianza del cliente al momento de presentar su producto		
Nunca	0	0.00
Muy pocas veces	0	0.00
Algunas veces	1	10.00
Casi Siempre	8	80.00
Siempre	1	10.00
Total	10	100.00
Considera usted que una buena planificación y ganancia permitirá alcanzar los objetivos de las mypes		
Nunca	0	0.00
Muy pocas veces	0	0.00
Algunas veces	3	30.00
Casi Siempre	6	60.00
Siempre	1	10.00
Total	10	100.00

Nota: Cuestionario aplicado a los representantes en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurante en la avenida Agraria del distrito de Nuevo Chimbote, 2021

Tabla 4

Características del proceso de gestión de calidad en la micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes en la avenida Agraria del distrito de Nuevo Chimbote, 2021

Proceso de gestión de calidad	N	%
Cree que para liderar un negocio se tiene que tener muy en claro lo que se quiere conseguir		
Nunca	0	0.00
Muy pocas veces	0	0.00
Algunas veces	0	0.00
Casi Siempre	0	0.00
Siempre	10	100.00
Total	10	100.00
Conoce las técnicas modernas para liderar la Gestión de Calidad		
Nunca	0	0.00
Muy pocas veces	0	0.00
Algunas veces	0	0.00
Casi Siempre	5	50.00
Siempre	5	50.00
Total	10	100.00
Gestión de calidad contribuye en mejorar rendimiento de negocio		
Nunca	0	0.00
Muy pocas veces	0	0.00
Algunas veces	7	70.00
Casi Siempre	3	30.00
Siempre	0	0.00
Total	10	100.00

Nota: Cuestionario aplicado a los representantes en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurante en la avenida Agraria del distrito de Nuevo Chimbote, 2021

Tabla 5

Características de la identificación en la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes en la avenida Agraria del distrito de Nuevo Chimbote, 2021

Identificación en la gestión de calidad	N	%
Cree usted que sus mypes cumple con las necesidades que los clientes exigen y la calidad que se enfoca en sus clientes		
Nunca	0	0.00
Muy pocas veces	0	0.00
Algunas veces	0	0.00
Casi Siempre	2	20.00
Siempre	8	80.00
Total	10	100.00
Considera usted que se debe mejorar la calidad del platillo que ofrecen		
Nunca	0	0.00
Muy pocas veces	7	70.00
Algunas veces	3	30.00
Casi Siempre	0	0.00
Siempre	0	0.00
Total	10	100.00
Usted cree que una buena toma de decisiones mejoraría La calidad del platillo		
Nunca	0	0.00
Muy pocas veces	1	10.00
Algunas veces	8	80.00
Casi Siempre	1	10.00
Siempre	0	0.00
Total	10	100.00

Nota: Cuestionario aplicado a los representantes en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurante en la avenida Agraria del distrito de Nuevo Chimbote, 2021

Tabla 6.

Propuesta de mejora de atención al cliente y gestión de calidad en la micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurante en la avenida Agraria del distrito de Nuevo Chimbote, 2021

Problemas encontrados - Resultados	Surgimiento del Problema	Acciones de Mejora	Responsable
Capacitación	En algunos restaurantes no recibieron capacitación antes de crear su empresa	<ul style="list-style-type: none">- Charlas- Seminarios- Establecer objetivos, metas- Capacitar a los empleados para un excelente servicio al cliente	Representantes
Generar ganancia	En el momento de presentar un producto, y estar atento a las oportunidades que se debe resolver diariamente ante un conflicto de ganancias	<ul style="list-style-type: none">- Llevar un control adecuado de los gastos- Mejorar la visibilidad del negocio	Representantes
Liderar	Identificar soluciones y desarrollar un plan de acción	<ul style="list-style-type: none">- Una buena atención- Facilitar las formas de pagos	Representantes

PLAN DE MEJORA PARA LAS EMPRESAS RESTAURANTES EN LA AVENIDA AGRARIA NUEVO CHIMBOTE

1. Datos Generales

- **Nombre o Razón Social:** Restaurantes en la avenida Agraria Nuevo Chimbote
- **Giro de la empresa:** Servicio
- **Dirección:** Av. Agraria 2054- Nuevo Chimbote
- **Nombre del representante:** Alberto
- **Historia:**

En el año 2010 nace con el propósito de vender alimentos a los albañiles que en ese entonces trabajaban en esa zona (dar pensión a cada trabajador) pero como la idea iba creciendo nace con la idea de crear el restaurante “El Gordo”

2. Misión:

Tener varios restaurantes en todo el distrito

3. Visión:

Mantener una buena clientela que goce y disfrute de los diferentes platos que son preparados de calidad y que está de acuerdo al bolsillo del cliente.

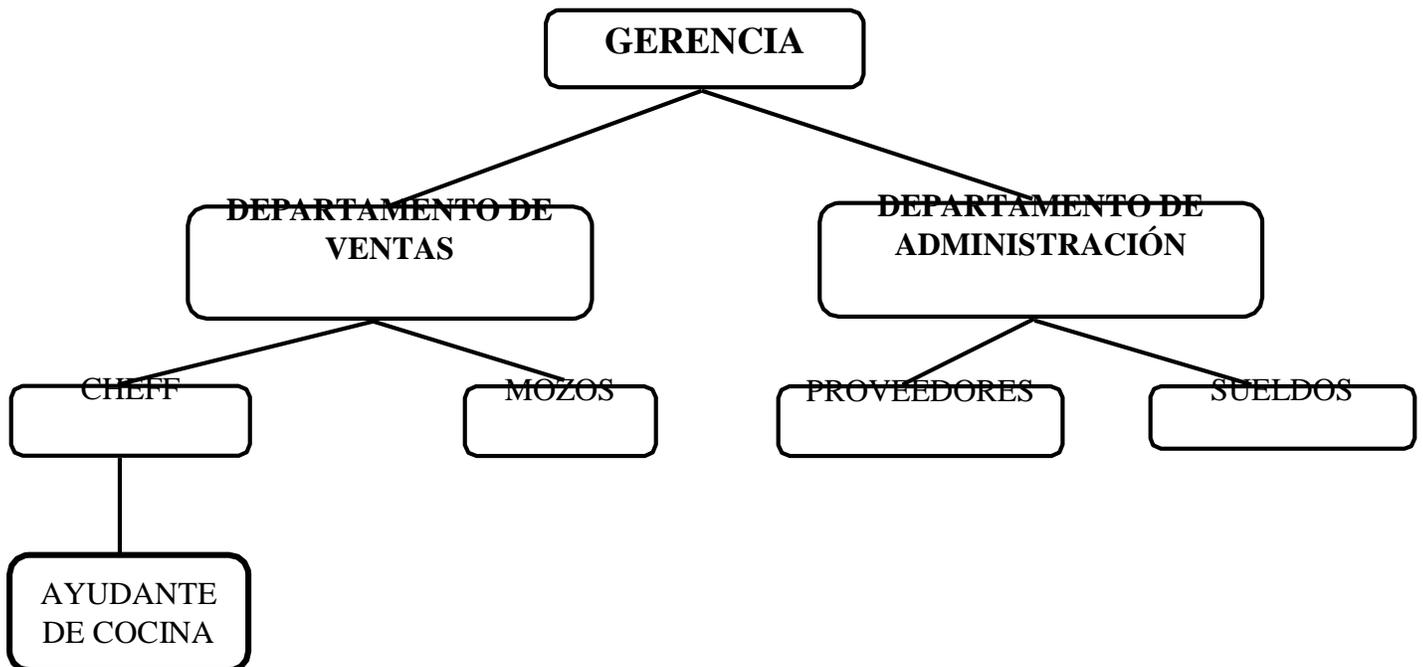
4. Objetivos

Proporcionar a los clientes, empleados y proveedores una excelente practica de innovación, mejora continua y trabajo en equipo demostrando responsabilidad y participando activamente en mejorar el bienestar de la comunidad.

