



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**PROPUESTA DE MEJORA DE ATENCIÓN AL CLIENTE
COMO FACTOR RELEVANTE DE LA GESTIÓN DE
CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS
DEL SECTOR SERVICIO, RUBRO RESTAURANTES
CASO: TONDEROS RESTOBAR DEL DISTRITO
DE SULLANA, 2019**

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

AUTORA

**FEBRE ATOCHE, LUCIA DEL PILAR
COD. ORCID: 0000- 0002-4705-1345**

ASESOR

**CENTURION MEDINA, REINERIO ZACARIAS
COD. ORCID: 0000-0002-6399-5928**

SULLANA- PERU

2022

Equipo de trabajo

AUTORA

Febre Atoche, Lucia Del Pilar

ORCID: 0000-0002-4705-1345

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

ASESOR

Centurión Medina Reinerio Zacarías

ORCID: 0000-0002-6399-5928

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias e Ingeniería

Escuela Profesional de Administración, Chimbote, Perú

JURADO

Rosillo De Purizaca María Del Carmen

ORCID: 0000-0003-2177-5676

Salinas Gamboa, José German

ORCID: 0000-0002-8491-0751

Mino Asencio María Isabel

ORCID: 0000-0003-1132-2243

Jurado Evaluador y asesor

Rosillo De Purizaca, María Del Carmen

Presidenta

Salinas Gamboa, José German

Miembro

Mino Asencio, María Isabel

Miembro

Centurión Medina, Reinerio Zacarías

Asesor

Agradecimiento

A Dios, por la vida y salud. Por todas sus bendiciones. Por hacerme una persona de Fe, y que, con esa misma me permite no rendirme frente a las adversidades de la vida.

A mis padres, por su dedicación y sacrificio, por estar presentes en todo momento, inculcándome valores y buenos consejos que pongo en práctica a diario, y por supuesto, en el desarrollo de mi formación profesional.

Al docente del curso de Tesis, por ser nuestro guía en el desarrollo de la asignatura, y por compartir sus experiencias y conocimientos.

Dedicatoria

A mis padres, como una muestra de reconocimiento a su esfuerzo y empeño por querer verme convertida en una profesional y persona de bien. Por sus consejos, experiencias, y confianza.

A mi familia y buenas amistades que en todo momento están brindándome su apoyo, y deseándome los mejores éxitos en la vida. Por su compañía y muestras de sincero afecto.

A mis maestros y maestras, especialmente al docente de la asignatura, por saber compartir sus conocimientos y formarnos como profesionales íntegros y dedicados.

Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo general: Determinar si la mejora de atención al cliente como factor relevante permite una gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes, caso: Tonderos restobar del distrito de Sullana, 2019. La investigación fue de diseño no experimental-transversal- descriptivo - de propuesta. Para el recojo de información se trabajó con la empresa “Tonderos restobar”, a cuyo representante se le aplicó un cuestionario estructurado de 33 preguntas a través de la técnica de la encuesta, obteniendo los siguientes resultados: el representante tiene entre 41 a 50 años, de género masculino, y con nivel superior universitario. La empresa tiene en el rubro más de 5 años y a su cargo de 1 hasta 10 trabajadores. Respecto a características en la atención al cliente el representante señala lo siguiente: la infraestructura se encuentra en buenas condiciones, se cumple con ofrecer el producto tal como se indica cuando se promociona, el personal orienta a los clientes en la elección de los productos, el personal no conoce lo suficiente los productos y además no manejan un manual de procedimiento para la elaboración de los alimentos que se ofrecen. Finalmente se concluye que, entre las deficiencias encontradas aparte de la falta de aplicación de técnicas para conocer al cliente, es también la falta de un manual de procedimientos que les permita asegurarse de una producción eficiente.

Palabras clave: Atención al cliente, gestión, restaurante.

Abstract

The present investigation had as general objective: To determine if the improvement of customer service as a relevant factor allows quality management in micro and small companies in the service sector, category restaurants, case: Tonderos restobar of the district of Sullana, 2019. The investigation It was a non-experimental-cross-sectional-descriptive design - proposal. For the collection of information, we worked with the company "Tonderos restobar", to whose representative a structured questionnaire of 33 questions was applied through the survey technique, obtaining the following results: the representative is between 41 and 50 years old, male, and with a university degree. The company has been in the field for more than 5 years and is in charge of 1 to 10 workers. Regarding characteristics in customer service, the representative points out the following: the infrastructure is in good condition, the product is offered as indicated when it is promoted, the staff guides customers in the choice of products, the staff do not know enough about the products and also do not handle a procedure manual for the preparation of the food that is offered. Finally, it is concluded that, among the deficiencies found, apart from the lack of application of techniques to know the client, it is also the lack of a procedures manual that allows them to ensure efficient production.

Keywords: Customer service, management, restaurant.

Contenido

1. Título de la tesis.....	i
2. Equipo de trabajo.....	viii
<u>3.</u> Hoja de firma del jurado y asesor.....	ix
<u>4.</u> Hoja de agradecimiento y/o dedicatoria.....	x
<u>5.</u> Resumen y abstract.....	xii
<u>6.</u> Contenido.....	xiv
<u>7.</u> Índice de tablas y figuras.....	xvi
I. Introducción.....	1
II. Revisión de literatura.....	9
2.1. Antecedentes.....	9
2.2. Bases teóricas.....	14
III. Hipótesis.....	29
IV. Metodología.....	30
4.1. Diseño de investigación.....	30
4.2. Población y muestra.....	31
4.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores.....	32
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	35
4.5. Plan de análisis.....	35
4.6. Matriz de consistencia.....	37
4.7. Principios éticos.....	38
V. Resultados.....	39
5.1. Resultados.....	39
5.2. Análisis de resultados.....	45
VI. Conclusiones.....	65
Aspectos complementarios.....	67
Referencias bibliográficas.....	68
Anexos.....	73
Anexo 01 Cronograma de actividades.....	73
Anexo 02: Presupuesto.....	74
Anexo 03. Instrumento de investigación.....	75
Anexo 04. Solicitud.....	81
Anexo 05. Consentimiento informado.....	82

Anexo 07. Validación de instrumento de recolección de datos	84
Anexo 08. Figuras	99
Anexo 09. Reporte turnitin.....	111

Índice de tablas y figuras

Tablas

- Tabla 1.** Características del representante de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes, caso: “Tonderos” restobar del distrito de Sullana, año 2019. 39
- Tabla 2.** Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes, caso: “Tonderos” restobar del distrito de Sullana, año 2019. 40
- Tabla 3.** Describir las características de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes caso: “Tonderos” estobar del distrito de Sullana, 2019. 41
- Tabla 4.** Propuesta de mejora en la atención al cliente como factor relevante en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes, caso: “Tonderos restobar” del distrito de Sullana, año 2019. 44

Figuras

Figura 1. Edad	99
Figura 2. Género	99
Figura 3. Grado de instrucción	99
Figura 4. Cargo	100
Figura 5. Tiempo	100
Figura 6. Tiempo permanencia de la empresa	101
Figura 7. Número de trabajadores	101
Figura 8. Objetivo de creación	101
Figura 9. Tipo de constitución de la empresa	102
Figura 10. Infraestructura	102
Figura 11. Local amplio	102
Figura 12. Cumplimiento con especificaciones del producto	103
Figura 13. Orientaciones al cliente	103
Figura 14. Conocimiento de los productos	103
Figura 15. Práctica de la empatía	104
Figura 16. Percepción del cliente	104
Figura 17. Eficacia	104
Figura 18. Eficiencia	105
Figura 19. Atención de quejas	105
Figura 20. Rapidez en la solución de quejas	105
Figura 21. Enfoque al cliente	106
Figura 22. Aplicación de encuestas	106
Figura 23. Manejo de un registro de clientes	106
Figura 24. Satisfacción del cliente como principal preocupación	107
Figura 25. Liderazgo	107
Figura 26. Planificación y supervisión de actividades	107
Figura 27. Identificación de las áreas de la empresa	108
Figura 28. Establecimiento de cargos, responsabilidades y procedimientos	108
Figura 29. Se maneja un manual de procedimientos	108
Figura 30. Evaluación del rendimiento del personal	109
Figura 31. Toma de decisiones	109
Figura 32. Beneficios de los proveedores	109

I. Introducción

En la actualidad las empresas que se han constituido bajo cualquier denominación o razón social, sin diferenciar del rubro en el que desarrollan sus actividades, o su tamaño, tienen la preocupación de diseñar métodos y establecer reglas que les permita lograr satisfacer las necesidades del cliente, pues, reconocen que, al lograr satisfacer las necesidades de este, la empresa hará posible sus propósitos. Pero, no es el caso que siempre las empresas comprendan cada una de las necesidades del cliente.

Gómez (2018) señala:

Lograr satisfacer al cliente resulta complicado dado a que el cliente es bastante exigente y el mercado muy competitivo. La competencia es mayor y los consumidores tienen un proceso más selectivo al momento de comprar, por lo que ya no es suficiente con ofrecer el mejor producto a buen precio, sino que se debe agregar al producto características tangibles e intangibles que representen la diferencia frente a la oferta de la competencia.

Sin embargo, con el fin de alcanzar la satisfacción de un cliente se debe llevar a cabo una gestión que comprometa a todos los miembros de la organización.

Realizar una gestión buena. o, lo que actualmente las empresas denominan como “gestión de calidad”, implica regirse por los siete principios en relación a lo que establece la ISO 9001, los que son: el enfoque al cliente, el liderazgo, la participación del personal, la mejora permanente, enfoque a procesos y la toma de decisiones basándose en hechos concretos (Sirvent et al, 2017).

A nivel internacional tal como lo explica González (2017) debido al mundo globalizado, las empresas se enfrentan a mayores retos, principalmente por la

competencia, lo que es una oportunidad para desafiar a la alta competencia. Respecto a la problemática por ejemplo se presenta el caso de Solórzano (2019) en cuya investigación indica que en la atención al cliente los trabajadores no cuentan con un uniforme distintivo como parte de su presentación. Y Peña (2018) diagnostica que en una cevichería de Guayaquil en Ecuador existe por parte de los clientes inconformidad en el tiempo de despacho y la espera que debe hacer el cliente.

En el ámbito nacional también existe una problemática que atender respecto a la gestión de calidad y la atención que se le brinda al cliente, a pesar de todos los esfuerzos, y ello debido a un mercado tan competitivo como es el del rubro restaurantes. Cano (2017) obtuvo entre sus resultados que, en una cevichería de Huarney solo la mitad de la muestra estuvo parcialmente de acuerdo con los canales de atención que utiliza la empresa y con los requisitos que exigen los clientes. Y Ponce (2018) en los restaurantes de Tacna entre su problemática es que, casi el 60% de los clientes indican que no se les brinda buen trato.

En lo que se refiere al ámbito local, donde proliferan los negocios del rubro restaurante la problemática se da por lo competitivo del mercado, y por las exigencias del cliente. Pero también hay problemas que dependen del personal de la misma empresa, como es el caso de las cevicherías de Piura que, según lo determinado por Sanjinéz (2019) no se estaría brindando una atención personalizada, rápida y oportuna.

Por otro lado, se tiene como dato que, en el Perú, las microempresas representan ser una fuente generadora fundamental de empleo, abarcando a más del 80% de puestos de trabajo en la empresa privada y el 58,6% de la PEA (Ministerio de la Producción, 2017). En las microempresas, sin considerar su tamaño, también resulta necesario implementar medidas que favorezcan al cliente permitiéndoles de esa manera aumentar el nivel de sus ventas y posicionarse en el mercado.

Para entender el contexto en que se desenvuelven las empresas una herramienta importante es el análisis PESTEL, y a continuación se explica:

Factor político. En la actualidad el Perú vive una etapa de ruido político, de preocupación, de sucesos que de cierta forma dejan huellas que formarán parte de la historia. La mayoría de medios de comunicación están de acuerdo con que la situación por la que atraviesa el Perú es una contienda política. Esta situación se ha dado desde que iniciara su mandato el expresidente de la república, el Sr. Pedro Pablo Kuczynski, el cual tuvo que pugnar con el congreso de la república hasta que se vio obligado a renunciar y dejarle la encargatura de presidente al Sr. Martin Vizcarra Cornejo. En su primer mensaje a la nación, el actual presidente señaló que uno de sus principales compromisos era la lucha contra la corrupción; lo que motivó la admiración de los peruanos y peruanas, y desde entonces continuaron los conflictos entre el poder ejecutivo y legislativo, que finalmente tuvo un final con la disolución del congreso el día 30 de Setiembre del 2019. Respecto a ellos el sector empresarial se pronunció; fue María Isabel León, presidenta de la “Confederación Nacional de instituciones Empresariales Privada” (CONFIE) quien dijo a los medios “A primera impresión, este acto excede el marco de la Constitución. Hay que respetar los fueros de la Constitución”. Además, evidenció su aflicción por el efecto que tendría esta medida con el factor económico del Perú.

“Pongo en duda el crecimiento, incluso la reprogramación que ha hecho el BCR. Si el primer semestre hemos crecido el 1.7% para poder llegar a un 2.7% tendríamos que crecer un 5% en se segundo semestre, lo que es absolutamente imposible por lo que sucede en el país”, afirmó.

Factor económico. En relación de las proyecciones, el “Fondo Monetario Internacional” (FMI) nuestro país mostró resiliencia frente a las situaciones

internacionales, proyectándose un incremento en su economía de 3.5% para el año en curso. En tanto, también sostuvo que se había registrado una baja del 0.2 puntos porcentuales, debido a que se planeaba un incremento del 3.74%. El Perú económicamente se vio ligeramente afectado por diversas situaciones internacionales como las tensiones de la guerra comercial que tienen los países de China y Estados Unidos, como también los casos de corrupción realizados por Odebrecht, que significaron el atraso de proyectos de inversión; un ejemplo es que en el mes de Julio 2019 hubo un incremento en la economía del 3.7% siendo menor al 4.3% que fue del año pasado.

Factor social. Se reconoce que nuestro país es de creencias, tradiciones y costumbres. Su pueblo valora la cultura, el deporte y el arte. En la provincia de Sullana, ciudad perteneciente al norte de nuestro país, y lugar donde realiza sus operaciones el restaurante cevichería “Tonderos” restobar, su gente se caracteriza por tener una excelente sazón, y siempre que se trata de comidas seleccionan con minuciosidad. Y tal como es de suponerse, valoran la variedad de platos típicos cuyas recetas provienen de sus antepasados, y en todo momento han de ser críticos de una sazón que difiere de sus gustos.

Factor tecnológico. En la actualidad no se puede estar aislado de la tecnología, pues, en su avance desmedido compromete a todos. Un ejemplo más cercano es que, en nuestro país es obligatorio para la mayoría de empresas la emisión de comprobantes de pago electrónicos, por lo que sus propietarios o gerentes deben tomar las medidas necesarias que les ayude a dar cumplimiento con lo determinado por el estado mediante la “Superintendencia Nacional de Administración Tributaria y Aduanas”. También la utilización de la tecnología no solo se queda en el cumplimiento por obligación, sino que, ya es una necesidad básica.

Factor ecológico. En el presente año se dio una norma en el Perú, que está relacionada con el cuidado del medio ambiente, la Ley N.º 30884 “Ley que regula el plástico de un solo uso y los recipientes o envases descartables”. Para lo cual se creó el “impuesto a las bolsas plásticas” a cargo de la SUNAT, con el propósito de desincentivar el uso del plástico ya que significa un contaminante del medio ambiente.