5. Producto y/o servicio

Buen servicio alimentario al cliente

6. Organigrama



Descripción de Funciones

GERENCIA	
Cargo	Gerente
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> - Experiencia mínima de 3 años - Licenciado en Administración o carreras afines
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> - Planificar y supervisar las operaciones de la empresa - Evaluar el desempeño del personal - Reuniones mensuales con los trabajadores

DEPARTAMENTO DE VENTAS	
Cargo	Chef
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> - Elaborar diversos platos - Destacar creatividad y conocimientos de diferentes alimentos
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> - Supervisar la elaboración de preparaciones - Destacar su creatividad
Cargo	Ayudante de Cocina
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> - Experiencia mínima 1 año
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> - Limpiar, pelar y cortar los alimentos - Ayudar en la preparación de los platos listos para servir

Cargo	Mozos
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> - Buenas habilidades de comunicación - Tratar a los clientes con tacto y paciencia - Un aspecto limpio y ordenado
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> - Atender y gestionar las quejas y reclamos - Recibir al comensal y servir alimentos

DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACION	
Cargo	Proveedores
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> - Experiencia en el mercado - Variedad de candidatos
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> - Acceso a productos de mejor calidad - Capacidad de tomar decisiones comerciales

Cargo	Sueldos
Perfil	
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> - Remunerar a cada empleado de acuerdo al cargo que ocupa - Recompensarlo adecuadamente por su desempeño y dedicación

7. Diagnostico General

Análisis FODA	Oportunidades	Amenazas
	-La competencia contiene poca calidad en sus productos -Ubicación del negocio con gran afluencia de clientes	Competencia laboral Gran variedad de empresa del mismo giro en la ciudad
Fortalezas Precio accesible para los clientes Amplia infraestructura para la comodidad de los clientes	F-O -Mejorar la calidad de los productos y lograr mantener los precios accesibles del restaurante -Innovar la variedad y prestación de los platos, aprovechando la mejora del poder adquisitivo de la población	F-A Aprovechar la buena infraestructura con lo que cuenta los demás restaurantes y así derrotar la competencia
Debilidades Falta de capital propio Poco posicionamiento en el mercado	D-O Mejorar la toma de decisiones de financiamiento para conseguir capital	D-A Mejorar el reconocimiento de la marca, mediante publicidad

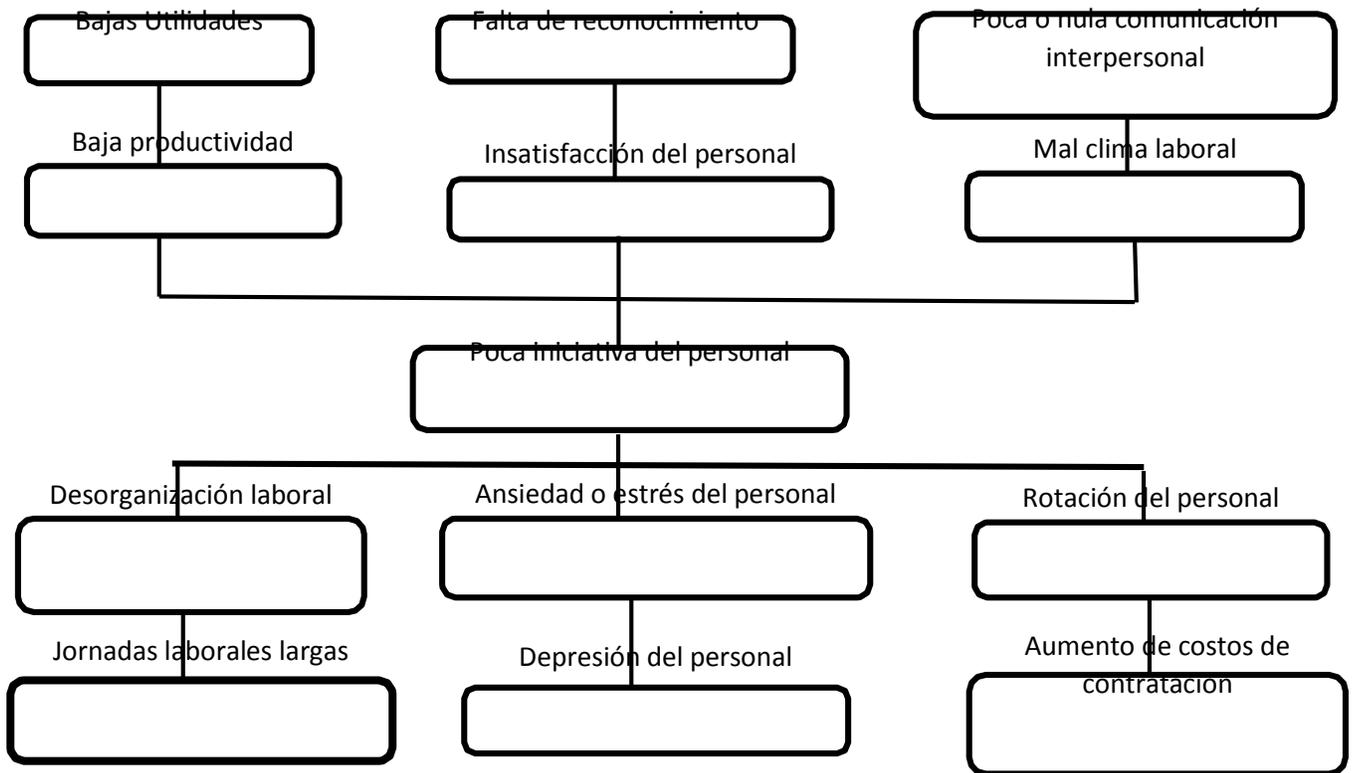
8. Indicadores de una buena gestión

Indicadores	Evaluación de indicadores dentro de la MYPE
Satisfacción de los clientes en relación a los pedidos	Aunque no se ha evacuado la satisfacción, se puede decir que es buena ya que no se registra reclamos significativos por parte de los clientes
Posicionamiento frente a la competencia	Los clientes si reconocen a la empresa "Restaurant" debido que han logrado satisfacer sus necesidades y se ha creado una buena imagen del restaurant
Control de calidad	La mayoría de los microempresarios mencionaron que pocas veces recibieron capacitación en los últimos años

9. Problemas

Indicadores	Problema	Surgimiento del problema
Representantes	Capacitación	En algunos restaurantes no recibieron capacitación antes de crear su empresa
Representantes	Generar Ganancias	En el momento de presentar un producto, y estar atento a las oportunidades que se debe resolver diariamente ante un conflicto de ganancias
Representantes	Liderar	Identificar soluciones y desarrollar un plan de acción

10. Causas



11. Recursos para la implantación de las estrategias

Nº	Estrategia	Recursos Humanos	Económicos	Tecnológicos	Tiempo
1	Mejorar la estrategia de ventas	Personal de atención (5)	S/300.00	Internet y computadora	15 días
2	Aplicar encuestas de satisfacción	Representante	S/150.00	computadora	5 días
3	Mejorar la calidad de los servicios para la imagen de la empresa	Representante	S/500.00	computadora	2 días

Cronograma de actividades

N°	ESTRATEGIAS	INICIO	TERMINO	NOVIEMBRE				DICIEMBRE				ENERO				FEBRERO			
				1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	-Mejorar la estrategia de ventas -Aplicar encuesta de satisfacción -Mejorar la calidad de los servicios para la imagen de la empresa	07/11/21	07/02/22	x	x	x	X	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
2	Contar con paginas para las piezas fundamentales en la empresa ya que esto permitirá conectar a sus clientes potenciales, también crear relaciones y podrán transmitir mensajes que ayude a realizar las ventas con mucha utilidad - Contar con personal especializado en esos temas	07/11/21	07/02/22	X				X					X				X		
3	Los representantes de las micro y pequeñas empresas deben capacitarse para: - Tomar mejores decisiones las cuales serán planificadas en base a técnicas y herramientas - Ayudará a disminuir la incertidumbre en el proceso de toma de decisiones	07/11/2021	07/02/22	X									X						

5.2 Análisis de Resultados

Tabla 1. Características de importancia de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes en la avenida Agraria del distrito de Nuevo Chimbote, 2021

Importancia de Atención al cliente; el 100% establece una buena comunicación con sus colaboradores. Estos resultados coinciden con la investigación desarrollada por Torres (2016) quien manifestó que el 80% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tiene una buena comunicación. Esto demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas tiene buena comunicación con sus trabajadores.

El 80% tiene conocimiento para el entrenamiento personal, el 10% casi siempre y un 10% algunas veces. Esto demuestra que la mayoría de micro y pequeñas empresas conoce y pone en práctica el entrenamiento para que el personal tenga una buena capacidad y conocimiento para que se vaya desarrollando en el ámbito laboral.

El 80% si tiene capacidad y conocimiento de planificar y organizar las actividades, el 10% algunas veces y un 10% siempre. Demuestra que en su mayoría en las micro y pequeñas empresas tienen conocimiento para poder organizar bien sus actividades y poner en práctica su capacidad.

Tabla 2. Características de satisfacción del servicio al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes en la avenida Agraria del distrito de Nuevo Chimbote, 2021

El 70% informa a sus trabajadores las actividades y técnicas. Este resultado coincide con Torres (2016) quien manifiesta que el 40% de los representantes de las micro y pequeñas empresas utiliza para mejorar sus actividades y técnicas. Esto demuestra que la minoría de las micro y pequeñas empresas informa a sus trabajadores para así mejorar sus técnicas.

El 50% cuenta con las opiniones y técnicas de sus colaboradores antes de tomar una decisión. Estos resultados coinciden con lo encontrado en la investigación de Ramos (2017) que manifiesta que el 50% si cuenta con sus opiniones y técnicas de sus colaboradores. Esto demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas si da a sus colaboradores a que deán sus opiniones para así tener más ideas y mejorar en el ambiente laboral e implementar cambios positivos.

El 40% si aplica las técnicas de atención al cliente. Estos resultados coinciden con Alva (2016) quien manifestó que el 60% de micro y pequeñas empresas si aplican la técnica de atención al cliente. Esto demuestra que la mayoría de sus representantes si aplica la técnica porque al momento de una compra o recomendación, el consumidor recurrirá al lugar donde recibió mejor atención.

Tabla 3. Características de control de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes en la avenida Agraria del distrito de Nuevo Chimbote, 2021

El 80% si genera la ganancia del cliente al momento de presentar su producto, el 10% algunas veces y el otro 10% siempre. Esto demuestra que en la mayoría de micro y pequeñas empresas si generan ganancia ya que eso aumenta la riqueza que se produce frente a un buen ingreso hacia un beneficio económico y el interés de las personas por encontrar un producto con una buena presentación que puede causar un consumidor al adquirir

El 60% considera que ayuda a una buena planificación y ganancia que permite en alcanzar los objetivos, el 30% algunas veces y el 10% siempre. Esto demuestra que en su mayoría las micro y pequeñas empresas tiene una buena planificación, ganancia y define en las estrategias que ayuda a alcanzar los objetivos previamente establecidos.

Tabla 4. Características del proceso de gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes en la avenida Agraria del distrito de Nuevo Chimbote, 2021

El 100% de los representantes cree que para liderar un negocio se tiene que tener muy en claro lo que se quiere conseguir. Esto demuestra que en totalidad de las micro y pequeñas se considera que para liderar un negocio se tiene que lograr todo lo que uno se propone y consigue para que la empresa salga adelante, identificando beneficios y seleccionar la solución más apropiada.

El 50% de las micro y pequeñas empresas conocen las técnicas modernas para liderar una gestión de calidad. Estos resultados coinciden con Sánchez (2017) que manifiesta que el 70% de los representantes si tienen conocimiento y conocen las técnicas modernas de gestión de calidad. Esto demuestra que en mayoría los representantes de las micro y pequeñas empresas si ponen a favor las técnicas modernas ya que esto en un negocio sirve mucho para tener un conocimiento.

El 70% contribuye a mejorar rendimiento del negocio, el otro 30% dice que casi siempre. Esto demuestra que en su mayoría las micro y pequeñas empresas si contribuyen a mejorar el rendimiento de un negocio ya que con eso se aprovecha en recurrir y generar ganancias y utilizar sobre los indicadores financieros que evalúan la efectividad.

Tabla 5. Características de la identificación en gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurante en la avenida Agraria del distrito de Nuevo Chimbote, 2021

El 80% de los representantes cumple con las necesidades que los clientes exigen y la calidad que se enfoca, y 20% casi siempre. Esto demuestra que en su mayoría las micro y pequeñas empresas si cumple con las necesidades que los clientes exigen ya que es importante comprender las razones que lo llevan a tomar una decisión a la hora de consumir

El 70% de los representantes considera que se debe mejorar la calidad del platillo que se ofrece y un 30% algunas veces Esto demuestra que en su mayoría las micro y pequeñas empresas si están de acuerdo en que se debe mejorar el platillo para que así la clientela se sienta satisfecho a la hora de pedir un platillo para lograr que se identifique y sobre salga para la competencia.

El 80% de los representantes considera que se puede tomar una buena decisión para mejorar la calidad del plato, el 10% muy pocas veces y el otro 10% casi siempre. Y demuestra en su mayoría que las micro y pequeñas empresas si toman esa decisión y corresponde con el grado de satisfacción que experimenta un cliente relacionado con la atención recibida.

VI. CONCLUSIONES

La totalidad de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen un 80% y establecen una buena comunicación con sus colaboradores, tiene el conocimiento para el entrenamiento personal, y tiene la capacidad, conocimiento de planificar y organizar las actividades antes de llevarlas a cabo. Una buena comunicación es posible transmite y es parte esencial entre un equipo de trabajo, el entrenamiento personal motiva al cliente y crea una serie de hábitos que le acerca hacia su objetivo

En su mayoría los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen un 70% que informa a sus colaboradores a mejorar a sus actividades y técnicas, aplican la técnica de atención al cliente al momento de interactuar con ellos, y tienen en cuenta las opiniones y técnicas de sus colaboradores antes de tomar una decisión. Si se mejora las actividades y técnicas porque enseña a priorizar, mejora la concentración y motiva al trabajador, aplicando la técnica de atención al cliente porque se da una buena actitud y presencia, y tomar una decisión con alguna técnica y actividades en practica

La mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas, el 70% ayudan a generar la ganancia del cliente al momento de presentar su producto, considera una buena planificación y ganancia que permite alcanzar los objetivos de las mypes. Al generar ganancia se calcula los gastos de la empresa y se lleva un estado de cobros y pagos, para la planificación y ganancia se debe alcanzar un tiempo determinado y decidir cuál acción tomar para cumplir con las metas

La minoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas un 50% cree que para liderar un negocio se tiene que tener muy en claro lo que se quiere conseguir, conoce las

técnicas modernas para liderar la gestión de calidad, y que contribuye a mejorar rendimiento del negocio. Ayuda a crecer un negocio mejorar el trabajo en equipo y la colaboración y conocer a la vez las técnicas modernas que ayuda a cumplir las demandas del mercado y a la vez es un método efectivo

La totalidad de los representantes de las micro y pequeñas empresas cumple tiene un 80% con las necesidades que los clientes exigen y la calidad que se enfoca, toma una buena decisión para la mejoraría y la calidad del platillo, mejora la calidad del platillo que se ofrece. Capacitar a los empleados y fomentar la comunicación eficaz entre los miembros del personal, atendiendo las quejas e inquietudes de los clientes

En base a los resultados obtenidos en la investigación se elaboró un plan de mejora con la finalidad de brindar herramientas, técnicas y estrategias administrativas que permitan ayudar a mejorar la gestión de las microempresas, para que sean más productivas y brinden servicios de calidad que satisfagan las necesidades de los clientes para fidelizarlos y generar rentabilidad lo cual permitirá el crecimiento y desarrollo de las micro y pequeñas empresas

ASPECTOS COMPLEMENTARIOS

Recomendaciones

- Planificar la capacidad y conocimiento antes de llevarlas a cabo para saber y conocer la capacidad que se aprende para alcanzar los logros y resultados. Teniendo también un buen conocimiento para el entrenamiento personal
- Implementar más las opiniones y técnicas de los colaboradores antes de tomar una decisión ya que en unas ocasiones la prueba y el error es lo que lleva a una decisión final.
- Empezar a poner en práctica las técnicas de atención al cliente al momento de interactuar ya que son parte de una estrategia empresarial para acercarse más al cliente

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Andina, A. (2016). Crecimiento del rubro restaurantes alcanzó el 9.55% entre enero y abril. Impulso. Asesoría Empresarial y Servicios para la <http://www.monografias.com/trabajos66/calidad-servicio-cliente/calidad-servicio-cliente2.shtml>

Alfonso A. (2016) Cultura Organizacional y calidad de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas <http://www.cultura-organizacional.com/calidad-total/sistemas-de-gestion-de-la-calidad-%E2%94%82-historia-y-definicion/>

Blanco, G. C., Lobato, G. F., & Lobato, V. F. (2017). Comunicación y atención al cliente. Madrid, ES: Macmillan Iberia, S.A. Retrieved from <http://www.ebrary.com>

Brown, A. (2018). Gestión de la atención al cliente. ES: Ediciones Díaz de Santos. Retrieved from <http://www.ebrary.com>

CEPAL. (2020). El turismo será uno de los sectores económicos más afectados en América Latina y el Caribe a causa del COVID-19-. <https://www.cepal.org/es/noticias/turismo-sera-sectores-economicos-masafectados-america-latina-caribe-causa-covid-19>

Díaz, F. M. (2017). Manual. Atención básica al cliente Certificados de profesionalidad. Actividades auxiliares de comercio (COMT0211). Editorial CEP, S.L... Retrieved from <http://www.ebrary.com>

García, V. (2016). *Pequeñas empresas en Estados Unidos*. Recuperado el 16 de noviembre del 2016, de <http://coyunturaeconomica.com/microeconomia/pequenas-empresas-en-usa>

Luna, k. (2016). Caracterización de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio– rubro restaurantes en el distrito de Nuevo Chimbote, 2013. (Tesis de licenciado en Administración, Pregrado) Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Chimbote, Perú. Recuperada el 21 de noviembre de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000039880>

Martínez Muñoz, L. (25 de mayo de 2015). *Consideraciones teóricas sobre atención al cliente*. Obtenido de <http://www.eumed.net/ce/2015a/lmm.htm>