Factor legal. Las normativas que se relacionan con el sector empresarial en nuestro país son: la “Ley 28015” “Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa” y sus modificatorias; la Ley Nª 26887 “Ley General de sociedades”, “Ley N° 29571” “Código de Protección y defensa del consumidor”. Código Civil.

En el contexto descrito es que lleva a cabo sus operaciones el Restaurante cevichería “Tonderos” restobar de la provincia de Sullana. Pero también existe otro análisis que es necesario revisar con mayor detalle para determinar a lo que se tienen que enfrentar las microempresas; este modelo se denomina las “5 fuerzas de Porter”.

Fuera “amenaza ante nuevos competidores”. En la provincia de Sullana se ha proliferado rápidamente el negocio del rubro de restaurantes y cevicherías. En su mayoría ofrecen lo mismo, sin embargo, en todo momento hay algo que marca la diferencia como: el precio, la sazón, el ambiente, la atención, etc. “Tonderos” restobar mantiene en su carta platos típicos a un precio cómodo y orientados a todo tipo de público.

Fuerza “el poder de la negociación “. “Tonderos” restobar, por los años que tiene en el mercado del rubro restaurantes y cevicherías, cuenta con sus proveedores seleccionados, quienes la abastecen con insumos de calidad para la elaboración de sus “platos”. Y en lo que se refiere a bebidas, goza de promociones, descuentos, y otros favorecimientos que le permiten avanzar como empresario.

Fuerza “negociar con los compradores”. En “Tonderos restobar” se aplica con frecuencia el acercamiento con los clientes con el propósito de comprobar si se le está satisfaciendo con el servicio brindado, y lo que se puede mejorar.

Fuerza “ingreso de nuevos productos”. Respecto al rubro restaurantes y cevicherías, en su mayoría se trata de los mismos productos, debido a que la demanda opta platos típicos comunes en la provincia tales como: el ceviche, el arroz con mariscos, el seco de chavelo, etc, colocando como punto de diferencia a la sazón, y en ello se esfuerza “Tonderos” restobar.

Fuerza de productos sustitutos: La competencia en relación de los productos en el rubro restaurantes es fuerte, ya que la demanda es por platos comunes, propios del norte del Perú; ante ello el restaurante cevichería “Tonderos” restobar se respalda en el buen precio, excelente atención, y en los productos, además agrega algún detalle que cause la admiración del consumidor.

Por lo anterior es necesario formular la pregunta ¿La mejora de la atención al cliente como factor relevante permite una gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes, caso: Tonderos restobar del distrito de Sullana, 2019? Para responder a la pregunta planteada, el objetivo general de la investigación es: Determinar si la mejora de la atención al cliente como factor relevante permite una gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes, caso: Tonderos restobar del distrito de Sullana, 2019.

Asimismo, se plantearon los siguientes objetivos específicos:

- Identificar las principales características del representante de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes, caso: Tonderos Restobar del distrito de Sullana, 2019.

- Describir las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes, caso: Tonderos restobar del distrito de Sullana, 2019.
- Describir las principales características de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes, caso: Tonderos restobar del distrito de Sullana, 2019.
- Elaborar una propuesta de mejora en la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes, caso: Tonderos restobar del distrito de Sullana, 2019.

El presente estudio se justificó porque se ha identificado con la existencia de deficiencias que guardan relación con las variables de estudio: “atención al cliente” y la “gestión de calidad” en “Tonderos restobar”. Los resultados se justificaron por ser manifestación del representante de la empresa. Además, se justificó por las siguientes:

Justificación social: Favorece a la comunidad estudiantil de la universidad, ya que significa una guía de orientación y consulta para futuras investigaciones relacionadas con la atención al cliente y gestión de calidad.

Justificación metodológica: Por para su desarrollo se ha establecido un tipo de investigación, y se han utilizado técnicas de recolección de datos, para luego del respectivo análisis concluir y recomendar.

Justificación institucional: Porque se rige por los lineamientos establecidos a nivel institucional por la universidad.

Justificación profesional: Porque es realizada por personas que se forman en la carrera profesional de administración, y la línea de investigación está comprendida en dicha profesión.

La investigación fue de diseño no experimental-transversal-descriptivo-de propuesta. La población estuvo conformada por el representante del restaurante cevichería “Tonderos” restobar de la provincia de Sullana año 2019. Para el recojo información se trabajó con la técnica de encuesta y como instrumento de investigación el cuestionario.

Los principales resultados obtenidos fueron: el representante tiene entre 41 a 50 años, de género masculino, y con nivel superior universitario. La empresa tiene en el rubro más de 5 años y a su cargo de 1 hasta 10 trabajadores. Respecto a características en la atención al cliente el representante señala lo siguiente: la infraestructura se encuentra en buenas condiciones, se cumple con ofrecer el producto tal como se promociona, el personal orienta a los clientes en la selección de platos, el personal no conoce lo suficiente los productos, el cliente es una prioridad para la empresa. Finalmente se concluye que entre las deficiencias encontradas aparte de la falta de aplicación de técnicas para conocer al cliente, es también la falta de un manual de procedimientos que les permita asegurarse de una producción eficiente.

II. Revisión de literatura

2.1. Antecedentes

a. Antecedentes Internacionales

Solórzano (2019) en su tesis *Calidad de servicio para la fidelización del cliente en la cevichería D` Hugo, Cantón Salinas, provincia de Santa Elena, año 2018*, tuvo como objetivo general: Aportar al fortalecimiento de la fidelización del cliente a través de una propuesta de mejora continua que permita la excelencia en la calidad de servicio. La metodología que desarrolló fue la investigación exploratoria y descriptiva con enfoque cualitativo y cuantitativo. La recolección de datos se llevó a cabo mediante las técnicas: ficha de observación, entrevista y encuesta. Obtuvo como resultados: se observó que el establecimiento cuenta con una variedad gastronómica significativa, asimismo atención a los clientes es rápida. la limpieza del establecimiento es aceptable, la decoración es sencilla, cuenta con ventiladores de techo y de pedestal, pero no son suficientes cuando el clima es caluroso, los servicios sanitarios se encuentran en un buen lugar. Por otro lado, los trabajadores no cuentan con un uniforme distintivo. Finalmente concluye que los factores que influyen en la fidelización de los clientes son: calidad de los platos, innovación y el ambiente en el que se presta el servicio.

Peña (2018) presentó su tesis *Diagnóstico de la calidad de los servicios y atención al cliente de la cevichería Pepe 3*, proponiéndose como objetivo general: Diseñar manual de servicios y atención al cliente de Cevichería Pepe 3. Para su desarrollo utilizó una metodología con enfoque mixto, de tipo bibliográfica, descriptiva. En la recolección de datos se utilizaron las técnicas de observación, encuestas y entrevistas. La población estuvo constituida por los clientes que acudieron a la cevichería Pepe 3, tomándose como muestra a 383 clientes. Entre los resultados principales que se encontraron fueron: a los clientes se le da la bienvenida de manera

cordial. Hay inconformidad en el tiempo de despacho y la espera que debe hacer el cliente. Finalmente concluye que, los clientes son más exigentes por lo que se requiere la satisfacción en todo momento por lo que la cevichería Pepe 3 debe aplicar un modelo de mejora continua de los servicios que ofrecen.

b. Antecedentes Nacionales

Cano (2017) en su tesis *Gestión de calidad de la atención al cliente y la satisfacción en la micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes: caso restaurante “la Rinconada” en la ciudad de Huarmey 2016* tuvo como objetivo general: Determinar la relación de la gestión de calidad de la atención al cliente y el nivel de satisfacción en las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro restaurantes: Caso restaurante “la Rinconada” en la ciudad de Huarmey, 2016.

Desarrolló un tipo de investigación cuantitativa. Para la recolección de información se aplicó la técnica de encuesta. La muestra estuvo constituida por 93 clientes del restaurante “La Rinconada” de la ciudad de Huarmey. Obtuvo como resultados los siguientes: el 80% afirma que está totalmente de acuerdo con el uso de principios, el 50% está parcialmente de acuerdo con el uso de canales de atención, el 66% estuvo totalmente de acuerdo con la atención al cliente, el 78% estuvo totalmente de acuerdo con el producto y el 51% con la resolución de conflictos, el 58% con la orientación al cliente, el 50% con el cumplimiento de los requisitos del cliente, el 72% con el bienestar que brinda el restaurante, el 73% estuvo totalmente de acuerdo con el mantenimiento de relaciones con los clientes. Llegando a las siguientes conclusiones: el 43% afirma que el nivel de atención al cliente es excelente, el 72% afirma que el nivel de satisfacción es excelente. Y, existe relación entre las variables dando la prueba chi-cuadrado 71.058 que es mayor a 9.490.

Ponce (2018) presentó su tesis *Caracterización de la gestión de calidad en atención al cliente de las mype del sector servicio rubro restaurantes campestres del distrito de Pacollay, provincia y región de Tacna, periodo 2017*, la que tuvo por objetivo general: Describir las características de la gestión de calidad en atención al cliente de las MYPE del sector servicio rubro restaurantes campestres del distrito de Pacollay, provincia y región de Tacna, periodo 2017”. Desarrolló su investigación utilizando un diseño no experimental – transversal y descriptivo. Para la recolección de información aplicó la técnica de encuesta a través de un cuestionario como instrumento de investigación. La población y muestra estuvo conformada por 16 MYPE. Obtuvo como resultados: el 81.25% aplica una gestión de calidad, el 56.25% utiliza la mejora continua como técnica moderna de gestión empresarial, el 56.25% considera como prioridad para determinar la calidad del producto, el 43.75% considera la amabilidad y buen trato como prioridad ante sus clientes, el 75% considera la competitividad para contratar al personal, el 93.75% no realiza capacitaciones respecto a la atención al cliente, el 68.75% considera que una atención de calidad contribuye en el aumento de ventas y el 56.25% que sus empresas cuentan con un buen clima laboral. Concluyendo que, la mayoría de las mype encuestadas están aplicando una gestión de calidad haciendo uso de la técnica de mejora continua, y considera que la amabilidad y buen trato contribuye al aumento de las ventas en su negocio.

Pascual (2018) llevó a cabo su tesis: *Caracterización de la gestión de calidad bajo las normas ISO 9001 en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes (pollerías) del distrito de Huaráz, 2015*. Tuvo como objetivo general: Describir las principales características de la gestión de calidad bajo las normas ISO 9001 en las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro restaurantes (pollerías) del distrito de Huaraz, 2015. Utilizó el diseño no experimental – transversal o

transeccional y descriptivo. La muestra estuvo constituida por 30 gerentes. Y en la recolección de datos aplicó la técnica de encuesta. Obteniéndose los siguientes resultados: el 66% indica que siempre utilizan las políticas de calidad, el 69% menciona que el ambiente de trabajo es adecuado, y el 51% señala que casi siempre realizan seguimiento a la satisfacción del cliente. Concluyó que, los gerentes perciben un nivel intermedio de deficiencia respecto a los requisitos de la norma ISO 9001 porque consideran que no se trata de un tema fundamental para los restaurantes por ende no cuentan con un buen proceso de elaboración del producto y no hay un control de quejas y reclamos.

Torres (2018) presentó su tesis: *Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro pollerías del distrito de Chimbote provincia del Santa año 2017*, se propuso el siguiente objetivo general: Determinar las características de la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro pollerías del distrito de Chimbote, provincia del Santa, año 2018. Se ha desarrollado utilizando el tipo de investigación cuantitativa, nivel descriptivo, diseño no experimental. La muestra fue de 30 microempresas, a cuyos representantes se les aplicó la encuesta como técnica de recolección de datos. Obteniendo lo siguiente: el 100% considera que brinda un buen servicio. El 70% capacita mensualmente a sus trabajadores, el 50% reconoce que carecen de un aprendizaje lento al implementar el sistema de gestión de calidad. Finalmente concluye que, la mayoría de microempresarios logra satisfacer a sus clientes esperan como resultado ser recomendados.

Angulo (2018) presentó su tesis: *Caracterización de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro restaurantes campestres, zona agrícola del distrito de Chimbote, 2015*, para optar el título profesional de licenciada en

administración en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Tuvo como objetivo general: Determinar las principales características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro restaurantes campestres, zona agrícola del distrito de Chimbote, 2015. La metodología utilizada fue el diseño no experimental, transaccional, descriptivo. La muestra estuvo constituida por 12 Mypes, a cuyos representantes se les aplicó un cuestionario de 18 preguntas. Obteniéndose los siguientes resultados: el 58.3% ha establecido visión, políticas y objetivos en su empresa, el 58% manifestó que el cliente no siempre tiene la razón, y el 75% mide la satisfacción al cliente analizando sus ventas. Finalmente concluyó que, se debe aplicar una gestión de procesos estandarizados sobre los servicios que se ofrecen, logrando un mejor control de ellos, con el fin de implantar la mejora continua dentro de la empresa.

c. Antecedentes Locales

Sanjinez (2019) en su tesis *Caracterización de la competitividad y gestión de calidad de las MYPE comerciales, rubro cevicherías del centro de la ciudad de Piura, año 2015 se propuso como objetivo principal: Conocer qué características tiene la competitividad y gestión de calidad en las MYPE rubro cevicherías del centro de la ciudad de Piura, año 2015*. Para el desarrollo de su investigación utilizó una metodología de nivel descriptiva, tipo cuantitativo, de diseño no experimental, corte transversal. En la recolección de datos aplicó como técnica la encuesta a través del instrumento de investigación el cuestionario. Como resultados obtuvo los siguientes: el 90% de los gerentes no comprende las necesidades de sus clientes, el 80% de clientes evidencia que la empresa si cumple con las ofertas y promociones que presenta, asimismo, un 77% de los trabajadores evidencia que si cuenta con los recursos necesarios para cumplir con los objetivos trazados. Finalmente concluye: las MYPE del rubro cevicherías del centro de la ciudad de Piura aplican la innovación escuchando a

los trabajadores para mejorar sus productos, asimismo cumple con el nivel de sueldos y beneficios. En relación a las formas de satisfacción del cliente se tienen las ofertas y promociones, brindan productos de calidad atrayentes sus reclamos y quejas son atendido. Por otro lado, no brindan atención personalizada, rápida y oportuna.

Dedios (2019) presentó su tesis *Gestión de calidad y atención al cliente de la MYPE rubro restaurant cevichería karaoke “Ingrid” de la ciudad de Sullana, año 2019* en la cual se propuso como objetivo general: Determinar las características de gestión de calidad y atención al cliente de la MYPE rubro restaurant cevichería karaoke “Ingrid” de la ciudad de Sullana, año 2019. La metodología que desarrolló fue la que corresponde al tipo de investigación no experimental – transversal-descriptivo-cuantitativo. La población para la variable gestión de calidad está conformada por el gerente, y para la variable atención al cliente, los clientes del restaurante. Entre los resultados principales fueron: los trabajadores se sienten identificados con los valores y objetivos de la empresa, la empresa hace sentir al trabajador como la persona más segura elevando sus sentimientos sociales, y se brinda servicio de buena calidad. Además, la competencia es más fuerte y por ello la cevichería Ingrid forma una imagen realista y de mucha confianza hacia los clientes. Finalmente concluye que el servicio del restaurant cevichería Karaoke Ingrid utiliza recursos especializados para atender al cliente, aportando un alto valor añadido para estos. En cuanto al servicio al cliente concluye que la gerenta tiene en cuenta los valores que mejoran que el servicio al cliente.

2.2. Bases teóricas

La Calidad

Gonzáles & Arciniegas (2016) consideran que la calidad no es algo que se decreta, sino que esta, se crea y se produce; y una de las formas para hacerlos es

aplicando las normas ISO 9000 como también el establecimiento de un sistema de calidad fundamentado en las mismas, lo que puede servir como un medio de control de la calidad propuesta, o tal vez solo para asegurarle al comprador que el producto o servicio ha sido producido a través de procesos controlados, lo que no es garantía que sea de calidad.

Para Lacalle (2018) a la calidad se le debe entender como el conjunto de cualidades químicas o físicas que presenta un determinado elemento o material por los cuales se le consideran como adecuado para el fin que ha sido creado.

Según Cuatrecasas (2017) la calidad no basta con asegurarla, sino que, esta debe lograrse a bajo coste, lo que implica que los procesos la garanticen a la primera y con un control mínimo. Esto supone la aplicación de técnicas que conducen al diseño y optimización de procesos y productos que maximizan la relación calidad/coste y las acciones de control que se planean.

a. Tipos de calidad

De acuerdo con Cuatrecasas (2017) no es lo mismo la calidad que el cliente desea, siendo esta la calidad requerida, con y otra la que percibe. En ese sentido menciona a los siguientes tipos de calidad:

Calidad del cliente o concertada: se refiere a la calidad que desea el cliente para satisfacer sus necesidades, y se encuentra relacionada con las diferentes características que de alguna manera aportan al producto.

Calidad de diseño o programada: es aquella calidad diseñada por la empresa, la planifica y pretende producirla para dar respuesta a las necesidades que el cliente supone que quiere satisfacer. Es decir, es la calidad prevista.

Calidad realizada o de producción: Está relacionada con el nivel de cumplimiento de las características de la calidad de un producto o servicio y de lo que precisa su diseño. Es decir, es aquella calidad que resulta del proceso de producción (p.35).

b. Principios de gestión de la calidad

Cortés (2017) considerando a la calidad basada en la Norma ISO 9000: 2015 I, indica que para alcanzarla se deben cumplir principios de gestión de calidad que son: enfoque al cliente,

1. Enfoque al cliente

Considerando que las empresas dependen de sus clientes Cortes (2017) señala que, estas deberían comprender sus necesidades, tanto las presentes como las futuras, cumplir con sus requerimientos y esforzarse en superar sus expectativas. Algunas de las acciones a llevar a cabo en este principio son: entender las necesidades y expectativas del cliente, comunicar las necesidades y expectativas identificadas a toda la organización, medir la satisfacción del cliente y actuar en consecuencia, y gestionar todos los procesos que tienen relación con el cliente.

2. Liderazgo

La persona líder es quien establece la unidad de propósito y la orientación de la organización. Estas personas son las llamadas a crear y mantener un ambiente interno, en los trabajadores pueden involucrarse del todo en el alcance de los objetivos de la empresa. (Sánchez, 2017)

3. Mejora continua

La norma ISO-9001 precisa que los auditores deben comportarse de una forma más estricta, dado a que las organizaciones no pueden limitarse al desarrollo de los ciclos de auditorías internas y externas. En este caso se exige la utilización de

herramientas que permitan gestionar y comprender las distintas oportunidades de mejora que luego van a implementarse dentro de la organización (González & Arcíniegas, 2016).

4. Enfoque sistémico

Se entiende que la organización es un sistema, es decir, se trata de un conjunto de actividades y procesos relacionados que interactúan en el uso de recursos para lograr un fin (González & Arcíniegas, 2016).

5. Enfoque basado en procesos

Se trata de una herramienta increíble que permite gestionar y organizar las actividades de una organización, y con ello, conlleva a crear valor para el cliente y otras partes interesadas (Oviedo, 2015)

c. Dimensiones de la calidad

De acuerdo con Soret (2020) son dimensiones de la calidad en relación al uso del producto y/o servicio:

Disponibilidad: Se trata de la continuidad del servicio, y se mide el relación al grado en que el usuario accede al servicio cuando pretende utilizarlo.

Fiabilidad: De no haber deficiencias en la disponibilidad, la fiabilidad sería del 100%. Por otro lado, la fiabilidad operativa es generalmente menor por causas no previstas como pueden ser: medio ambiente, error humano, mantenimiento incorrecto, etc.

Mantenibilidad: Se refiere a la facilidad con la que ha de llevarse a cabo el mantenimiento correctivo o preventivo. Respecto a la mantenibilidad sus medidas son: tiempo de reparación, tiempo de mantenimiento programado o preventivo, y probabilidad de restauración de servicio.

Manufacturalidad: Se encarga de medir la extensión en que el diseño del producto puede resultar fácilmente fabricado con los procesos y las instalaciones disponibles en planta. Este aspecto no guarda relación directa con la aptitud de uso para los clientes externos, sin embargo, tiene mayor importancia para los clientes internos.

Calidad total: Se trata de hacer las cosas bien y mejorarlas de forma permanente. Lo que supone un cambio cultural continuo que tiene influencia en niveles y áreas de la empresa (p.21).

Gestión de calidad

Sirvent, et al. (2017) sobre “gestión de calidad” dicen que se trata de una “calidad” de diseño que, además de reducir los defectos y corregir, previene. Entiende que, propiciar una gestión de calidad equivale a generar una cultura nueva, mantener el liderazgo, desarrollar a los proveedores, y planificar con la verdad.

Para Cuatrecasas (2017) una gestión correcta de todos los aspectos que guardan relación con la calidad, comprende la planificación, diseño y desarrollo de procesos y productos en el marco de una organización y su gestión del recurso humano para el logro de la calidad, asimismo, la correcta implantación y control de calidad y su certificación final.

a. Enfoques de la gestión de calidad

Vásquez (2020) explica sobre los diferentes enfoques de la gestión de calidad, y señala que son los siguientes:

- **Enfoque estratégico:** Se considera que la gestión de calidad debería ser una tarea estratégica. Sostiene que, si las organizaciones quieren mantenerse vigentes y avanzar mediante la entrega de valor a sus clientes entonces deben

ver esta situación como un objetivo estratégico importante, para lo cual se debe crear una visión estratégica y la implementación de esta en toda la organización a través de objetivos y acciones relacionadas que significan un compromiso y enfoque a largo plazo.

- **Liderazgo enfocado:** Está claro que, en toda organización, si no existiera el compromiso de los líderes, su conducción activa de la estrategia y un compromiso positivo permanente con su aplicación.
- **Enfoque en procesos:** Las organizaciones siempre se han mostrado obsesionadas con lograr resultados. Dichos resultados son producto de la aplicación efectiva de los correspondientes procesos. La mayor importancia debe pasar de la evaluación del resultado al desarrollo y control de procesos para agregar valor al producto o servicio. Por tal motivo considera que es necesario cuidar las fronteras departamentales que con frecuencia tienen un efecto negativo en el proceso de negocio global.
- **Orientación a las personas:** Principalmente se trata de las personas. Los procesos son considerados como eficaces en la entrega de valor para el cliente si se relacionan con conductas apropiados de los sujetos comprometidos. Un buen proceso puede ser dañado por un integrante del equipo mal capacitado. Un factor importante a tener en cuenta de la gestión de la calidad es la generación de una fuerza de trabajo motivada y con la capacidad de trabajar con y en procesos para maximizar el valor del cliente.
- **Enfoque científico:** La gestión que se realiza está basada principalmente en el método científico: planificar, hacer, verificar y actuar. Donde son evaluadas las decisiones fundamentadas en la evidencia y los datos, dichas evaluaciones son, a su vez, usadas en el impulso

- **De nuevas iteraciones de acción.** Esto se apoya en la utilización apropiada de herramientas analíticas que permitan el aprovechamiento al máximo de información partiendo de los datos disponibles.
- **Mejora continua, innovación y aprendizaje:** No se trata solo de responder a una determinada problemática, sino, consiste en la búsqueda de soluciones de manera proactiva, aprendiendo respecto de los procesos, de los clientes y de sus conductas frente a la mejora de las prácticas existentes o en la innovación en el desarrollo de mercados nuevos, procesos y prácticas.

b. Fases de la calidad hacia la gestión de calidad

De acuerdo con Gonzáles & Arciniegas (2016) la calidad ha evolucionado en cuatro etapas: *la inspección* cuyo propósito es el de detectar los problemas propiciados por la ausencia de uniformidad del producto, el *control estadístico del proceso*, en el cual se emplean métodos estadísticos que permitan reducir los niveles de inspección, *el aseguramiento de la calidad*, el cual consiste en el involucramiento de la totalidad de participantes de la organización en el diseño, planeación y ejecución de políticas de calidad, y finalmente está la etapa de *la administración estratégica por calidad total*, que hace referencia al movimiento más cercano al concepto moderno de gestión de la calidad.

Por su parte Cortés (2017) también hace referencia a las fases para alcanzar la calidad y menciona respecto del *control de la calidad* que se trata de la aplicación de técnicas y medios con el propósito de lograr, mantener y mejorar la calidad de un producto o de un servicio. En relación al *aseguramiento de la calidad*, señala que este consistía en implantar un conjunto de acciones planeadas y sistematizadas, necesarias para brindar la confianza correcta de que un producto o servicio satisficiese los requisitos relacionados con la calidad. Finalmente, se refiere a la calidad total como un

conjunto de actividades de la función general de la dirección que establecen la política de la calidad, las responsabilidades y los objetivos y se implantan a través de medios como la planificación, el control de la calidad, el aseguramiento de la calidad y la mejora de la calidad.

c. Características determinantes de la calidad y su gestión

De acuerdo con Cuatrecasas (2017) en la gestión de calidad se pueden identificar las siguientes características:

Establecimiento de la calidad y su nivel: El nivel de calidad y requerimientos del producto y/o servicio son establecidos por el cliente; es él quien decide si los productos y/o servicios son los adecuados, y además, verifica si el cumplimiento de las características produce la satisfacción del cliente. En relación a lo anterior es que la empresa ofrece la calidad que el cliente desea.

Información, educación y motivación: Se entiende que la información y la formación son la base, y la motivación, es aquella acción o actitud que compromete a las personas, promoviendo la participación activa, el aporte de ideas y mejoras.

El liderazgo activo de la dirección: El aporte de la dirección es fundamental en el implemento de la calidad. Es necesario que la gestión de calidad cuente con el apoyo y liderazgo de la alta dirección, y a su vez, debe implicarse practicando con el ejemplo en el logro de los objetivos de la calidad de manera activa y constante.

Ventaja competitiva: El logro de esta ventaja es necesaria para el crecimiento de la empresa, y se vuelve en uno de los objetivos principales de cualquier empresa en la actualidad.

Implicación de todos los recursos humanos: Para el logro de la calidad, es fundamental que toda la organización, empezando por la dirección y terminando en el último operario, se involucre y sea partícipe del proyecto común.

Los proveedores: El rol que cumplen los proveedores resulta fundamental para que la calidad se lleve a cabo de forma efectiva. Los proveedores son el primer eslabón de la cadena, y en relación a ello, habrá que actuar para alcanzar la calidad desde el origen.

Atención al cliente

Gil (2020) define a la atención al cliente como una serie de actividades que lleva a cabo diversas organizaciones mediante la identificación de necesidades esenciales de los clientes haciendo uso de diversas estrategias de marketing de tal forma que puedan cubrir las expectativas que cada cliente pudiera tener y que, sin duda alguna, van a relacionarse con la satisfacción para lograr como propósito la fidelización y repetición del consumo (pág.13).

Para López (2020) la atención al cliente no se trata de una herramienta exclusiva de la empresa privada, pues, las organizaciones y servicios de carácter público, del tipo que sean, deben cuidar a los usuarios brindándoles una buena atención.

a. Características de la atención al cliente

La atención al cliente se caracteriza por las siguientes:

Diferenciación: Actualmente el mercado oferta bienes y servicios con precios similares y muy parecidos en sus atributos para cada grupo de consumidores. Frente a ello la atención al cliente se ha vuelto en un instrumento básico que permite agregar valor al producto o servicio al cliente, diferenciándose con ello de las competencias.

Conocimiento de las necesidades y expectativas de los clientes: Resulta necesario saber con profundidad lo que necesita cada segmento de clientes para lograr satisfacer sus expectativas de tal manera que perciban lo que esperaban recibir por cierta cantidad de dinero y que encuentren productos que sean realmente para satisfacción de sus necesidades.

Flexibilidad y mejora continua: Las empresas deben estar en la capacidad de adaptarse a los cambios que se pudieran suscitar en su sector y las cada vez más exigentes necesidades de los clientes. Por ello el personal que tiene trato directo con el cliente debe estar debidamente capacitado.

Orientación al trabajo y al cliente: Todo trabajo que requiere de un trato directo con el cliente, es parte del componente técnico propio del trabajo desarrollado con un componente humano que deriva del accionar directo con las personas. Por lo tanto, la correcta atención al cliente debe estar en la capacidad de combinar los siguientes: saber escuchar y saber estar.

Plantearse como meta la atención al cliente la fidelización: Se vuelve más rentable y complicado retener a los clientes actuales que el captar a nuevos clientes. Para alcanzar la fidelización de clientes se deben buscar nuevos atributos relacionados con el producto para que estos se puedan sentir satisfechos.