Mateos, D. (2018). Atención básica al cliente (MF1329_1). Málaga, ES: IC Editorial. Retrieved from <http://www.ebrary.com>

Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo. INFORMACIÓN GENERAL - REGISTRO NACIONAL DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA (REMYPE). Recuperado el 17 de marzo del 2016 <http://www.trabajo.gob.pe/mostrarContenido.php?id=541&tip=9>

Monasí Luján, D. C. (25 de Mayo de 2015). *Monografías.com*. Obtenido de <http://www.monografias.com/trabajos87/atencion-al-cliente-restaurantes/atencion-al-cliente-restaurantes.shtml>

- Nieto Sarre, P. (2018). Evaluación de la percepción de la calidad en el servicio del restaurante Asiatika.
<http://www.oxforddictionaries.com/es/definicion/espanol/fiable>
- Ortiz, H. (2018). *Sistemas de Gestión de la Calidad | historia y definición*. Recuperado el 18 de noviembre del 2016, de <http://www.sistemasycalidadtotal.com/calidad-total/sistemas-de-gestion-de-la-calidad-%E2%94%82-historia-y-definicion/>
- Roa, T. (2021). Chile batió en 2020 su récord de creación de empresas, pese a la pandemia.<https://www.economistaamerica.pe/economiaeAmchile/noticias/11091251/03/21/Chile-batio-en-2020-su-record-de-creacion-deempresas-pese-a-la-pandemia.html>
- Ramírez, J. (2017). Importancia del ciclo de servicio en las mypes y microempresas familiares. <https://www.administracion.usmp.edu.pe/revista-digital/numero3/importancia-del-ciclo-de-servicio-en-las-mypes-y-microempresas-familiares/>
- Silva, L. (2021). La relación entre la calidad en el servicio, satisfacción del cliente y lealtad del cliente: un estudio de caso de una empresa comercial en México. *Revista Scielo.org*, 15 (2)
http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-78582021000100085
- Talavera, E. (2018). Beneficios de implementar un sistema de gestión de calidad.
<https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2018/01/beneficios-deimplementar-un-sistema-de-gestion-de-calidad>

Vásquez, J. (2019). Importancia de las MYPEs en el Perú. Recuperado el 17 de marzo del 2019 de <http://pymesperuana.blogspot.pe/2013/09/importancia-de-las-mypes-en-el-peru.html>

Zúñiga, J. (2015). *Las pymes y la economía peruana*. Recuperado el 17 de noviembre del 2016, de <http://larepublica.pe/impresaeconomia/1409-las-pymes-y-la-economia-peruana>

ANEXOS

Anexo 1. Cronograma de actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																	
N	Actividades	Año								Año							
		2021								2022							
		Noviembre				Diciembre				Enero				Febrero			
		Semanas				Semanas				Semanas				Semanas			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Elaboración del Proyecto	X															
2	Revisión del proyecto por el Jurado de Investigación		X	X	X	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	X							
10	Conclusiones y recomendaciones									X							
11	Redacción del pre informe de Investigación.										X						
12	Reacción del informe final										X						
13	Aprobación del informe final por el Jurado de Investigación											X	X	X	X		
14	Presentación de ponencia en eventos científicos															X	
15	Redacción de artículo científico																X

Anexo 2. Presupuesto

Presupuesto desembolsable (Estudiante)			
Categoría	Base	% o Número	Tota l (S/.)
Suministros (*)			
• Impresiones	60	2	12
• Fotocopias	60	2	12
• Empastado	50	5	250
• Internet	50	24	1200
• Recarga de celular	50	24	1200
• Papel bond A-4 (500 hojas)	40	2	86
• Lapiceros	5	8	40
Servicios			
• Uso de Turnitin	50	2	100.00
Sub total			S/.3,000
Gastos de viaje			
• Pasajes para recolectar información			S/.1,000.00
Sub total			S/.4,000
Total de Presupuesto desembolsable			S/.4,000
Presupuesto no desembolsable (Universidad)			
Categoría	Base	% o Número	Tota l (S/.)
Servicios (*)			
• Uso de internet (Laboratorio de Aprendizaje Digital - LAD)	30.00	4	120.00
• Búsqueda de información en base de Datos	35.00	2	70.00
• Soporte informático (Modulo de investigación de ERP University MOIC)	40.00	4	160.00
• Publicaciones de artículo en repositorio institucional	50.00	1	50.00
Sub total			S/. 400.00

Recurso humano			
• Asesoría personalizado (5 horas por semana)	63.00	4	252.00
Sub total			252.00
Total de presupuesto no Desembolsable			S/.652,000

Anexo 3. Cuadro de sondeo

Nº DE MYPES	Nombre de la empresa	Ubicación
1	Restaurant “La casa de Emanuel”	Av. Agraria Mz 100 Lt 10
2	Restaurante “D´Brozzis”	Av. Agraria Mz 20 Lt 39
3	Restaurant “El gordo”	Av. Agraria Mz 20 Lt 54
4	Restaurant “El gastronómico”	Av. Agraria Mz 61 Lt 30
5	Restaurant “Aquí Gustó”	Av. Agraria Mz 61 Lt 56
6	Restaurant “ Las delicias”	Av. Agraria Mz 61 Lt 58
7	Restaurant “El tío Sam·	Av. Agraria Mz 67 Lt 24
8	Restaurant “La esquina del Sabor”	Av. Agraria Mz 20 Lt 29
9	Restaurant “El buen sabor Norteño”	Av. Agraria Mz 54 Lt 14
10	Restaurant “ Al Carbon”	Av. Agraria Mz 14 Lt 15

Anexo 4. Consentimiento informado

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

(Ciencia Sociales)

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

La presente investigación se titula: Propuesta de mejora de atención al cliente y gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes ubicadas en la avenida Agraria del distrito de Nuevo Chimbote, 2021.

Y es dirigido por Esquivel Torres Karla Viviana, investigador de la Universidad Católica los ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Determinar si la mejora de atención al cliente permite una adecuada gestión rubro restaurantes ubicadas en la avenida agraria del distrito de Nuevo Chimbote, 2021, por ello se le invita a participar en una encuesta de 15 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 esta investigación, usted será informado de los resultados a través de medios de comunicación de la universidad, Si desea, también podrá escribir al correo karlaesquiveltorres@gmail.com 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 representante: _____

Firma del investigador (o encargado de recoger información)

Anexo 4. Consentimiento informado

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS
(Ciencia Sociales)

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

La presente investigación se titula: Propuesta de mejora de atención al cliente y gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes ubicadas en la avenida agraria del distrito de Nuevo Chimbote, 2021.

Y es dirigido por Esquivel Torres Karla Viviana, investigador de la Universidad Católica los ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Determinar si la mejora de atención al cliente permite una adecuada gestión rubro restaurantes ubicadas en la avenida agraria del distrito de Nuevo Chimbote, 2021, por ello se le invita a participar en una encuesta de 15 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 esta investigación, usted será informado de los resultados a través de medios de comunicación de la universidad, Si desea, también podrá escribir al correo karlaesquiveltorres@gmail.com 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: Ricardo Zapata

Fecha: 20/01/22

Correo Electrónico: R2090@gmail.com

Firma del representante: [Firma]

Firma del investigador (o encargado de recoger información)

[Firma]

Anexo 4. Consentimiento informado

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS
(Ciencia Sociales)

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

La presente investigación se titula: Propuesta de mejora de atención al cliente y gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes ubicadas en la avenida agraria del distrito de Nuevo Chimbote, 2021.

Y es dirigido por Esquivel Torres Karla Viviana, investigador de la Universidad Católica los ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Determinar si la mejora de atención al cliente permite una adecuada gestión rubro restaurantes ubicadas en la avenida agraria del distrito de Nuevo Chimbote, 2021, por ello se le invita a participar en una encuesta de 15 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 esta investigación, usted será informado de los resultados a través de medios de comunicación de la universidad. Si desea, también podrá escribir al correo karlaesquiveltorres@gmail.com 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: Karla Torres

Fecha: 20/01/22

Correo Electrónico: _____

Firma del representante: [Firma]

Firma del investigador (o encargado de recoger información)

[Firma]

Anexo 4. Consentimiento informado

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS
(Ciencia Sociales)

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

La presente investigación se titula: Propuesta de mejora de atención al cliente y gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes ubicadas en la avenida agraria del distrito de Nuevo Chimbote, 2021.

Y es dirigido por Esquivel Torres Karla Viviana, investigador de la Universidad Católica los ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Determinar si la mejora de atención al cliente permite una adecuada gestión rubro restaurantes ubicadas en la avenida agraria del distrito de Nuevo Chimbote, 2021, por ello se le invita a participar en una encuesta de 15 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 esta investigación, usted será informado de los resultados a través de medios de comunicación de la universidad, Si desea, también podrá escribir al correo karlaesquiveltorres@gmail.com 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: James Córdova

Fecha: 20/01/22

Correo Electrónico: _____

Firma del representante: [Firma]

Firma del investigador (o encargado de recoger información)

[Firma]

Anexo 4. Consentimiento informado

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS
(Ciencia Sociales)

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

La presente investigación se titula: Propuesta de mejora de atención al cliente y gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes ubicadas en la avenida agraria del distrito de Nuevo Chimbote, 2021.

Y es dirigido por Esquivel Torres Karla Viviana, investigador de la Universidad Católica los ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Determinar si la mejora de atención al cliente permite una adecuada gestión rubro restaurantes ubicadas en la avenida agraria del distrito de Nuevo Chimbote, 2021, por ello se le invita a participar en una encuesta de 15 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 esta investigación, usted será informado de los resultados a través de medios de comunicación de la universidad, Si desea, también podrá escribir al correo karlaesquiveltorres@gmail.com 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: Hugo Valentin

Fecha: 20/01/22

Correo Electrónico: _____

Firma del representante: [Firma]

Firma del investigador (o encargado de recoger información)

[Firma]

Anexo 4. Consentimiento informado

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS
(Ciencia Sociales)

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

La presente investigación se titula: Propuesta de mejora de atención al cliente y gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes ubicadas en la avenida agraria del distrito de Nuevo Chimbote, 2021.

Y es dirigido por Esquivel Torres Karla Viviana, investigador de la Universidad Católica los ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Determinar si la mejora de atención al cliente permite una adecuada gestión rubro restaurantes ubicadas en la avenida agraria del distrito de Nuevo Chimbote, 2021, por ello se le invita a participar en una encuesta de 15 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 esta investigación, usted será informado de los resultados a través de medios de comunicación de la universidad, Si desea, también podrá escribir al correo karlaesquiveltorres@gmail.com 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: Leonardo Perez

Fecha: 20/01/22

Correo Electrónico: leo120@gmail.com

Firma del representante: [Firma]

Firma del investigador (o encargado de recoger información)

[Firma]

Anexo 4. Consentimiento informado

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS
(Ciencia Sociales)

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

La presente investigación se titula: Propuesta de mejora de atención al cliente y gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes ubicadas en la avenida agraria del distrito de Nuevo Chimbote, 2021.

Y es dirigido por Esquivel Torres Karla Viviana, investigador de la Universidad Católica los ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Determinar si la mejora de atención al cliente permite una adecuada gestión rubro restaurantes ubicadas en la avenida agraria del distrito de Nuevo Chimbote, 2021, por ello se le invita a participar en una encuesta de 15 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.

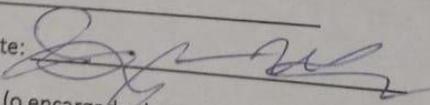
Al concluir esta investigación, usted será informado de los resultados a través de medios de comunicación de la universidad, Si desea, también podrá escribir al correo karlaesquiveltorres@gmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el 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: María Hernández

Fecha: 20-01-22

Correo Electrónico: _____

Firma del representante: 

Firma del investigador (o encargado de recoger información)



Anexo 4. Consentimiento informado

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS
(Ciencia Sociales)

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

La presente investigación se titula: Propuesta de mejora de atención al cliente y gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes ubicadas en la avenida agraria del distrito de Nuevo Chimbote, 2021.

Y es dirigido por Esquivel Torres Karla Viviana, investigador de la Universidad Católica los ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Determinar si la mejora de atención al cliente permite una adecuada gestión rubro restaurantes ubicadas en la avenida agraria del distrito de Nuevo Chimbote, 2021, por ello se le invita a participar en una encuesta de 15 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.

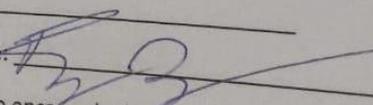
Al concluir esta investigación, usted será informado de los resultados a través de medios de comunicación de la universidad. Si desea, también podrá escribir al correo karlaesquiveltorres@gmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el 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:

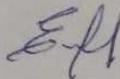
Nombre: Sofia Roming

Fecha: 20/01/22

Correo Electrónico: _____

Firma del representante: 

Firma del investigador (o encargado de recoger información)



Anexo 4. Consentimiento informado
PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

(Ciencia Sociales)

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

La presente investigación se titula: Propuesta de mejora de atención al cliente y gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes ubicadas en la avenida agraria del distrito de Nuevo Chimbote, 2021.
Y es dirigido por Esquivel Torres Karla Viviana, investigador de la Universidad Católica los ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Determinar si la mejora de atención al cliente permite una adecuada gestión rubro restaurantes ubicadas en la avenida agraria del distrito de Nuevo Chimbote, 2021, por ello se le invita a participar en una encuesta de 15 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.

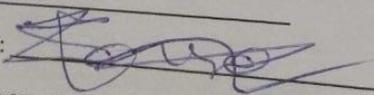
Al concluir esta investigación, usted será informado de los resultados a través de medios de comunicación de la universidad, Si desea, también podrá escribir al correo karlaesquiveltorres@gmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el 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:

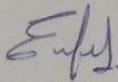
Nombre: Carlos de la Valle

Fecha: 20/01/22

Correo Electrónico: _____

Firma del representante: 

Firma del investigador (o encargado de recoger información)



Anexo 4. Consentimiento informado

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS
(Ciencia Sociales)

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

La presente investigación se titula: Propuesta de mejora de atención al cliente y gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes ubicadas en la avenida agraria del distrito de Nuevo Chimbote, 2021.

Y es dirigido por Esquivel Torres Karla Viviana, investigador de la Universidad Católica los ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Determinar si la mejora de atención al cliente permite una adecuada gestión rubro restaurantes ubicadas en la avenida agraria del distrito de Nuevo Chimbote, 2021, por ello se le invita a participar en una encuesta de 15 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 esta investigación, usted será informado de los resultados a través de medios de comunicación de la universidad, Si desea, también podrá escribir al correo karlaesquiveltorres@gmail.com 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: Edlanson Siquentes

Fecha: 20/01/22

Correo Electrónico: _____

Firma del representante: [Firma]

Firma del investigador (o encargado de recoger información)

[Firma]

Anexo 5. Instrumento de recolección de datos



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

Cuestionario se aplicará a los trabajadores que toman la gestión de calidad y atención al cliente en las MYPES de sector servicio rubro restaurantes ubicadas en la avenida Agraria del distrito de Nuevo Chimbote, 2021

INSTRUCCIONES: A continuación, le presentamos las preguntas, le solicitamos que frente a ellas exprese su opinión personal, considerando que no existen respuestas correctas ni incorrectas, marcar con un (x) en la hoja de respuestas aquella que mejor exprese su punto de vista, de acuerdo a la siguiente alternativa

Nunca (1)		Muy pocas veces (2)	Algunas veces (3)	Casi siempre (4)	Siempre (5)	
N°	Items	Alternativa				
V1: Atención al cliente						
D1: Importancia de atención al cliente (capacidad, comunicación)						
1	¿ Usted tiene la capacidad de planificar y organizar las actividades antes de llevarlas a cabo?	1	2	3	4	5
2	¿ Usted tiene la capacidad el conocimiento para el entrenamiento del personal	1	2	3	4	5
3	¿Cómo líder establece una buena comunicación con sus colaboradores?	1	2	3	4	5
D2: Satisfacción del servicio al cliente (Técnicas y interacción)						
4	¿ Usted informa a sus trabajadores a mejorar sus actividades y técnicas?	1	2	3	4	5
5	¿Aplica técnicas de atención al cliente al momento de interactuar con ellos?	1	2	3	4	5
6	¿Usted como líder tienen en cuenta las opiniones y técnicas de sus colaboradores antes de tomar una decisión?	1	2	3	4	5
D3: Control de calidad (producto, objetivos)						
7	¿Ayuda a generar la confianza del cliente al momento de presentar su producto?	1	2	3	4	5
8	¿Considera usted que una buena planificación y ganancia permitirá los objetivos de las mypes?	1	2	3	4	5

Nunca (1)		Muy pocas veces (2)	Algunas Veces (3)	Casi Siempre (4)	Siempre (5)	
N°	Ítems				Alternativa	
V2: Gestión de calidad						
D1: Proceso (Liderar, técnicas, rendimiento)						
9	¿Cree que para liderar un negocio se tiene que tener muy en claro lo que se quiere conseguir?	1	2	3	4	5
10	¿Conoce las técnicas modernas de Gestión de Calidad?	1	2	3	4	5
11	¿La gestión de calidad contribuye a mejorar rendimiento del negocio?	1	2	3	4	5
D2: Identificación (Necesidades, mejora, toma de decisiones)						
12	¿Cree usted que su MYPE cumple con las necesidades que los clientes exigen y la calidad que se enfoca en sus clientes?	1	2	3	4	5
13	¿ Considera usted que se debe mejorar la calidad del platillo que ofrecen	1	2	3	4	5
14	¿Usted cree que una buena toma decisiones mejoraría la calidad del platillo?	1	2	3	4	5