Canales digitales: El crecimiento que se evidencia de los equipos orientados a la atención al cliente en redes sociales, foros, y otros medios digitales, contribuyen a la optimización y eficiencia del servicio (p.9).

b. Resolución de quejas y reclamos

Gil (2020) nos menciona respecto a las aptitudes que el personal debe demostrar frente a la resolución de quejas y reclamos, para lo cual indica a los siguientes:

- a. **Saber escuchar:** Mediante la escucha activa se puede entender cuál es la principal preocupación del cliente o usuario del servicio con el fin de resolver de la mejor forma su caso.
- b. **Saber disculparse:** Se considera que la humildad es el aspecto que genera buenos resultados en lo que se refiere a la atención al cliente, y permite a replantear en el enfoque de lo que desea el cliente.
- c. **Saber preguntar correctamente:** Casi siempre será difícil formular preguntas con el propósito de conseguir la información necesaria, por lo cual, a través de una pregunta abierta y comprendiendo que se trata de escuchar con atención se puede alcanzar un nivel de conocimiento que permita entender la principal preocupación del cliente.
- d. **Saber centrarse en el cliente:** Esto se logra con la práctica de la empatía y activando la escucha de manera atenta y sincera cuando se nos está contando algo, con lo cual el cliente debe sentirse comprendido y que se le presta atención. En ese sentido el personal adoptará una postura perceptiva, tan propia de una persona afectada.
- e. **Saber discriminar posibilidades:** En ocasiones resulta útil preguntar de manera directa al cliente respecto a cuál sería la solución que se acomodaría más a sus intereses. De esta forma se le concede la debida importancia y se centra en él la conversación.
- f. **Saber ofrecer una solución justa:** En todo caso, siempre es necesaria una solución que permita satisfacer los deseos del cliente, de tal manera que se le pueda mantener, pudiendo ser con el cambio del producto o servicio que adquirió, o también puede ser, devolviéndole el importe.

g. Saber personalizar: El cliente por lo general no puede ser clasificado, ya que cada ser es único, y a pesar que sus motivaciones puedan ser similares, hay una serie de condicionantes de carácter emocional que no entra en ninguna categorización, es decir, la solución siempre será distinta y personal de acuerdo al tipo del cliente (pág.29).

b. Proceso de la atención al cliente

Carbajal, Ormeño & Sanz (2019) indican que, para lograr una buena atención al cliente, se deben entender las fases que comprende el proceso de atención al cliente:

- 1. Primero contacto:** Sucede cuando el comprador o cliente potencial llega a la empresa con diversas expectativas. Resulta muy importante en esta fase lo de la acogida, es decir, que la primera impresión que le produzca tanto de la empresa como de la persona quien lo atiende sea extraordinaria. El principal en esta fase es el de lograr captar la atención del cliente.
- 2. Obtención de la información:** Con el fin de satisfacer las necesidades del comprador y por ello, es que se debe adquirir la información más exacta posible. Siendo el objetivo en esta fase el escuchar activamente.
- 3. Respuesta:** En esta fase se comprueba si el comprador realmente está quedando satisfecho con el trato que ha recibido, ya que en esta fase se decide la adquisición del producto o servicio que necesita. Su objetivo es la resolución.
- 4. Finalización y despedida:** Se comprueba si el comprador ha quedado satisfecho con la adquisición del producto o servicio que necesita. El objetivo en esta fase es lograr la fidelización para que de comprador pase a ser cliente (pág.10).

c. Funciones de la atención al cliente

De acuerdo con Ladrón (2020) las funciones que desarrollar el personal de atención al cliente son las siguientes:

- ✓ Conocimiento de los productos: Se precisa que el personal debe conocer a la perfección respecto del producto o bien que se ofrece; considerándose aquello como fundamental. Asimismo, debe conocer sobre las tendencias del mercado, preferencias y gustos actuales de los clientes.
- ✓ Establecer los objetivos: Se debe tener el conocimiento claro respecto a la capacidad que se tiene para vender, y sobre ello, definir las metas de ventas.
- ✓ Cuidar la calidad del producto o servicio: Se debe tener la capacidad de prever con el fin de adaptarse ante cualquier cambio que pudiera presentar el producto. Y, además, considerar la posible afectación en las futuras ventas.
- ✓ Saber comunicarse con el cliente: No solo se debe tener la capacidad de convencer al cliente que le compre o contrate sus servicios; se requiere también de dar información al cliente sobre las novedades y brindarle incluso valor agregado como asesoría, y la buena atención.
- ✓ Seguimiento del proceso de ventas: Se entiende que el proceso de ventas no termina cuando se ha logrado la venta del producto, sino que, luego de la venta, se debe dar seguimiento al cliente para evaluar su nivel de satisfacción.

- ✓ Solventar problemas: Se tiene la capacidad para responder a los problemas, consultas y dudas de los clientes, ya sea ante o después de la venta.
- ✓ Conocer las técnicas de comunicación: Se hace referencia al hecho de saber escuchar al cliente, al personal, y también a sus superiores.
- ✓ Organizar y persuadir: Una de las funciones que se le exige al personal del área de atención al cliente es la de ser organizado, lo que implica mantener organizada la cartera de clientes (pág.8).

d. Principios de la atención al cliente

López (2020) señala que, con el fin de que la atención al cliente resulte satisfactoria se deben tener en cuenta los siguientes principios:

- 1. Relevante:** Se refiere a que la gestión de la atención al cliente debe responder a los problemas y diferentes situaciones presentadas por el cliente de manera correcta. Dicha respuesta ha de ser precisa y exacta, orientadas a solucionar las demandas planteadas.
- 2. Oportuna:** La respuesta que se de en la atención al cliente debe ser de manera inmediata. De no ser adecuada en el tiempo, la espera puede ser motivo de insatisfacción para el cliente, generando de esa forma mayores costes en el futuro para la empresa.
- 3. Permanente:** La gestión de los clientes, usuarios y consumidores, debe estar apta para todo tipo de duda, consulta o queja, recibida a lo largo del tiempo. La atención al cliente debe mantenerse siempre activo para no generar pérdidas de tiempo. Además, esta área debe contar con sus propios recursos y personal que le permitan el logro de objetivos.

4. **Flexible:** Al contar esta área con sus propios recursos y experiencia, le va a permitir que se adapte a las diferentes problemáticas que se presentan; es decir, brinda una atención de acuerdo al tipo de cliente con el que se está tratando.
5. **Eficaz y eficiente:** Resulta necesario que la prestación del servicio se trace como objetivo la satisfacción del cliente (pág.9).

III. Hipótesis

En la presente investigación no se formulan hipótesis por ser de tipo descriptiva. Al respecto Westreicher (2020) señala que las hipótesis son proposiciones que aún no han sido corroboradas y a partir de la cual se pueden realizar estudios. Es decir, se trata de una afirmación que puede o no ser cierta.

IV. Metodología

4.1. Diseño de investigación

El diseño de la presente investigación fue no experimental – transversal – descriptivo – de propuesta.

No experimental, ya que no existe manipulación de variables. Se basa únicamente en describir el problema tal como se encuentra. Osorio (2014) señala que, el diseño no experimental, es aquél estudio en el que no existe manipulación deliberada de variables. Es decir, aquella investigación donde no se hace variar intencionalmente las variables independientes.

Transversal ya que consistió en determinar las características de la gestión de calidad y atención al cliente en una sola medición retrospectiva. Al respecto, Sánchez (2017) define al diseño transversal como aquél observacional, individual, que es medido en una o más características en un momento dado.

Descriptivo, ya que el estudio solo se limita a describir las principales características en relación de las variables gestión de calidad y atención al cliente. Para Rus (2021) la investigación del tipo descriptiva analiza las características de una población o fenómeno sin que se tenga que conocer la relación que existe entre ellas.

Estudio de propuesta. Porque se centra en la problemática de un caso en particular, en este caso de la empresa “Tonderos Restobar”, y sobre las deficiencias encontradas propone una serie de acciones que le permitan mejorar.

PM ←  **O**

Dónde:

PM = Población Muestra conformada por el representante de la Empresa.

O = Observación de la variable: Gestión de calidad y atención al cliente

4.2. Población y muestra

Población

La población estuvo constituida por la empresa “Tonderos” restobar. Según Zita (2014) la población está referida al universo, es decir, al conjunto o totalidad de elementos sobre los cuales se investiga o se realizan estudios. Asimismo, nos indica que hay población finita e infinita; en el primer caso se trata de la que es posible contar y que pueden ser estudiadas con mayor facilidad a sus miembros, en la población infinita es donde la cantidad de miembros es inmensa que resulta difícil contabilizar.

Muestra

Se utilizó como muestra al representante de la empresa “Tonderos” restobar., por ser un estudio de caso. En cuanto a la muestra, Zita (2014) explica que se trata de una parte representativa de una población en la cual sus elementos comparten características comunes o similares. Es utilizada para el estudio de la población de una manera más factible, ya que puede ser contabilizada con facilidad.

4.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores

Cuadro 1. Operacionalización de variables e indicadores

Aspecto complementario	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición
Representante de la pequeña empresa “Tonderos restobar”	Es la persona encargada de la empresa “Tonderos restobar”, y que tiene como principales funciones, las de planificar, dirigir y supervisar, y además, tomar decisiones.	El representante de “Tonderos restobar” es una persona adulta, del género masculino, con estudios superiores universitarios, quien es el propietario del negocio desde hace más de 5 años.	Características del representante	Edad	¿Cuál es su edad?	Razón
				Género	¿Cuál es el género?	Nominal
				Grado de instrucción	¿Cuál es su grado de instrucción?	Nominal
				Cargo	¿Cuál es el cargo que desempeña?	Nominal
				Tiempo	¿Cuál es el tiempo que lleva desempeñando el cargo?	Razón
Aspecto complementario	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición
Empresa “Tondero restobar”	Principales características de la empresa “Tonderos restobar”	Unidad económica del rubro restaurantes y cevicherías que tiene a su cargo hasta a 10 trabajadores.	Características de la empresa	Tiempo de la empresa	¿Cuál es el tiempo de permanencia de la empresa?	Razón
				Número de trabajadores	¿Qué cantidad de trabajadores tiene a su cargo?	Razón
				Objetivo de la empresa	¿Cuál es el objetivo de la empresa?	Nominal
				Tipo de empresa	¿Bajo que tipo de organización está constituida la empresa?	Nominal
Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición
		Tigani (2006) sostiene que, todo lo que implica ser bien atendido, es por ejemplo: una buena	Características de la atención al cliente	Infraestructura	¿La infraestructura de la empresa se encuentra en buenas condiciones?	Nominal
				Local amplio	¿El local donde se atiende al público es amplio?	Nominal

La atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad	conjunto de actuaciones a través de las cuales una empresa gestiona la relación con los clientes actuales sean actuales o potenciales, antes o luego de producida la compra, que se ejerce con el propósito de orientar a los clientes (Ariza, F. & Ariza, 2013)	bienvenida, sentirse apreciado, ser escuchado, adquirir la información necesaria, ser ayudado, y además, invitado a regresar.		Cumplimiento con especificaciones del producto	¿Se cumple con ofrecer el producto tal como se promociona?	Nominal	
				Orientaciones al cliente	¿Se orienta al cliente en la selección de platos?	Nominal	
				Conocimiento de los productos	¿El personal demuestra conocer los productos que ofrece la empresa?	Nominal	
				Práctica de la empatía	¿El personal practica la empatía en la atención al cliente?	Nominal	
				Percepción del cliente	¿Percibe que el personal se encuentra bien organizado en el área de atención al cliente?	Nominal	
				Eficacia	¿La atención en Tonderos Restobar es rápida?	Nominal	
				Eficiencia	¿Siempre le sirven lo que solicita?	Nominal	
				Atención de quejas	¿Las quejas del cliente son atendidas directamente por el propietario?	Nominal	
				Rapidez en la solución de quejas	¿Cuándo ha tenido alguna queja o reclamo se le ha solucionado de forma inmediata?	Nominal	
	Características de la gestión de calidad				Enfoque al cliente	¿En la empresa se considera al cliente como el elemento principal del negocio?	Nominal
					Aplicación de encuestas	¿Se aplican encuestas al cliente con el fin de conocer sus necesidades y deseos?	Nominal
					Manejo de un registro de clientes	¿Se tiene un registro de datos de los clientes?	Nominal

		Satisfacción del cliente como principal preocupación	¿La principal preocupación de la empresa es satisfacer al cliente?	Nominal
		Liderazgo	¿Considera que usted como propietario posee las características de un verdadero líder?	Nominal
		Planificación y supervisión de actividades	¿Usted como propietario es quien planifica y también supervisa el desarrollo de las actividades?	Nominal
		Identificación de las áreas de la empresa	¿Se tienen identificadas las áreas de la empresa?	Nominal
		Establecimiento de cargos, responsabilidades y procedimientos	¿Se han establecido cargos, responsabilidades y procedimientos?	Nominal
				Nominal
		Uso de manual de procedimientos	¿Se maneja un manual de procedimientos?	Nominal
		Evaluación del rendimiento del personal	¿Se evalúa el rendimiento del personal de forma periódica?	Nominal
		Toma de decisiones	¿Siempre se están tomando decisiones con el fin de establecer una mejora en la empresa?	Nominal
		Beneficios de los proveedores	¿Se obtienen beneficios como promociones, descuentos especiales, etc, de parte de los proveedores?	Nominal
		Rapidez en la entrega de insumos	¿Se le atiende rápido en la entrega de insumos por tener una excelente relación con el proveedor?	

4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para la recolección de datos, en la presente investigación se aplicó como técnica la encuesta, y como instrumento el cuestionario.

Técnicas:

Para la recopilación de la información se utilizó la técnica de la encuesta, que será aplicada al gerente del restaurante cevichería “Tonderos” restobar, y a los clientes. Según Westreicher (2020) la encuesta es un instrumento que permite la recolección de información cuantitativa y/o cualitativa de una población estadística. Es decir, mediante la encuesta se han podido conocer las características de un grupo de personas.

Instrumentos

Para el recojo de la información se utilizó como instrumento un cuestionario con escala valorativa de 33 preguntas. Sobre el cuestionario García (2017) señala que consiste en el conjunto de interrogantes, por lo general de varios tipos, preparado de forma sistemática y cuidadosa, sobre los aspectos y hechos que interesan en una investigación o evaluación, y que puede ser aplicado de maneras distintas.

4.5. Plan de análisis

Los datos fueron procesados y analizados en el programa estadístico IBM Spss Statistics. Los resultados fueron mostrados en tablas y gráficos con su respectiva interpretación.

Para poder obtener la información se aplicó un cuestionario de 33 preguntas aplicadas a las muestras seleccionadas. Por consiguiente, después de obtenida la información para poder ordenarla se tendrá como soporte el programa Excel, que es el medio más usado para este tipo de proyectos. Entre los sistemas para ordenar los datos se encuentran principalmente dos: la distribución de frecuencias y la representación

gráfica, estos sistemas de organización y descripción de los datos permitirán realizar un análisis de datos, dependiendo de los objetivos planteados en el trabajo de investigación. Luego la información obtenida al usar la técnica de la encuesta será transpuesta en cuadros y gráficos estadísticos, en donde se detallará la interpretación de los datos estadísticos.

Por otro lado, se utilizó el turnitin y archivos Word.

4.6. Matriz de consistencia

TITULO	PROBLEMA	OBJETIVO GENERAL	OBJETIVOS ESPECIFICOS	METODOLOGIA
<p>Propuesta de mejora de atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes, caso: Tonderos Restobar del distrito de Sullana, 2019.</p>	<p>¿La mejora de atención al cliente como factor relevante permite una gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes, caso: Tonderos restobar del distrito de Sullana, 2019?</p>	<ul style="list-style-type: none"> Determinar si la mejora de la atención al cliente como factor relevante permite una gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes, caso: Tonderos restobar del distrito de Sullana, 2019. 	<ul style="list-style-type: none"> Identificar las principales características del representante de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes, caso: Tonderos Restobar del distrito de Sullana, 2019. Describir las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes, caso: Tonderos restobar del distrito de Sullana, 2019. Describir las principales características de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes, caso: Tonderos restobar del distrito de Sullana, 2019. Elaborar una propuesta de mejora en la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes, caso: Tonderos restobar del distrito de Sullana, 2019. 	<p>Diseño de la Investigación</p> <p>La investigación fue de diseño no experimental – transversal – descriptivo – de propuesta.</p> <p>Población y muestra</p> <p>Representante de la empresa Tonderos Restobar.</p> <p>Plan de análisis:</p> <p>Los datos recopilados mediante el cuestionario han sido procesados en el programa estadístico IBM Spss. Los resultados han sido mostrados en tablas y gráficos, con su respectiva interpretación.</p>

4.7. Principios éticos

En la presente investigación se respetaron los principios éticos de acuerdo al Código de Ética formulado por la universidad. Dichos principios están relacionados a velar por la rectitud en el desarrollo de la actividad investigadora. Entre ellos están: protección a las, cuidado del medio ambiente y la biodiversidad, libre participación y derecho a estar informado, beneficencia no maleficencia, justicia, integridad científica.

- a) Protección a las personas.- Se consideró a la persona como el fin y no el medio, por tal razón se aseguró su protección. Se respetó la identidad, la diversidad, la dignidad humana, la privacidad, y la confidencialidad
- b) Cuidado al medio ambiente y la biodiversidad.- En la presente investigación no se involucró al medio ambiente, ya que se trata de describir las variables de estudio; por lo tanto no representa un daño para animales o plantas.
- c) Libre participación y derecho a estar informado.- Se informó a los participantes sobre la finalidad de la realización de la investigación, y de acuerdo a ello, manifestaron su voluntad de ser parte en el estudio.
- d) Beneficencia y no maleficencia. – no se ha causado daño alguno, por el contrario, se han disminuido los posibles efectos adversos y maximizado los beneficios con la información brindada por los participantes de este proyecto.
- e) Justicia. Se trató equitativamente a quienes participaron en los procesos, procedimientos y servicios asociados a la investigación
- f) Consentimiento informado y expreso .- La información solo se utilizó para los fines académicos e investigación. La persona participante firmó el consentimiento informado. (Uladech, 2020)

V. Resultados

5.1. Resultados

Tabla 1. Características del representante de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes, caso: “Tonderos” restobar del distrito de Sullana, año 2019.

Datos del representante	n	%
Edad		
18 a 30 años	0	0.00
31 a 50 años	1	100.00
51 a más años	0	0.00
Total	1	100.00
Género		
Masculino	1	100.00
Femenino	0	0.00
Total	1	100.00
Grado de instrucción		
Sin instrucción	0	0.00
Primaria	0	0.00
Secundaria	0	0.00
Superior no universitaria	0	0.00
Superior universitaria	1	100.00
Total	1	100.00
Cargo que desempeña		
Propietario	1	100.00
Gerente	0	0.00
Administrador	0	0.00
Empleado	0	0.00
Total	1	100.00
Tiempo que desempeña el cargo		
0 a 3 años	0	0.00
4 a 6 años	1	100.00
7 a más años	0	0.00
Total	1	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado al gerente de “Tonderos” restobar, 2019.

Tabla 2. Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes, caso: “Tonderos” restobar del distrito de Sullana, año 2019.

DATOS DE LA EMPRESA	N	%
Tiempo de permanencia en el rubro		
0 a 3 años	0	0.00
4 a 6 años	1	100.00
7 a más años	0	0.00
Total	1	100.00
Número de trabajadores		
1 a 5 trabajadores	0	0.00
6 a 10 trabajadores	0	0.00
11 a más trabajadores	1	100.00
Total	1	100.00
Objetivo de creación		
Generar ganancia	1	100.00
Generar trabajo	1	0.00
Subsistencia	0	0.00
Total	1	100.00
Tipo de constitución de la empresa		
Persona natural con negocio	1	100.00
EIRL	0	0.00
SRL	0	0.00
SAC	0	0.00
S.A.	0	0.00
Total	1	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado al gerente de “Tonderos” restobar, 2019.

Tabla 3. Describir las características de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes caso: “Tonderos” restobar del distrito de Sullana, 2019.

ATENCION AL CLIENTE	n	%
Infraestructura en buenas condiciones		
Si	1	100.0
No	0	0.00
Total	1	100.00
Local amplio		
Si	0	0.00
No	1	100.00
Total	1	100.00
Cumplimiento con especificaciones del producto		
Si	1	100.00
No	0	0.00
Total	1	100.00
Personal orienta al cliente en la selección del plato		
Si	1	100.00
No	0	0.00
Total	1	100.00
Personal conoce los productos		
Si	0	0.00
No	1	100.00
Total	1	100.00
Práctica de la empatía		
Si	1	100.00
No	0	0.00
Total	1	100.00
Personal demuestra estar bien organizado		
Si	1	100.00
No	0	0.00
Total	1	100.00
Rapidez en la atención		
Si	1	100.00

Continúa

Tabla 3... Continúa

No	0	0.00
Total	1	100.00
Siempre le sirven lo que solicita		
Si	1	100.00
No	0	0.00
Total	1	100.00
Quejas atendidas por el propietario		
Si	0	0.00
No	1	100.00
Total	1	100.00
Rapidez en la solución de quejas		
Si	0	0.00
No	1	100.00
Total	1	100.00
Cliente como elemento principal del negocio		
Si	1	100.00
No	0	0.00
Total	1	100.00
Aplicación de encuestas al cliente		
Si	0	0.00
No	1	100.00
Total	1	100.00
Manejo de un registro de clientes		
Si	0	0.00
No	1	100.00
Total	1	100.00
Principal preocupación es satisfacer al cliente		
Si	1	100.00
No	0	0.00
Total	1	100.00
Propietario tiene características de un líder		
Si	1	100.00

Continúa

Tabla 3...Continúa

No	0	0.00
Total	1	100.00
Propietario es quien planifica y supervisa las actividades		
Si	1	100.00
No	0	0.00
Total	1	100.00
Identificación de las áreas de la empresa		
Si	1	100.00
No	0	0.00
Total	1	100.00
Se han establecido cargos y responsabilidades		
No	0	0.00
Total	1	100.00
Se maneja un manual de procedimientos		
Si	0	0.00
No	1	100.00
Total	1	100.00
Se evalúa el rendimiento del personal		
Si	1	100.00
No	0	0.00
Total	1	100.00
Se toman decisiones con el fin de mejorar		
Si	1	100.00
No	0	0.00
Total	1	100.00
Se obtienen beneficios de los proveedores		
Si	1	100.00
No	0	-
Total	1	100.00
Rapidez en la entrega de insumos		
Si	1	100.00

Continúa

Tabla 3 ... continúa

No	-	
Total	1	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado al gerente de “Tonderos” restobar, 2019.

Tabla 4. Propuesta de mejora en la atención al cliente como factor relevante en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes, caso: “Tonderos restobar” del distrito de Sullana, año 2019.

Problema encontrado	Surgimiento del problema	Acción de mejora	Responsable
No tiene un local amplio para comodidad del cliente considerando además que la zona norte es calurosa	No se ha visto la posibilidad de ampliar el local a pesar de tener aún espacio por construir	Evaluar la ampliación del local o establecer una nueva sucursal que garantice mayor comodidad al cliente.	Propietario
Personal no conoce todo respecto a los productos; siendo esto motivo de insatisfacción al cliente	No se ha proporcionado suficiente información al personal respecto a los productos que se ofrecen en la empresa.	Elaborar un plan de Capacitación al personal sobre la calidad, insumos que se utilizan, y precios de los productos que se ofrecen, lo que les permitirá maximizar su eficiencia en la atención al cliente.	Propietario
No se tiene un registro de clientes donde se anoten datos que permitan tener una idea del tipo de cliente que atendemos	No existe una base de datos de los clientes.	Elaborar una base de datos de los clientes, donde se anote sus nombres y apellidos, fecha de cumpleaños, número de celular, productos que con frecuencia consume, para contactarlos y establecer una relación más estrecha.	Propietario
No se aplican encuestas para conocer por manifestación propia del cliente si ha quedado satisfecho (a).	No se ha tomado la iniciativa de aplicar encuestas a los clientes.	Aplicar encuestas a los clientes sobre el nivel de satisfacción, lo que desearía recibir de parte de la empresa, sugerencias, como también, alguna situación que le esté produciendo insatisfacción.	Propietario

Elaborado por el investigador

5.2. Análisis de resultados

Referente a las características generales del representante de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes, caso: “Tonderos” restobar del distrito de Sullana, 2019.

Edad: La edad del representante de “Tonderos” restobar oscila entre los 31 y 50 años lo cual coincide con Ponce (2018) quien menciona el 68.75% de representantes de restaurantes tiene entre 31 a 50 años. También contrasta con Pascual (2018) en cuya investigación determinó que el 48.6% de representantes tienen edades entre los 41 a 50 años. De igual manera coincide con Torres (2018) donde el 44.4% tiene entre 45 a 50 años. Finalmente contrasta con Angulo (2018) cuyo resultado fue que el 50% de representantes tiene entre 40 a 50 años. Por lo tanto, se deduce que la edad de los representantes de micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes al igual que la del representante de “Tonderos” restobar son personas adultas que no superan los 50 años.

Género: El representante de la pequeña empresa “Tonderos” restobar es de género masculino. Este dato difiere del obtenido por Ponce (2018) quien manifiesta que el 62.5% de representantes es del género femenino. Sin embargo, coincide con Pascual (2018) cuyo dato referido al género de los representantes es el 68.6% en género masculino. Asimismo, contrasta con Torres (2018) quien determina que el 77.8% de representantes son de género masculino. De igual modo coincide con Angulo (2018) quien señala que el género de los representantes en un 66.7% es el masculino. Esto permite establecer que en su mayoría los representantes de las pequeñas empresas del rubro restaurantes son del género masculino.

Grado de instrucción: El representante de “Tonderos” restobar tiene como grado de instrucción el nivel superior universitario. Este dato difiere con Ponce (2018) quien indica que el 43.75% de representantes tiene como grado de instrucción el nivel

secundario. También no coincide con Torres (2018) donde el 44.4% tiene como grado de instrucción estudios básicos. Sin embargo, coincide con Pascual (2018) en cuya investigación determina que el 42.9% tiene como grado de instrucción el nivel superior universitario. Contrasta con Reymundo (2018) quien obtuvo que el 40% ha alcanzado el nivel superior. Y, de igual manera coincide con Angulo (2019) quien determina que el 59% tiene como estudios el nivel superior universitaria. Por lo tanto, se deduce que la mayoría de representantes de restaurantes han cursado estudios hasta el nivel superior universitario.

Cargo que desempeña: El cargo que desempeña el representante de “Tonderos” restobar es el de ser el propietario del negocio, lo cual coincide con Ponce (2018) quien determina que el 62.5% es dueño de su negocio. Por lo tanto, queda determinado que las pequeñas empresas del rubro restaurantes por lo general sus representantes son sus propietarios.

Tiempo que desempeña: El representante de “Tonderos” restobar es propietario del negocio desde hace más de 5 años. Coincide con Ponce (2018) quien obtuvo que el 87.5% tiene más de 7 años. También contrasta con Torres (2018) quien menciona que el 72.2% de los representantes de restaurantes desempeñan ese cargo desde hace más de 5 años. Y coincide con Angulo (2018) donde el 58.3% de representantes se desempeñan en el cargo desde hace más de 6 años. Por lo tanto, se infiere que los representantes de las pequeñas empresas tienen de antigüedad en su cargo desde hace más de 5 años.

Referente a las características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes, caso: Tonderos restobar del distrito de Sullana, 2019.

Tiempo de permanencia en el rubro: En el rubro restaurantes la empresa tiene más de 7 años, lo cual coincide con Ponce (2018) donde el 87.50% de microempresas tuvo más de 7 años en el rubro de restaurantes, asimismo, Fernández (2019) obtuvo que el

40% de restaurantes de Chimbote tiene más de 7 años en el mercado. Por lo tanto, se infiere que, las microempresas dedicadas al servicio de restaurantes en el Perú, tienen un tiempo considerable desarrollando actividades.

Número de trabajadores: Tiene a su cargo a más de 11 trabajadores, coincidiendo con la investigación de Zaragoza (2019) donde el 33.3% de micro y pequeñas empresas de la Urb. Puertas de Pro, del distrito Los Olivos, 2018 tienen a más 11 personas desarrollando actividades. De lo anterior se puede deducir que, es considerable la cantidad de personas que dependen de este tipo de negocios, y ello se debe a que se necesita de cocineros, mozos, cajera, de limpieza, entre otros puestos.

Objetivo de la empresa: Al igual que casi la mayor parte de empresas, el objetivo de la constitución de la empresa ha sido la obtención de ganancias, coincidiendo con Zaragoza (2019) donde el 46.7% de su muestra manifestó haber creado su empresa para generar ganancias; en la misma posición se presenta Fernández (2019) donde la totalidad de su muestra aseguró la obtención de ganancias como principal objetivo de sus negocios. Por lo anterior se concluye que, las microempresas del rubro restaurantes han sido constituidas principalmente con el fin de generar utilidades a sus ejecutores.

Forma de constitución: La empresa está constituida como persona natural, coincidiendo con Huari (2019) quien obtuvo como resultado que, el 92% estaba constituida como persona natural. Por lo cual, es válido asegurar que, tratándose de micro y pequeñas empresas, específicamente las dedicadas a brindar el servicio de restaurantes, la mayoría ha sido constituida como persona natural con negocio.

Referente a las características de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes, caso: Tonderos restobar del distrito de Sullana, 2019.

Infraestructura: De acuerdo con la manifestación del representante, la infraestructura de “Tonderos Restobar” se encuentra en buenas condiciones, sin embargo, reconoce que el local no es muy amplio. Este resultado coincide con el resultado obtenido por Pascual (2018) donde el 68.6% respondió que siempre el ambiente se encuentra en buenas condiciones. Es decir, las mypes del rubro restaurantes se preocupan por cuidar la infraestructura de sus instalaciones, pero muchas veces los locales suelen ser pequeños lo que podría causar la insatisfacción del cliente.

Cumplimiento con especificaciones del producto: La empresa “Tonderos Restobar” sí cumple en dar al cliente el producto tal como lo promociona, lo cual coincide con Cano (2017) en cuya investigación determinó que el 78.5% de clientes quedó satisfecho con el producto recibido. Por tanto, se puede deducir que los restaurantes se caracterizan por ofrecer productos de calidad, y ello puede ser porque es prioridad para el cliente ingerir alimentos a su gusto, de no ser así, buscaría otra opción, y ello significa disminución de ventas.

Personal orienta al cliente en la selección del plato: En “Tonderos Restobar” el personal sí orienta al cliente, coincidiendo con Cano (2017) quien estableció que el 58% de mypes del rubro restaurantes centran todos sus esfuerzos en satisfacer al cliente, lo que implica interactuar, guías, hacerle más práctica y cómo su estancia en la empresa.

Conocimiento del producto: Por respuesta del mismo representante se determina que el personal de “Tonderos Restobar” no conoce lo suficiente a los productos que se ofrecen, contrastando con el resultado obtenido por Pascual (2018) quien obtuvo como resultados que el 48.6% sí dota de información al cliente sobre los productos que piensa adquirir. Lo que demuestra cierta diferencia en la capacidad de los trabajadores de los restaurantes, como principal causante de problemas relacionados con el conocimiento es la falta de capacitación.

Empatía: En “Tonderos Restobar” sí se practica la empatía, lo que coincide con Ponce (2018) donde al menos el 43.75% de representantes consideró como prioridad el buen trato, en lo que incluye la empatía. Siendo la empatía la capacidad para ponerse en el lugar de la otra persona, y comprender lo que necesita y lo que desea, es muy importante que sea practicada en todas las empresas, pues, el cliente todo el tiempo está esperando a que le atiendan con lo que verdaderamente necesita.

Organización del personal: El representante de “Tonderos Restobar” responde que el personal demuestra encontrarse bien organizado, lo que difiere de Pascual (2018) donde el 48.6% respondió que “a veces” se establece un proceso de comunicación como parte de su organización orientada a mejorar el desarrollo del trabajo. Esto nos muestra que no siempre el personal trabaja verdaderamente como un equipo, toda vez que no es frecuente su coordinación.

Rapidez en la atención: En el restaurante “Tonderos Restobar” del distrito de Sullana se promueve la rapidez en la atención, dicho resultado coincide con el obtenido por Rodríguez (2017) donde el 49.2% de representantes asegura que la atención se lleva a cabo en el tiempo adecuado. De estos resultados se puede establecer que el tiempo es un factor que también puede significar la satisfacción o insatisfacción de cliente, por lo que se debe controlar.