Anexo 6: Validación

DATOS GENERALES:

Apellidos y nombres del informante (Experto): Ericka Yesenia Juipa Pozo

Grado Académico: Magister

Profesión: Licenciado en Administración

Institución donde labora: GRUPO RIVAES SAC

Cargo que desempeña: Coordinadora de Marketing y Atención al cliente

Denominación del instrumento: Propuesta de Mejora de atención al cliente y gestión de calidad en la micro y pequeña empresas sector servicio rubro restaurante en la avenida Agraria del distrito de Nuevo Chimbote, 2021

Autor del instrumento: Karla Viviana Esquivel Torres

Carrera: Administración

VALIDACIÓN:

Ítems correspondientes al Instrumento 1: Variable Atención al cliente

N° de Ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem correspondea 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	
Dimensión 1: Importancia de atención al cliente (capacidad, comunicación)							
1. ¿El líder tiene la capacidad de planificar y organizar las actividades antes de llevarlas a cabo?	X		X		X		
2. ¿Usted tiene el conocimiento para el entrenamiento personal?	X		X		X		
3. ¿Como líder establece una buena comunicación con sus colaboradores?	X		X		X		
Dimensión 2: Satisfacción del servicio al cliente (Técnicas, interacción)							
4. ¿Usted informa a sus trabajadores mejorar sus actividades?	X		X		X		

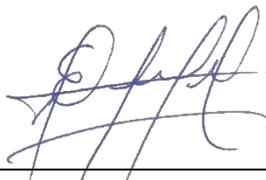
5.¿Aplica técnicas de atención al cliente al momento de interactuar con ellos?	X		X		X		
6.¿Usted como líder tienen en cuenta las opiniones de sus colaboradores antes de tomar una decisión?	X		X		X		
Dimensión 3: Control de calidad (producto, objetivos)							
7.¿Ayuda a generar la confianza del cliente al momento de presentar su producto?	X		X		X		
8.¿Considera usted que una buena planificación y ganancia permitirá alcanzar los objetivos de la mype?	X		X		X		

Ítems correspondientes al Instrumento 2: Gestión de Calidad

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	
Dimensión 1: Proceso (liderar, técnicas, rendimiento)							
9.¿Cree que para liderar un negocio se tiene que tener muy en claro lo que se quiere conseguir?	X		X		X		
11.¿Conoce las técnicas modernas de Gestión de Calidad	X		X		X		
12. ¿La gestión de calidad contribuye a mejorar rendimiento del negocio	X		X		X		
Dimensión 2: Identificación (necesidades, mejora, toma de decisiones)							
13.¿Considera usted que se debe mejorar la calidad del platillo que ofrecen?	X		X		X		

14. Usted cree que una buena toma de decisiones mejoraría la calidad del platillo?	X		X		X		
--	---	--	---	--	---	--	--

Otras observaciones generales:



Firma

**Apellidos y Nombres del experto: Ericka Yesenia
Juipa Pozo**

DNI N° 43333660

CLAD: 26312

DATOS GENERALES:**Apellidos y nombres del informante (Experto):** Juan García Cesped**Grado Académico:** Doctor**Profesión:** Licenciado en Administración**Institución donde labora:** UNHEVAL**Cargo que desempeña:** DOCENTE**Denominación del instrumento:** Propuesta de Mejora de atención al cliente y gestión de calidad en la micro y pequeña empresas sector servicio rubro restaurante en la avenida Agraria del distrito de Nuevo Chimbote, 2021**Autor del instrumento:** Karla Viviana Esquivel Torres**Carrera:** Administración**VALIDACIÓN:****Ítems correspondientes al Instrumento 1: Variable Atención al cliente**

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	
Dimensión 1: Importancia de atención al cliente (capacidad, comunicación)							
1. ¿El líder tiene la capacidad de planificar y organizar las actividades antes de llevarlas a cabo?	X		X		X		
2. ¿Usted tiene el conocimiento para el entrenamiento personal?	X		X		X		
3. ¿Como líder establece una buena comunicación con sus colaboradores?	X		X		X		
Dimensión 2: Satisfacción del servicio al cliente (Técnicas, interacción)							
4. ¿Usted informa a sus trabajadores mejorar sus actividades?	X		X		X		

5.¿Aplica técnicas de atención al cliente al momento de interactuar con ellos?	X		X		X		
6.¿Usted como líder tienen en cuenta las opiniones de sus colaboradores antes de tomar una decisión?	X		X		X		
Dimensión 3: Control de calidad (producto, objetivos)							
7.¿Ayuda a generar la confianza del cliente al momento de presentar su producto?	X		X		X		
8.¿Considera usted que una buena planificación y ganancia permitirá alcanzar los objetivos de la mype?	X		X		X		

Ítems correspondientes al Instrumento 2: Gestión de Calidad

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	
Dimensión 1: Proceso (liderar, técnicas, rendimiento)							
9.¿Cree que para liderar un negocio se tiene que tener muy en claro lo que se quiere conseguir?	X		X		X		
11.¿Conoce las técnicas modernas de Gestión de Calidad	X		X		X		
12. ¿La gestión de calidad contribuye a mejorar rendimiento del negocio	X		X		X		
Dimensión 2: Identificación (necesidades, mejora, toma de decisiones)							
13.¿Considera usted que se debe mejorar la calidad del platillo que ofrecen?	X		X		X		

14. Usted cree que una buena toma de decisiones mejoraría la calidad del platillo?	X		X		X		
--	---	--	---	--	---	--	--

Otras observaciones generales:



Firma

Apellidos y Nombres del experto: Juan García Céspedes

DNI N°: 22405502

CLAD: 17267

DATOS GENERALES:**Apellidos y nombres del informante (Experto):** Bambaren Mata Luis Alberto**Grado Académico:** Maestro en Gestión Pública para el desarrollo social**Profesión:** Licenciado en Administración**Institución donde labora:** UNHEVAL-UDH**Cargo que desempeña:** Docente**Denominación del instrumento:** Propuesta de Mejora de atención al cliente y gestión de calidad en la micro y pequeña empresas sector servicio rubro restaurante en la avenida Agraria del distrito de Nuevo Chimbote, 2021**Autor del instrumento:** Karla Viviana Esquivel Torres**Carrera:** Administración**VALIDACIÓN:****Ítems correspondientes al Instrumento 1: Variable Atención al cliente**

N° de Ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem correspondea 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	
Dimensión 1: Importancia de atención al cliente (capacidad, comunicación)							
1.¿El líder tiene la capacidad de planificar y organizar las actividades antes de llevarlas a cabo?	X		X		X		
2.¿Usted tiene el conocimiento para el entrenamiento personal?	X		X		X		
3.¿Como líder establece una buena comunicación con sus colaboradores?	X		X		X		
Dimensión 2: Satisfacción del servicio al cliente (Técnicas, interacción)							
4. ¿Usted informa a sus trabajadores mejorar sus actividades?	X		X		X		

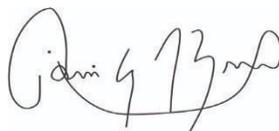
5.¿Aplica técnicas de atención al cliente al momento de interactuar con ellos?	X		X		X		
6.¿Usted como líder tienen en cuenta las opiniones de sus colaboradores antes de tomar una decisión?	X		X		X		
Dimensión 3: Control de calidad (producto, objetivos)							
7.¿Ayuda a generar la confianza del cliente al momento de presentar su producto?	X		X		X		
8.¿Considera usted que una buena planificación y ganancia permitirá alcanzar los objetivos de la mype?	X		X		X		

Ítems correspondientes al Instrumento 2: Gestión de Calidad

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	
Dimensión 1: Proceso (liderar, técnicas, rendimiento)							
9.¿Cree que para liderar un negocio se tiene que tener muy en claro lo que se quiere conseguir?	X		X		X		
11.¿Conoce las técnicas modernas de Gestión de Calidad	X		X		X		
12. ¿La gestión de calidad contribuye a mejorar rendimiento del negocio	X		X		X		
Dimensión 2: Identificación (necesidades, mejora, toma de decisiones)							
13.¿Considera usted que se debe mejorar la calidad del platillo que ofrecen?	X		X		X		

14. Usted cree que una buena toma de decisiones mejoraría la calidad del platillo?	X		X		X		
--	---	--	---	--	---	--	--

Otras observaciones generales:



Firma

Apellidos y Nombres del experto:

Bambaren Mata Luis Alberto DNI

N°: 43183838

CLAD: 10529

Anexo 7. Hoja de tabulación

Características de importancia de atención al cliente y gestión de calidad en la micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurante en la avenida Agraria del distrito de Nuevo Chimbote, 2021