Cumplimiento en el plato que solicita el cliente: El representante de “Tonderos Restobar” afirma que en su negocio se asegura de que el cliente reciba realmente lo que solicita, coincidiendo con Pascual (2018) quien obtuvo que más de la mitad, el 57.1% de su muestra estuvo de acuerdo con que las mypes del rubro restaurante si cumplen con las expectativas del cliente.

Atención de quejas: Respecto al manejo de quejas en “Tonderos Restobar” estas no son atendidas por el propietario y también se reconoce que no suelen atenderse de

manera inmediata. Contrasta con Cano (2017) en cuya investigación obtuvo que en un 51% los conflictos con los clientes se resuelven correctamente. Esto nos indica que en la empresa del presente estudio se tiene un inadecuado procedimiento frente a los problemas que siempre son posibles de suceder con los clientes, y ello puede ser motivo además de insatisfacción, una mala imagen que propiciará la reducción de ventas.

Ciente como elemento principal del negocio: De acuerdo con la respuesta del representante de “Tonderos Restobar” en esta empresa se considera al cliente como el elemento principal del negocio, coincidiendo con Cano (2017) quien obtuvo entre sus resultados que, el 58% estuvo totalmente de acuerdo con la orientación del cliente. Estos resultados permiten afirmar que el cliente es pieza fundamental para llevar a cabo el negocio de los restaurantes, pues el cliente en todo momento representa el elemento a satisfacer.

Relación empresa – cliente: El representante de “Tonderos Restobar” indica que en su empresa no se aplican encuestas a los clientes que les permita conocer sus necesidades y deseos ni tampoco se maneja un registro de clientes en forma de base de datos para dar seguimiento a su satisfacción. Si embargo asegura que una de las prioridades de la empresa es precisamente satisfacer al cliente. En gran parte no coincide con Cano (2017) debido a que en su investigación determinó que el 73% estuvo de acuerdo con las formas utilizadas por la empresa para mantener la buena relación con los clientes. De lo anterior se puede deducir que, existe empresa que sí aplican ciertas técnicas para mantener activa la relación con el cliente, lo que no está ocurriendo con “Tonderos Restobar” a pesar de que su representante asegura que el esfuerzo está en satisfacer al cliente.

Planificación y supervisión de actividades: El representante de “Tonderos Restobar” es la persona encargada de planificar y supervisar las actividades realizadas en

la empresa, coincidiendo con Torres (2018) quien obtuvo entre sus resultados que el 83.3% sigue un plan estratégico, lo que quiere decir que el personal de las mypes del rubro restaurante sigue una ruta propuesta por quien fuese el líder del equipo.

Identificación de las áreas de la empresa: En “Tonderos Restobar” se tienen plenamente identificadas las áreas de la empresa, lo cual coincide con Ponce (2018) quien determino que en la mype de su estudio sí se lleva a cabo una gestión de calidad. Como parte de la gestión de calidad está el pleno conocimiento de las áreas con las que cuenta la empresa, para de esa manera establecer procedimientos acordes con los elementos que comprende la empresa.

Establecimiento de cargos y responsabilidades: En “Tonderos Restobar” sí se han establecido cargos, responsabilidades y procedimientos, coincidiendo con Pascual (2018) quien obtuvo que el 57.1% distribuye cargos y responsabilidades a los trabajadores. Es importante la acción que se demuestra en este resultado, dado a que la buena gestión empieza por el orden, y una señal de ello, es que cada trabajador conozca el cargo y las funciones a desempeñar, de lo contrario se vería afectada la empresa con repetición de funciones, o funciones importantes incumplidas.

Manejo de un manual de procedimientos: En “Tonderos Restobar” no se maneja un manual de procedimientos, lo que difiere de Huari (2019) quien estableció que en la empresa de su estudio se han implementado procedimientos que les permita asegurar una eficiente producción de los alimentos. Esto quiere decir que sí existen mypes del rubro restaurantes que se preocupan por establecer procedimientos que, más allá de permitirles asegurar la calidad en sus procesos, también contribuye a que las actividades se realicen de forma uniforme ya determinada sin dar pie a criterio que pudiera desencadenar desconcierto en los clientes y en el resto del personal.

Evaluación del rendimiento del personal: De acuerdo con la manifestación del restaurante, en la empresa “Tonderos Restobar” sí se somete a evaluación al personal, coincidiendo con Zaragoza (2019) quien determinó que el 60% de mYPES evalúa a sus trabajadores. Esto permite establecer que la evaluación es parte también de la gestión que se realiza en las empresas, y como objetivo es el de conocer la capacidad del trabajador para colocarlo en el puesto más idóneo y donde significará de mayor productividad para la empresa.

Toma de decisiones: En “Tonderos Restobar” todas las acciones que se toman están relacionadas con buscar la mejora de la empresa, coincide con Chiquiruna (2020) donde el 100% estuvo de acuerdo con que la gestión de calidad está orientada a la mejora de las empresas. Por lo tanto, la gestión de calidad no es una simple tarea administrativa, sino, el conjunto de acciones que buscan mejorar el rendimiento de las organizaciones.

Beneficios de los proveedores: El restaurante “Tonderos Restobar” mantiene una buena relación con sus proveedores, muestra de ello es que se le permite acceder a promociones y descuentos especiales, asimismo, se le brinda una atención inmediata toda vez que requiere de insumos, lo cual coincide con Díaz et al (2016) quienes obtuvieron promedios altos en lo que se refiere a relaciones de cooperación con los proveedores. Por lo tanto, se determina que uno de los principios de gestión de calidad es la relación con los proveedores, ya que depende de ello tener insumos de calidad que permita la elaboración de productos a la altura de las expectativas del cliente.

Plan de mejora

1. Datos Generales

Nombre o razón social: Ginocchio Eche Derwit Joan Alberto

Nombre comercial: Restaurante cevichería Tonderos Restobar

Dirección: Calle Ugarte N° 498. Sullana – Sullana – Piura.

2. Misión

Brindar el servicio de restaurante a la población del distrito de Sullana, ofreciendo la exquisita comida del norte peruano, basándose en la buena sazón, preparación de alimentos con insumos de calidad, y el precio al alcance del cliente. Asimismo, demostrando empatía y trato amable en la atención al cliente.

3. Visión

Liderar el mercado de restaurantes y cevicherías del norte del Perú, y alcanzar un nivel alto de competencia, compitiendo con reconocidos negocios del rubro restaurantes dentro del ámbito local, como también nacional e internacional.

4. Objetivos empresariales

“Tonderos Restobar” es una microempresa del rubro restaurantes que ofrece a su distinguida clientela los platos que predominan en el gusto de los electores como; ceviches, sudados, jaleas, seco chavelo, arroz con mariscos, etc. La empresa fue constituida con el propósito de generar utilidades y puesto de trabajo. Asimismo, dentro del desarrollo de sus actividades, la empresa tiene como objetivos los siguientes:

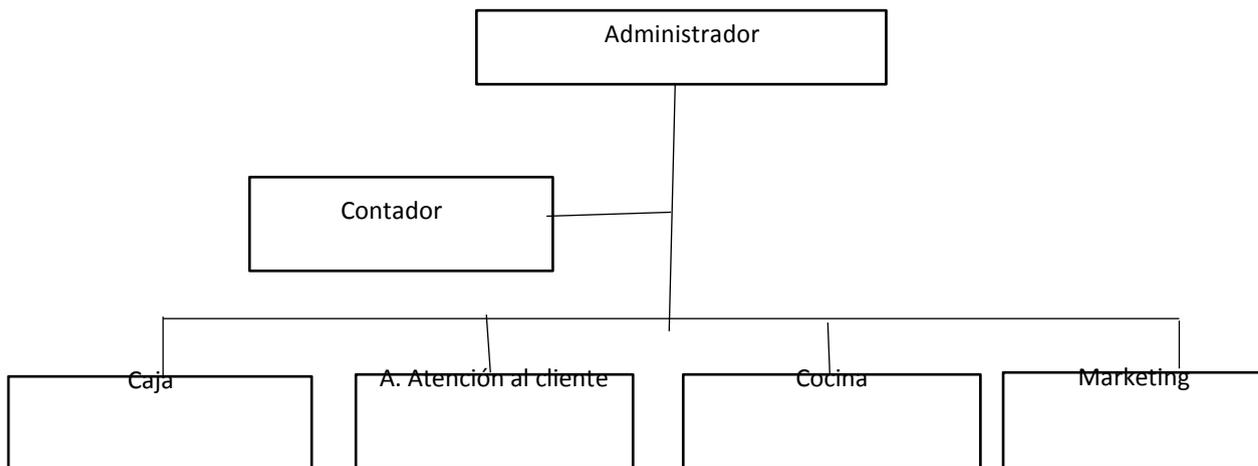
- Brindar un servicio de atención al cliente excelente, poniendo en práctica principios éticos.
- Orientar todos los esfuerzos a la satisfacción al cliente.
- Promover el trabajo en equipo haciendo uso de las Tic's.

- Mantener un buen clima laboral, propiciando la participación de todo el personal.

5. Servicios

Cevichería Restaurante “Tonderos Restobar” ofrece los servicios de restaurante, en el distrito de Sullana, basándose en la práctica de principios éticos.

6. Organigrama de la empresa



6.1. Descripción de funciones

Cargo	Titular Gerente
Perfil	* En el caso de “Tonderos Restobar” la persona que recibe el cargo de gerente es el mismo propietario, por tratarse de empresa constituida como persona natural con negocio.
Funciones	*Planificar, organizar, dirigir, controlar y evaluar los resultados obtenidos. Además, tomar decisiones que orienten a una mejora en la empresa.

Cargo	Administrador
Perfil	*Estudios universitarios o técnicos en las carreras profesionales de administración de empresas, contabilidad o afines. *Experiencia en manejo de personal, y uso de herramientas Tic's. *Tener experiencia mínima de 03 años.
Funciones	*Apoyar en las tareas que cumple el titular gerente de la empresa. Supervisar la ejecución de las actividades planificadas. Proponer ideas en favor de la empresa.

Cargo	Contador
Perfil	*Estudios universitarios en la carrera profesional de contabilidad. *Tener experiencia mínima de 02 años.
Funciones	*Manejar las cuentas de la empresa. Elaborar, analizar, interpretar e informar reportes a la empresa que permitan al gerente conocer el actual estado de situación económica y financiera de la empresa.

Cargo	Cajero
Perfil	*Estudios universitarios en la carrera profesional de contabilidad, administración, cajero bancario, y afines. *Tener experiencia mínima de 02 años.
Funciones	*Recepcionar, entregar y custodiar dinero en efectivo, cheques, giros, entre otros, producto de la recaudación de ingresos de la empresa.

Cargo	Jefe del área de atención al cliente
Perfil	<p>*Estudios universitarios en administración, contabilidad, etiqueta, marketing, o afines.</p> <p>**Tener conocimiento en atención al cliente</p> <p>*Experiencia mínima de 01 año.</p>
Funciones	<p>*Gestionar los recursos necesarios para acondicionar el espacio donde se atenderá al cliente.</p> <p>*Informar al personal de dicha área respecto a las políticas establecidas para la atención al cliente.</p>

Cargo	Jefe de cocina
Perfil	<p>*Estudios en gastronomía</p> <p>*3 años de experiencia</p> <p>* Limpieza y creatividad</p>
Funciones	<p>*Dirigir al personal de cocina y coordinar la elaboración de comidas.</p> <p>*Supervisa la preparación y cocinada de la comida</p>

Cargo	Jefe del área de marketing
Perfil	<p>*Estudios universitarios es eterna y/o técnicos en marketing, ventas o afines.</p> <p>Experiencia mínima de 02 años</p>
Funciones	<p>*Planifica, dirige, en relación de los servicios, precios, promoción, distribución, diseño de planes de marketing y estrategias de productos de la empresa.</p>

6.2. Diagnóstico empresarial

	FORTALEZA	DEBILIDADES
FACTORES INTERNOS	F1: Personal bien organizado	D1: Personal no tiene toda la información de los productos
FACTORES EXTERNOS	F2. Infraestructura en buenas condiciones F3. Se practica la empatía F4. Se toman decisiones con el fin de mejorar	D2. El local no es muy amplio D3. No se tiene un registro de los clientes D4. No se aplican encuestas a los clientes.
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS DO
O1. Gusto por la comida criolla en el norte del Perú	F1., F4, O1, O2. Llevar a cabo un programa de capacitación al personal	D4 O1. O3. Elaborar un Plan de presupuesto para la capacitación al personal
O2. Competencias con baja calidad de servicios	F4.01. Invirtieron reinversión	
O3. Precios bajos	F1. F2, O4. Mantener los precios de los productos	D1. O1. O2. O3 Asesorar a los representantes para obtener mayor conocimiento e implementar y aplicar una correcta gestión de calidad.
O4 Precios ajustados a la economía del Perú.	F1, F3, O2: Desarrollar nuevas alternativas de servicio	
AMENAZAS	ESTRATEGIA FA	ESTRATEGIA DA
A1: Incremento de la competencia en la zona	F3, F4, A1, A2: Establecer como decisión de mejora la práctica de la empatía de forma permanente para fidelizar al cliente	D3. A1. A2. Aplicar encuestas para conocer las necesidades y clientes de los clientes
A2: Clientes exigentes en altos estándares de calidad del producto y servicios	F4, A3, A4. Aprovechar las buenas decisiones para llevar a cabo planes de marketing.	D1. D2. D3 Y A3. Elaborar un plan de mejora eficiente para hacer frente a los problemas que se presentes.
A3: Oferta de costos menores por la competencia		
A4. Publicidad agresiva		

7. Indicadores de gestión

Indicadores	Evaluación de los indicadores dentro de la MYPE
Local amplio	Más del 60% de clientes consideran que el local en el que actualmente Tonderos Restobar lleva a cabo sus actividades no es amplio.
Conocimiento de los productos	De acuerdo con la opinión de los clientes, un poco más de la mitad del personal no brinda la información suficiente respecto a los productos que se ofrecen
Registro de clientes	Más del 70% de clientes afirman que no se les ha anotado en algún registro sus datos
Aplicación de encuestas	Más del 80% de clientes aseguran que no se le ha aplicado alguna encuesta

8. Problemas

Indicadores	Problema encontrado	Surgimiento del problema
Local amplio	No tiene un local amplio para comodidad del cliente considerando además que la zona norte es calurosa	No se ha visto la posibilidad de ampliar el local a pesar de tener aún espacio por construir
Conocimiento de los productos	Personal no conoce todo respecto a los productos; siendo esto motivo de insatisfacción al cliente	No se ha proporcionado suficiente información al personal respecto a los productos que se ofrecen en la empresa.
Registro de clientes	No se tiene un registro de clientes donde se anoten datos que permitan tener una idea del tipo de cliente que atendemos	No existe una base de datos de los clientes.
Aplicación de encuestas	No se aplican encuestas para conocer por manifestación propia del cliente si ha quedado satisfecho (a).	No se ha tomado la iniciativa de aplicar encuestas a los clientes.