Preguntas	Respuestas	Tabulación	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
¿Usted tiene la capacidad y el conocimiento de planificar y organizar las actividades antes de llevarlas a cabo?	Nunca	-	0	0.00
	Muy pocas veces	I	1	10.00
	Algunas veces	I	1	10.00
	Casi Siempre	IIIIIII	8	80.00
	Siempre	-	0	0.00
¿Usted tiene el conocimiento para el entrenamiento personal?	Nunca	-	0	0.00
	Muy pocas veces	-	0	0.00
	Algunas veces	I	1	10.00
	Casi Siempre	IIIIIII	8	80.00
	Siempre	I	1	10.00
¿Cómo líder establece una buena comunicación con sus colaboradores?	Nunca	-	0	0.00
	Muy pocas veces	-	0	0.00
	Algunas veces	-	0	0.00
	Casi Siempre	-	0	0.00
	Siempre	IIIIIIII	10	10.00

Características de satisfacción del servicio al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes en la avenida Agraria del distrito de Nuevo Chimbote, 2021

Preguntas	Respuestas	Tabulación	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
¿Usted informa a sus trabajadores mejorar sus actividades y técnicas?	Nunca	-	0	0.00
	Muy pocas veces	I	1	10.00
	Algunas veces	I	1	10.00
	Casi Siempre	IIIIII	7	70.00
	Siempre	I	1	10.00
¿Aplica técnicas de atención al cliente al momento de interactuar con ellos?	Nunca	-	0	0.00
	Muy pocas veces	-	0	0.00
	Algunas veces	IIII	4	40.00
	Casi Siempre	III	3	30.00
	Siempre	III	3	30.00
¿Usted como líder tienen en cuenta las opiniones y técnicas de sus colaboradores antes de tomar una decisión?	Nunca	-	0	0.00
	Muy pocas veces	-	0	0.00
	Algunas veces	IIII	5	50.00
	Casi Siempre	IIII	5	50.00
	Siempre	-	0	0.00

Características de control de calidad en la micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurante en la avenida Agraria del distrito de Nuevo Chimbote, 2021

Preguntas	Respuestas	Tabulación	Frecuencia absoluta	Frecuencia Relativa
Ayuda a generar la confianza del cliente al momento de presentar su producto	Nunca	-	0	0.00
	Muy pocas veces	-	0	0.00
	Algunas veces	I	1	10.00
	Casi Siempre	IIIIII	8	80.00
	Siempre	I	1	10.00
Considera usted que una buena planificación y ganancia permitirá alcanzar los objetivos de la mype?	Nunca	-	0	0.00
	Muy pocas veces	-	0	0.00
	Algunas veces	III	3	30.00
	Casi Siempre	IIIII	5	50.00
	Siempre	I	1	10.00

Características del proceso de gestión de calidad en la micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurante en la avenida Agraria del distrito de Nuevo Chimbote, 2021

Preguntas	Respuestas	Tabulación	Frecuencia absoluta	Frecuencia Relativa
¿Cree que para liderar un negocio se tiene que tener muy en claro lo que se quiere conseguir?	Nunca	-	0	0.00
	Muy pocas veces	-	0	0.00
	Algunas veces	-	0	0.00
	Casi Siempre	II	2	20.00
	Siempre	IIIIII	8	80.00
¿Conoce las técnicas modernas para liderar la gestión de calidad?	Nunca	-	0	0.00
	Muy pocas veces	IIIIII	7	70.00
	Algunas veces	III	3	30.00
	Casi Siempre	-	0	0.00
	Siempre	-	0	0.00
¿La gestión de calidad contribuye a mejorar rendimiento del negocio?	Nunca	-	0	0.00
	Muy pocas veces	I	1	10.00
	Algunas veces	IIIIII	8	80.00
	Casi siempre	I	1	10.00
	Siempre	-	0	0.00

Anexo 8

Figuras

Características de importancia de atención al cliente y gestión de calidad en la micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurante en la avenida Agraria del distrito de Nuevo Chimbote, 2021

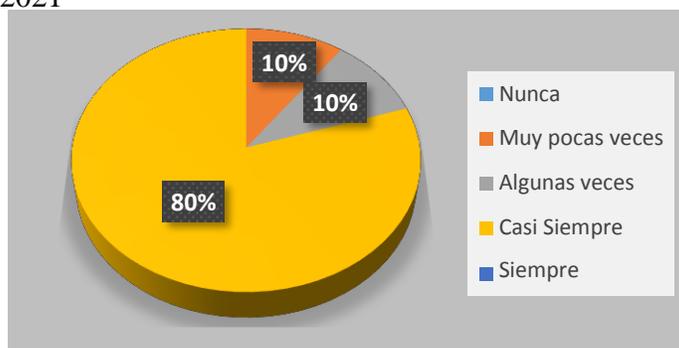


Figura 1: Capacidad y conocimiento de planificar, organizar las actividades antes de llevarlas a cabo

Fuente: Tabla 1

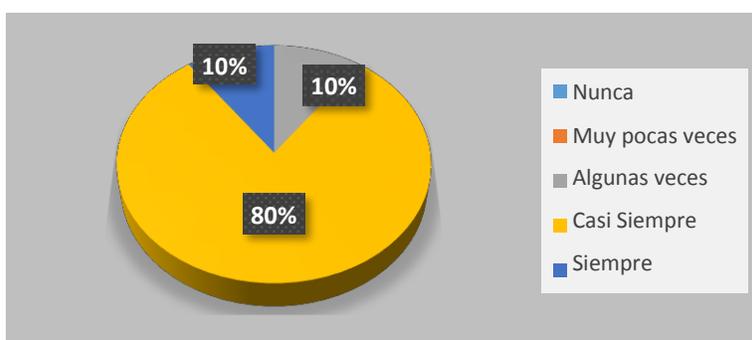


Figura 2: Conocimiento para el entrenamiento personal

Fuente: Tabla 1

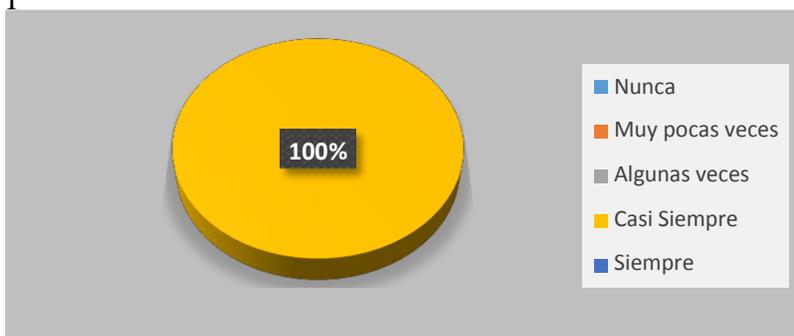


Figura 3: Establece buena comunicación con sus colaboradores

Fuente: Tabla 1

Características de satisfacción del servicio al cliente en la micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurante en la avenida Agraria del distrito de Nuevo Chimbote, 2021

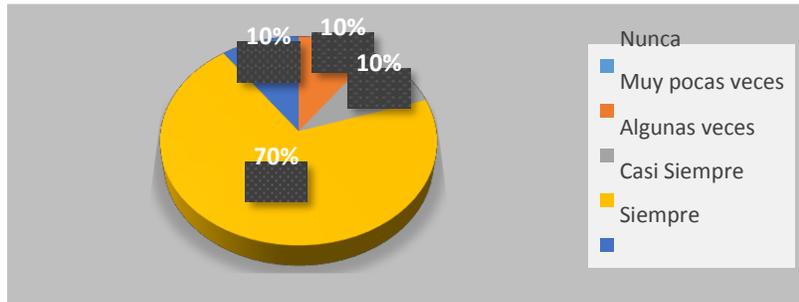


Figura 4: Informa a sus trabajadores mejorar sus actividades y técnicas

Fuente: Tabla 2

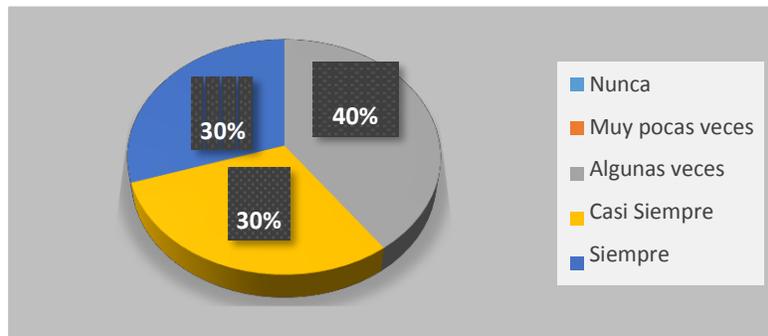


Figura 5: Técnica de atención al cliente

Fuente: Tabla 2

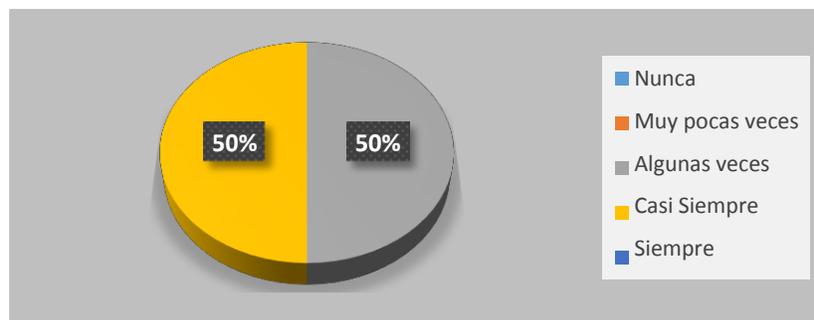


Figura 6: Opiniones y técnicas de colaboradores antes de tomar una decisión

Fuente: Tabla 2

Características de control de calidad en la micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurante en la avenida Agraria del distrito de Nuevo Chimbote, 2021