9. Acción de mejora

9.1. Acciones de mejora

Indicadores	Problema encontrado	Acción de mejora
Local amplio	No tiene un local amplio para comodidad del cliente considerando además que la zona norte es calurosa	Evaluar la ampliación del local o establecer una nueva sucursal que garantice mayor comodidad al cliente.
Conocimiento de los productos	Personal no conoce todo respecto a los productos; siendo esto motivo de insatisfacción al cliente	Elaborar un plan de Capacitación al personal sobre la calidad, insumos que se utilizan, y precios de los productos que se ofrecen, lo que les permitirá maximizar su eficiencia en la atención al cliente.
Registro de clientes	No se tiene un registro de clientes donde se anoten datos que permitan tener una idea del tipo de cliente que atendemos	Elaborar una base de datos de los clientes, donde se anote sus nombres y apellidos, fecha de cumpleaños, número de celular, productos que con frecuencia consume, para contactarlos y establecer una relación más estrecha.
Aplicación de encuestas	No se aplican encuestas para conocer por manifestación propia del cliente si ha quedado satisfecho (a).	Aplicar encuestas a los clientes sobre el nivel de satisfacción, lo que desearía recibir de parte de la empresa, sugerencias, como también, alguna situación que le esté produciendo insatisfacción.

9.2. Estrategias que desean implementar

N°	Acciones de mejora a llevar a cabo	Dificultad	Plazo	Impacto	Priorización
01	Evaluar la ampliación del local o establecer una nueva sucursal que garantice mayor comodidad al cliente.	Falta de presupuesto para acondicionar un local más amplio	6 a 12 meses	Mayor comodidad al cliente	Programar reuniones con el propietario de la empresa para dar a conocer sobre la importancia de tener un local más amplio para comodidad del cliente.
02	Elaborar un plan de Capacitación al personal sobre la calidad, insumos que se utilizan, y precios de los productos que se ofrecen, lo que les permitirá maximizar su eficiencia en la atención al cliente.	Falta de compromiso del personal	6 meses	Personal más eficiente en sus labores	Promover la participación del personal, así como darles la confianza de realizar bien su trabajo
03	Elaborar una base de datos de los clientes, donde se anote sus nombres y apellidos, fecha de cumpleaños, número de celular, productos que con frecuencia consume, para contactarlos y establecer una	Falta de compromiso del personal	3 meses	Tener contacto con el cliente	Construir una relación más cercana con el cliente.

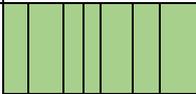
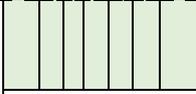
	relación más estrecha.				
04	Aplicar encuestas a los clientes sobre el nivel de satisfacción, lo que desearía recibir de parte de la empresa, sugerencias, como también, alguna situación que le esté produciendo insatisfacción.	Falta de disposición de los clientes	3 meses	Satisfacer los gustos y necesidades del cliente	Atender con lo que busca el cliente.

9.3. Recursos para la implementación de estrategias

N°	Estrategias	Recursos humanos	Económicos	Tecnológicos	Tiempo
1	Programar reuniones con el propietario de la empresa para dar a conocer sobre la importancia de tener un local más amplio para comodidad del cliente.	Administrador	s/ 300.00 mensuales	Establecimiento de la empresa, materiales, equipo, tiempo.	1 mes
2	Promover la participación del personal, así como darles la confianza de realizar bien su trabajo mediante charlas motivadoras.	Administración y recursos humanos	s/ 1,200.00 mensuales.	Establecimiento de la empresa, materiales, equipos y tiempo.	1 año
3	Construir una relación más cercana con el	Administrador y recursos humanos.	s/ 1,500.00 mensuales.	Materiales, equipos, tiempo.	1 año

	cliente, promoviendo beneficios como descuentos, ofertas, premios.				
4	Atender con lo que busca el cliente.	Administrador y recursos humanos.	s/ 1,200.00 mensuales		1 año

10. Cronograma de actividades

N°	Tarea	Inicio	Final	Junio - Julio
1	Programar reuniones con el propietario de la empresa para dar a conocer sobre la importancia de tener un local más amplio para comodidad del cliente.	01-06-2020	31-07-2020	
2	Promover la participación del personal, así como darles la confianza de realizar bien su trabajo mediante charlas motivadoras.	01-06-2020	31-07-2020	
3	Construir una relación más cercana con el cliente, promoviendo	01-06-2020	31-07-2020	

	beneficios como descuentos, ofertas, premios.			
4	Atender con lo que busca el cliente.	01-06-2020	31-07-2020	

VI. Conclusiones

1. El representante de la pequeña empresa Restaurante cevichería “Tonderos” restobar es una persona adulta del género masculino cuya edad oscila entre los 41 a 50 años, tiene como grado de instrucción el nivel superior universitario, y es propietario del negocio desde hace más de 5 años.
2. La microempresa del sector servicios, del rubro restaurantes “Tonderos restobar” ha sido constituida como persona natural con negocio desde hace más de 7 años, y su objetivo principal es el de generar ganancias. Asimismo, brinda empleo a más de 11 personas.
3. Respecto a la atención al cliente: en su mayoría manifiestan que las infraestructuras del local se encuentran en buenas condiciones, sin embargo, les parece que no es tan amplio como para sentirse lo suficientemente cómodos. Del producto, responden que, la empresa cumple con las especificaciones tal como lo describen en los diferentes medios por donde lo promocionan. Del personal, se señala que, estos orientan al cliente en la selección de platos lo cual demuestra que todos los esfuerzos están enfocados en lograr la satisfacción del cliente; asimismo, el personal conoce el producto que se ofrece, es empático, y amable. Sobre la eficacia se concluye que la atención es rápida. En lo que fuese una deficiencia sobre la cual cabe una propuesta de mejora es en la atención de quejas, pues la mayoría asegura que las quejas no se están atendiendo de manera correcta.
4. Respecto a la gestión de calidad: Se refuerza lo manifestado por los clientes en lo que se refiere al enfoque que tiene la empresa sobre el cliente, y es que para el propietario de “Tonderos restobar” el cliente es el elemento principal del negocio. Sin embargo, no se ha tenido hasta el momento la iniciativa de

aplicar encuestas o registro de datos que le permitan conocer las necesidades y deseos de los clientes. Por otro lado, del liderazgo, el propietario de la empresa manifiesta tener características de un verdadero líder, dado a que es quien planifica y supervisa directamente el normal desarrollo de las actividades. Se han establecido cargos y responsabilidades, se evalúa el rendimiento del personal, y se gestiona una buena relación con los proveedores para obtener ciertos beneficios tales como la rapidez en la entrega de insumos para la preparación de los alimentos que se ofrece. Entre las deficiencias encontradas aparte de la falta de aplicación de técnicas para conocer al cliente, es también la falta de un manual de procedimientos que le permita asegurarse de una producción eficiente.

Aspectos complementarios

Recomendaciones

Luego del análisis de los resultados encontrados en “Tondero restobar” respecto a la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad se recomienda lo siguientes:

1. Aplicar técnicas que le permitan al empresario conocer realmente los gustos y necesidades de sus clientes para sobre ello tomar las mejores decisiones que le permitan satisfacerlo.
2. Establecer un protocolo para la gestión de quejas de los clientes, ya que en todo momento este necesita percibir que se le escucha, y realmente la empresa se preocupa por su satisfacción.
3. Elaborar y aplicar un manual de procedimientos para la elaboración de sus productos. Esto con el fin de que la calidad en la elaboración de los alimentos que se ofrecen sea uniforme y logre la misma impresión en los clientes.
4. Revisar, analizar, y ejecutar la propuesta de mejora contenida en el presente documento.

Referencias bibliográficas

- Angulo, Y. (2018). *Caracterización de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro - restaurantes campestres zona agrícola del distrito de Chimbote, 2015*. Chimbote. Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/3771/GESTION_DE_CALIDAD_MYPES_ANGULO_CORZO_YESSICA_OFELIA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Cano, D. (2017). *Gestión de calidad de la atención al cliente y la satisfacción en la micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes: Caso Restaurante "La rinconada" en la ciudad de Huarney*. Chimbote. Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/11939/SATISFACCION_%20CANO_SALDANA_DORIS_MARGARITA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Carvajal, L. O. (2019). *Atención al cliente*. Editex. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=MYmXDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=atenci%C3%B3n+al+cliente+2019&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwixvfHjmrbwAhVGN-AKHewvAXgQ6AEwAHoECAQQA#v=onepage&q&f=false>
- Cortés, J. (2017). *Sistemas de Gestión de calidad (ISO 9001:2015)*. Málaga. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=RhkWdWAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=GESTI%C3%93N+DE+CALIDAD+2018&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjNi8eS8O_vAhVJUt8KHZH-DJI4ChDoATAFegQIBhAC#v=onepage&q&f=false
- Cuatrecasas, L. (2017). *Gestión integral de la calidad: Implantación, control y certificación*. Barcelona: Profit. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=k449DwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=GESTI%C3%93N+DE+CALIDAD+2017&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiXw_mr8O_vAhWinuAKHf_7BUEQ6AEwBHoECAyQA#v=onepage&q&f=false
- Dedios, M. (2019). *Gestión de calidad y atención al cliente de la MYPE rubro restaurant cevichería Karaoke Ingrid de la ciudad de Sullana, año 2019*. Sullana. Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/11471/GESTION_DE_CALIDAD_ATENCION_AL_CLIENTE_DEDIOS_LOPEZ_MERCEDES_ARACELLI.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- García, T. (2017). *El cuestionario como instrumento de investigación / evaluación*. Obtenido de http://www.univsantana.com/sociologia/El_Cuestionario.pdf
- Gil, J. (2020). *Fundamentos de la atención al cliente*. España: Elearning S.L. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=VGzoDwAAQBAJ&pg=PA60&dq=la+diferenciación+en+la+atención+al+cliente+2020&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjGrZnFm7bwAhUFmeAKHfGDCpEQ6AEwAHoECAAQAQ#v=onepage&q&f=false>
- Gómez, T. (2018). *Diseño de un sistema de gestión de la calidad conforme a la ISO 9001:2015 para el restaurante "Caso Vieja" ubicado en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo*. Ecuador. Obtenido de <http://dspace.espoch.edu.ec/bitstream/123456789/8284/1/42T00441.pdf>
- González, O. &. (2016). *Sistemas de gestión de calidad*. Bogotá. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=baUwDgAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=GESTIÓN+DE+CALIDAD+2018&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiNIZOL8O_vAhVkJUN8KHxYx_FB_IQ6AEwAXoECAMQAQ#v=onepage&q&f=false
- J., C. (2017). *Sistemas de Gestión de Calidad (ISO 9001:2015)*. Málaga: ICB S.L. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=RhkwDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=GESTIÓN+DE+CALIDAD+2018&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjNi8eS8O_vAhVJU8t8KHZH-DJI4ChDoATAFegQIBhAC#v=onepage&q&f=false
- Lacalle, G. (2018). *Operaciones administrativas de compraventa (2018)*. Editex. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?op=lookup&id=fMlfDwAAQBAJ&continue=https://books.google.com.pe/books%3Fid%3DfMlfDwAAQBAJ%26pg%3DPA57%26dq%3DGESTIÓN%25C3%2593N%2BDE%2BCALIDAD%2B2018%26hl%3Des%26sa%3DX&hl=es>
- Ladrón, M. (2020). *Atención al cliente en el proceso comercial*. La Rioja: Tutor Formación. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=rZbTDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=atención+al+cliente+2020&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiC3bHfFg7bwAhXyg-AKHQwSDWYQ6AEwAXoECAEQAg#v=onepage&q&f=false>
- López, S. (2020). *Atención al cliente, consumidor y usuario*. Paraninfo. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=jpzODwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq>

- =atenci%C3%B3n+al+cliente+2020&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiC3bHFg7bwAhXyg-AKHQwSDWYQ6AEwAnoECAQQA#v=onepage&q&f=false
- Ministerio de la Producción. (2017). *Micro, pequeña y mediana empresas (MIPYME)*. Lima: Gobierno del Perú. Obtenido de <https://ogeiee.produce.gob.pe/index.php/en/shortcode/estadistica-oee/estadisticas-mipyme#:~:text=M%C3%A1s%20de%20%2C3%20millones,0%2C12%25%20mediana%E2%80%93>
- Osorio, M. (2014). *Diseño experimental y no experimental de la investigación cuantitativo*. Obtenido de <https://es.slideshare.net/maryorisdeldcarmen/experimental-y-no-experimental-33717210>
- Oviedo, A. (2015). *Análisis para la interpretación de la NOM 9001:2015*. Mexico. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=ffdTDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=gesti%C3%B3n+de+calidad+2018&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjoo4X9ybTsAhVDjlkKHd8KD1QQ6AEwAHoECAQQA#v=onepage&q=gesti%C3%B3n%20de%20calidad%202018&f=false>
- Pascual, L. (2018). *Caracterización de la gestión de calidad bajo las normas ISO 9001 en las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes (pollerías) del distrito de Huaráz, 2015*. Huaraz. Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/5249/GESTION_DE_CALIDAD_NORMA_ISO_9001_PASCUAL_BARRETO_LUCIA_LISZETH.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Peña, T. (2018). *Diagnóstico de la calidad de los servicios y atención al cliente de la Cevichería Pepe 3*. Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/27603/1/TRABAJO%20DE%20TITULACION%20PE%20c3%91A%20FAJARDO%20TAMARIS.pdf>
- Ponce, M. (2018). *Caracterización de la gestión de calidad en atención al cliente de las MYPE del sector servicio rubro restaurantes campestresa del distrito de Pocollay, provincia y región de Tacna Periodo 2017*. Juliaca. Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/4059/GESTION_DE_CALIDAD_MYPE_ATENCION_AL_CLIENTE_PONCE_MAMANI_MAGALY_DEL_ROSARIO.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Rodríguez, D. (2015). *Diagnóstico organizacional: Octava edición*. Chile : Ediciones UC.