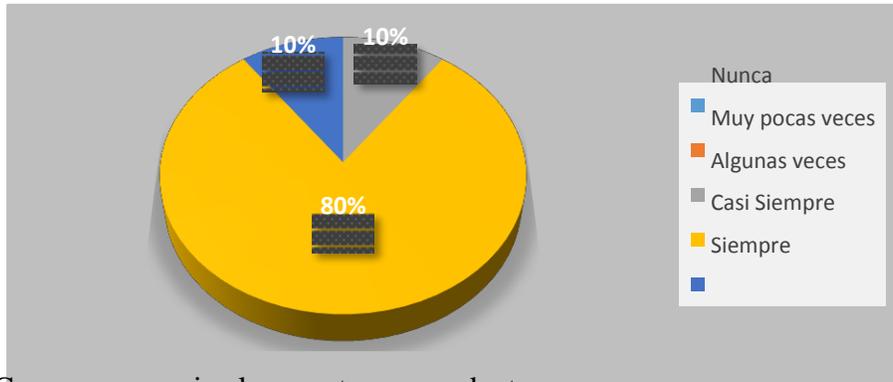


Figura 7: Generar ganancia al presentar un producto

Fuente: Tala 3

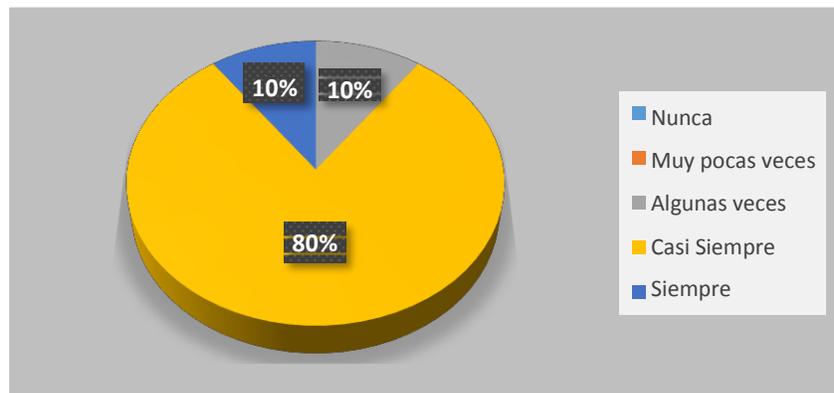


Figura 8: Buena planificación y ganancia

Fuente: Tabla 3

Características del proceso de gestión de calidad en la micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurante en la avenida Agraria del distrito de Nuevo Chimbote, 2021

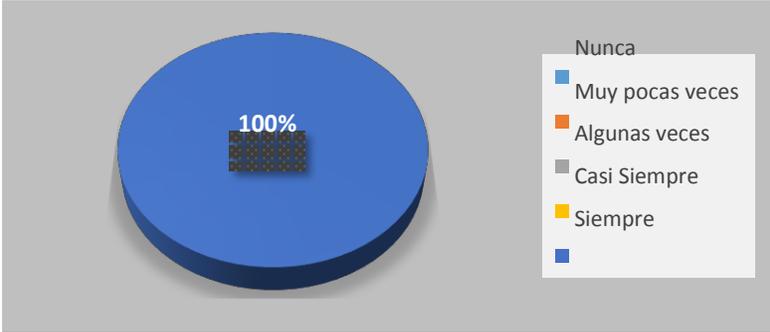


Figura 9: Liderar un negocio

Fuente: Tabla 4

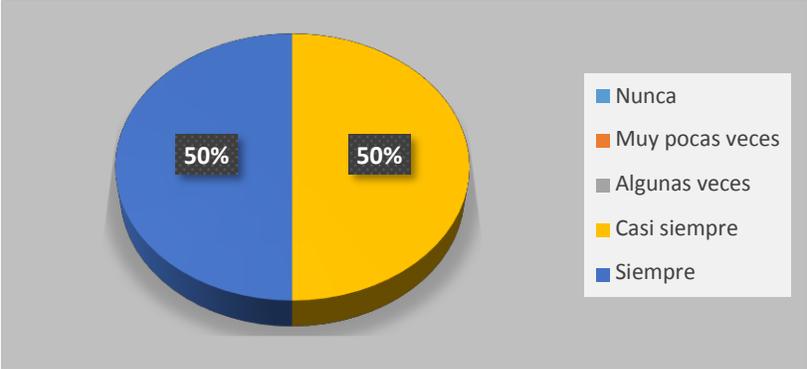


Figura 10: Técnicas modernas para liderar Gestión de Calidad

Fuente: Tabla 4

Características de la identificación de gestión de calidad en la micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurante en la avenida Agraria del distrito de Nuevo Chimbote, 2021

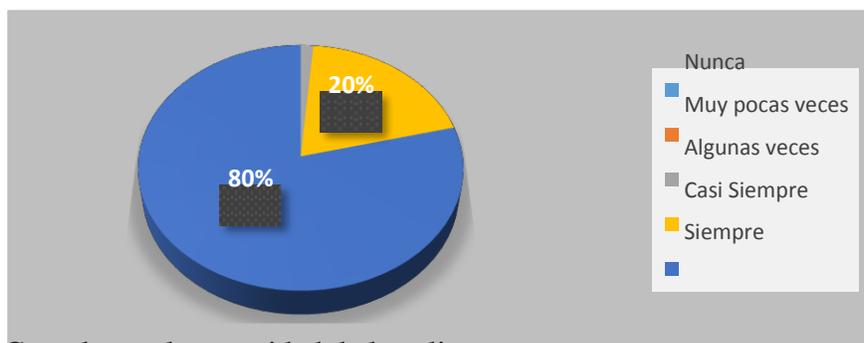


Figura 12: Cumple con la necesidad de los clientes

Fuente: Tabla 5

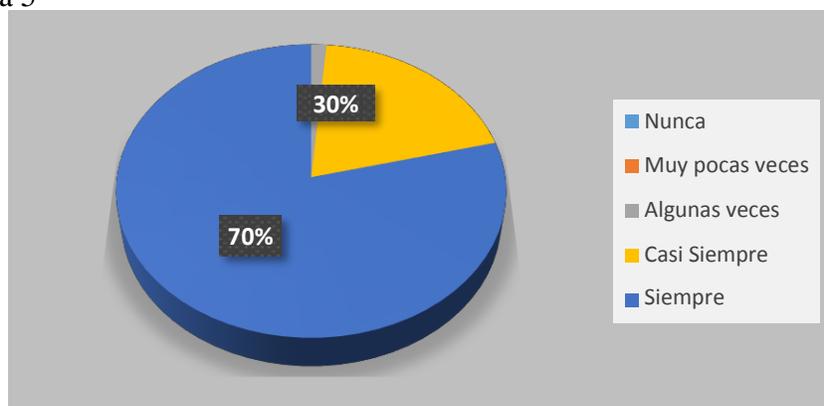


Figura 13: Mejorar calidad del platillo

Fuente: Tabla 5

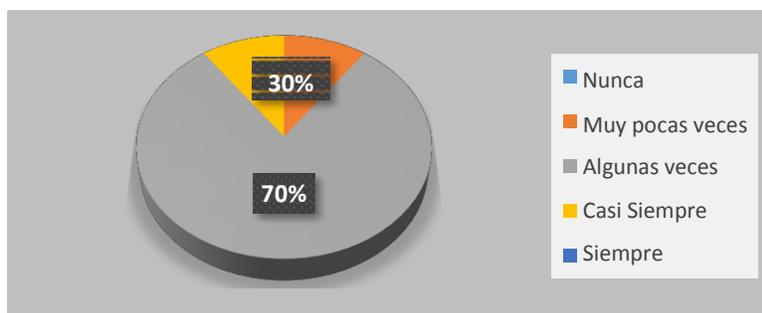


Figura 14: Contribuye mejorar rendimiento del negocio

Fuente: Tabla 5