- Rus, E. (2021). *Investigación descriptiva*. Economipedia. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/investigacion-descriptiva.html#:~:text=La%20investigaci%C3%B3n%20descriptiva%20analiza%20las,medidas%20de%20posici%C3%B3n%20o%20dispersi%C3%B3n>.
- Sánchez, S. (2017). *Gestión de la calidad ISO 9001/2015 en hostelería*. España: Elearning. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=ujZWDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=GESTI%C3%93N+DE+CALIDAD+2017&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiXw_mr8O_vAhWinuAKHf_7BUEQ6AEwAXoECAkQAg#v=onepage&q&f=false
- Sanjinez, G. (2019). *Caracterización de la competitividad y gestión de calidad de las MYPE comerciales, rubro cevicherías del centro de la ciudad de Piura, año 2015*. Piura. Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/10192/COMPETITIVIDAD_GESTION_DE_CALIDAD_SANJINEZ_AGURTO_GIANCARLO.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Sirvent, S. G. (2017). *Los 7 principios de gestión de la calidad en ISO 9001*. España: 3C Empresa. Obtenido de https://www.3ciencias.com/wp-content/uploads/2018/01/art_2.pdf
- Solórzano, T. (2019). *Calidad de servicio para la fidelización del cliente en la cevichería D Hugo, Cantón Salinas, provincia de Santa Elena, año 2018*. Ecuador. Obtenido de <https://repositorio.upse.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/46000/5085/UPSE-TAE-2019-0088.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Soret, M. (2020). *Gestión de la calidad*. Madrid. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=PvXuDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=GESTI%C3%93N+DE+CALIDAD+2020&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwip0PbT8O_vAhVhg-AKHxezAvEQ6AEwCXoECAcQAg#v=onepage&q&f=false
- Torres, J. (2018). *Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro pollerías del distrito de Chimbote provincia del Santa año 2017*. Chimbote. Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/23730/ATENCION_AL_CLIENTE_GESTION_TORRES_FARRO_JUAN_CARLOS.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Torres, J. (2018). *Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro pollerías del distrito de Chimbote provincia del Santa año*

2017. Chimbote. Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/23730/ATENCION_AL_CLIENTE_GESTION_TORRES_FARRO_JUAN_CARLOS.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- V., G. (2020). *Fundamentos de atención al cliente*. España: Elearning. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=VGzoDwAAQBAJ&pg=PA60&dq=la+diferenciación+en+la+atención+al+cliente+2020&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjGrZnFm7bwAhUFmeAKHfGDCpEQ6AEwAHoECAAQA#v=onepage&q&f=false>
- Vásquez, M. (2020). *Principios de gestión ISO 9001*. Madrid. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=smwCEAAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=gestión+de+calidad+2020&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiVy4_grvnuAhVPmVvKkHUybDiE4ChDoATAGegQIBxAC#v=onepage&q&f=false
- Westreicher, G. (2020). *Encuesta*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/encuesta.html>
- Westreicher, G. (2020). *Hipótesis*. Uruguay. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/hipotesis.html>
- Zita, A. (2014). *Población y muestra*. Obtenido de <https://www.diferenciador.com/poblacion-y-muestra/>

Anexos

Anexo 01 Cronograma de actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																	
N°	Actividades	Año 2020								Año 2021							
		Semestre I				Semestre II				Semestre I				Semestre II			
		Mes				Mes				Mes				Mes			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Elaboración del Proyecto	X															
2	Revisión del proyecto por el Jurado de Investigación		X														
3	Aprobación del proyecto por el Jurado de Investigación			X													
4	Exposición del proyecto al Jurado de Investigación o Docente Tutor				X												
5	Mejora del marco teórico					X											
6	Redacción de la revisión de la literatura.						X										
7	Elaboración del consentimiento informado (*)							X									
8	Ejecución de la metodología								X								
9	Resultados de la investigación									X							
10	Conclusiones y recomendaciones										X						
11	Redacción del pre informe de Investigación.											X					
12	Reacción del informe final												X				
13	Aprobación del informe final por el Jurado de Investigación													X			
14	Presentación de ponencia en eventos científicos														X		
15	Redacción de artículo científico															X	

Anexo 02: Presupuesto

PRESUPUESTO			
(Expresado en nuevos soles)			
Presupuesto desembolsable			
Categoría	Base	% o Número	Total (S/)
Suministros (*)			
• Impresiones	0.30	100	30.00
• Fotocopias	0.05	150	75.00
• Empastado	-	-	-
• Papel bond A-4 (500 hojas)	1	12.50	12.50
• Servicios	-	-	-
• Uso de turnitin	-	-	-
• USB	1	35.00	35.00
• Lapiceros	6	0.5	3.00
• Graphador	1	7.00	7.00
• Libros de investigación	3	85	255.00
• Sub total			117.50
• Gastos de viaje	-	-	-
• Pasajes para recolectar información	15	8	120.00
Sub total			772.50
Total de presupuesto desembolsable			772.50
Presupuesto no desembolsable			
(universidad)			
Categoría	Base	% o Número	Total (S/)
• Uso de internet (Laboratorio de Aprendizaje Digital – LAD)	30.00	4	120.00
• Búsqueda de información en base de datos	35.00	2	70.00
• Soporte informático (Módulo de Investigación del ERP University -MOIC).	40	4	160.00
• Publicación de artículo en repositorio institucional.	50.00	1	50.00
Sub total			400.00
Recurso humano			
• Asesoría personalizada (5 horas por semana)	63.00	4	252.00
Sub total			252.00
Total presupuesto no de desembolsable			652.00
Total (S/)			1,424.50

INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Propuesta de mejora de atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes, caso: Tonderos Restobar del distrito de Sullana, 2019.

INSTRUCCIONES: a continuación, le presentamos 33 preguntas, le solicitamos que frente a ellas exprese su opinión personal considerando que no existen respuestas correctas ni incorrectas, marcando con un aspa (X) en la hoja de respuestas aquellas que mejor exprese su punto de vista, de acuerdo a los siguientes:

I. GENERALIDADES

1.1. Referente a las características del representante de la pequeña empresa

Tonderos Restobar

1. ¿Cuál es su edad?

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

2. ¿Cuál es el género?

- a) Género
- b) Femenino

3. Grado de instrucción

- a) Sin instrucción
- b) Primaria
- c) Secundaria
- d) Superior no universitaria

e) Superior universitaria

4. ¿Cuál es el cargo que desempeña?

a) Dueño

b) Administrador

5. ¿Cuál es el tiempo que lleva desempeñando el cargo?

a) 0 a 3 años

b) 4 a 6 años

c) 7 a más años

1.2.Referente a las características de las micro y pequeñas empresas

6. ¿Tiempo de permanencia de la empresa?

a) 0 a 3 años

b) 4 a 6 años

c) 7 a más años

7. ¿Qué cantidad de trabajadores tiene a su cargo?

a) 1 a 5 trabajadores

b) 6 a 10 trabajadores

c) 11 a más trabajadores

8. ¿Cuál es el objetivo de la empresa?

a) Generar ganancia

b) Generar trabajo

c) Subsistencia

9. ¿Bajo qué tipo de organización está constituida la empresa?

a) Persona natural con negocio

b) Empresa Individual de Responsabilidad Limitada (E.I.R.L.)

c) Sociedad comercial de Responsabilidad Limitada (S.R.L.)

- d) Sociedad Anónima Cerrada (S.A.C.)
- e) Sociedad Anónima

1.3. Respecto a la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad

10. ¿La infraestructura de la empresa se encuentra en buenas condiciones?

- a) Sí
- b) No

11. ¿El local donde se atiende al público es amplio?

- a) Si
- b) No

12. ¿Se cumple con ofrecer el producto tal como se promociona?

- a) Sí
- b) No

13. ¿Se orienta al cliente en la selección de platos?

- a) Sí
- b) No

14. ¿El personal demuestra conocer los productos que ofrece la empresa?

- a) Sí
- b) No

15. ¿El personal practica la empatía en la atención al cliente?

- a) Sí
- b) No

16. ¿Percibe que el personal se encuentra bien organizado en el área de atención al cliente?

- a) Sí

b) No

17. ¿La atención en Tonderos Restobar es rápida?

a) Sí

b) No

18. ¿Siempre le sirven lo que solicita?

a) Sí

b) No

19. ¿Las quejas del cliente son atendidas directamente por el propietario?

a) Sí

b) No

20. ¿Cuándo ha tenido alguna queja o reclamo se le ha solucionado de forma inmediata?

a) Sí

b) No

21. ¿En la empresa se considera al cliente como el elemento principal del negocio?

a) Sí

b) No

22. ¿Se aplican encuestas al cliente con el fin de conocer sus necesidades y deseos?

a) Sí

b) No

23. ¿Se tiene un registro de datos de los clientes?

a) Sí

b) No

- 24. ¿La principal preocupación de la empresa es satisfacer al cliente?**
- a) Sí
 - b) No
- 25. ¿Considera que usted como propietario posee las características de un verdadero líder?**
- a) Sí
 - b) No
- 26. ¿Usted como propietario es quien planifica y también supervisa el desarrollo de las actividades?**
- a) Sí
 - b) No
- 27. ¿Se tienen identificadas las áreas de la empresa?**
- a) Sí
 - b) No
- 28. ¿Se han establecido cargos, responsabilidades y procedimientos?**
- a) Sí
 - b) No
- 29. ¿Se maneja un manual de procedimientos?**
- a) Sí
 - b) No
- 30. ¿Se evalúa el rendimiento del personal de forma periódica?**
- a) Sí
 - b) No
- 31. ¿Siempre se están tomando decisiones con el fin de establecer una mejora en la empresa?**

a) Sí

b) No

32. ¿Se obtienen beneficios como promociones, descuentos especiales, etc, de parte de los proveedores?

a) Sí

b) No

33. ¿Se le atiende rápido en la entrega de insumos por tener una excelente relación con el proveedor?

a) Sí

b) No

Anexo 04. Solicitud



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ANGELES DE CHIMBOTE

“Año de la lucha contra la corrupción e impunidad”

Sullana 21 de octubre 2019

Oficio N° 001-145-2019 DTI ULADECH /CDRR

Señor: Administradora del Restaurante Cevichería Tonderos Restobar– Sullana

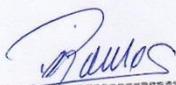
Asunto: Solicita

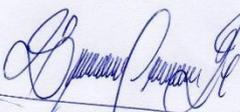
Tengo el grado de dirigirme a usted para manifestarle que estoy realizando un estudio de investigación con el objetivo de determinar las características de gestión de calidad y atención al cliente en el Restaurante Cevichería Tonderos Restobar de la provincia de Sullana año 2019. Nos gustaría presentarle una hoja informativa sobre las razones del estudio luego de eso Ud. Decidirá si desea continuar en el presente estudio.

Agradecemos de ante mano su participación

Aprovechando la oportunidad para expresar los sentimientos de mi mayor consideración y deferente estima personal.

Dios guarde a Ud.


Dra. Adm. Srta. Carlos David Ramos Ramos
DOCENTE TUTOR ULADECH
CLAD - 03608


Dervit Juan Alberto Ginoche
RUC: 10449066273
PROPIETARIO

Anexo 05. Consentimiento informado

Consentimiento Informado

Propósito del proyecto de investigación El propósito de este estudio es caracterizar la gestión de calidad y atención al cliente en el Restaurante Cevichería Tonderos Restobar de la provincia de Sullana, Año 2019.

¿Por qué le pedimos participar?

Estamos solicitando su participación como Administradora de la MYPE Restaurante Cevichería Tonderos Restobar en un estudio de investigación que tiene gran importancia por cuanto llenara el vacío de conocimiento debido a que no existe reporte de las características de la gestión de la calidad y atención al cliente en las MYPE haciendo uso de técnicas modernas administrativas en las Mype de la ciudad de Sullana.

Procedimientos

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

Riesgos/molestias

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

Beneficios

El estudio si presenta un beneficio para usted, pero podría también beneficiar a la ciencia ya que reportará un panorama de la gestión de calidad y atención al cliente en el Restaurante Cevichería Tonderos Restobar de la provincia de Sullana, Año 2019.

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

Protegiendo la confidencialidad de los datos

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

Compartiendo su información con otros

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

¿A quién debo llamar si tengo dudas o problemas?

- Llame al investigador principal, Mgtr. Carlos David Ramos Rosas al teléfono 960656364 sobre pregunta, duda o queja que crea se relacione con el estudio.
- Llame o contacte a la oficina del comité institucional de Ética en Investigación de la ULADECH Católica. Contacte al comité Institucional de Ética si se siente que no ha sido tratado justamente o si tiene alguna otra preocupación. La información del comité institucional de Ética es la siguiente

Dra. Magaly Quiñones Negrete

Presidente del comité institucional de Ética en Investigación de la ULADECH

Católica teléfono: (043) 327-933

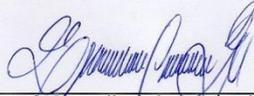
E-mail: mquinonesn@uladech.edu.pe

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

Doy mi permiso a los investigadores para:

Usar la información colectada en este estudio

No



Firma o sello de la autorización

Derwin Juan Alberto Ginocchio Eche
RUC: 10419066273
PROPIETARIO

Anexo 07. Validación de instrumento de recolección de datos

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE

DEPARTAMENTO DE INVESTIGACIÓN

JUICIO DE EXPERTOS

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

“Propuesta de mejora de atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes caso: Tonderos Restobar del distrito de Sullana, 2019”, presentado por la estudiante universitaria Febré Atoche Lucía Del Pilar de la escuela de Administración. Los resultados de la revisión realizada corresponden a aspectos como la adecuación (correspondencia del contenido de la pregunta con los objetivos de la investigación); la pertinencia (relación estrecha de la pregunta con la investigación) y la redacción (interpretación unívoca del enunciado de la pregunta, a través de la claridad y precisión del uso del vocabulario técnico) de cada uno de los ítems presentados; el detalle se presenta en el cuadro a continuación:



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE
CALLE SAN FRANCISCO 1000 SULLANA
LIC. Elizabeth Diamina Zapata Castro
TITULAR ESCR. PROF. ADMINISTRACIÓN

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS									
Orden	Pregunta	CRITERIOS DE EVALUACIÓN							
		¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
	Aspectos Complementarios	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
1 ^o OE	Identificar las principales características del representante de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes, caso: Tonderos Restobar del distrito de Sullana, 2019.								
1	¿Cuál es su edad?								
2	¿Cuál es el género?								
3	¿Cuál es su grado de instrucción?								
4	¿Cuál es el cargo que desempeña?								
5	¿Cuál es el tiempo que lleva desempeñando el cargo?								
2 ^o OE	* Describir las principales características de las micro y pequeñas <u>empresas</u> del sector servicio, rubro restaurantes, caso: Tonderos restobar del distrito de Sullana, 2019.								
6	¿Cuál es el tiempo de permanencia de la empresa?								
7	¿Qué cantidad de trabajadores tiene a su cargo?								
8	¿Cuál es el objetivo de la empresa?								
9	¿Bajo <u>que</u> tipo de organización está constituida la empresa?								

MATRIZ DE VALIDACION DE JUICIO DE EXPERTOS									
Orden	Pregunta	CRITERIOS DE EVALUACION							
		¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
		Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
	VARIABLE DE ATENCION AL CLIENTE								
3° OE	* Describir las principales características de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes, caso: Tonderos restobar del distrito de Sullana, 2019.								
10	¿La infraestructura de la empresa se encuentra en buenas condiciones?								
11	¿El local donde se atiende al público es amplio?								
12	¿Se cumple con ofrecer el producto tal como se promociona?								
13	¿Se orienta al cliente en la selección de platos?								
14	¿El personal demuestra conocer los productos que ofrece la empresa?								
15	¿El personal practica la empatía en la atención al cliente?								
16	¿Percibe que el personal se encuentra bien organizado en el área de atención al cliente?								



MATRIZ DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS									
Orden	Pregunta	CRITERIOS DE EVALUACIÓN							
		¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
		Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
3º OE	+ Describir las principales características de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes, caso: Tonderos restobar del distrito de Sullana, 2019.								
10	¿La infraestructura de la empresa se encuentra en buenas condiciones?								
11	¿El local donde se atiende al público es amplio?								
12	¿Se cumple con ofrecer el producto tal como se promociona?								
13	¿Se orienta al cliente en la selección de platos?								
14	¿El personal demuestra conocer los productos que ofrece la empresa?								
15	¿El personal practica la empatía en la atención al cliente?								
16	¿Percibe que el personal se encuentra bien organizado en el área de atención al cliente?								

30	¿Se aplican encuestas al cliente con el fin de conocer sus necesidades y deseos?								
31	¿Se tiene un registro de datos de los clientes?								
32	¿La principal preocupación de la empresa es satisfacer al cliente?								
33	¿Considera que usted como propietario posee las características de un verdadero líder?								

UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA
 FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN
 DR. Leopoldo Jacinto Castro
 DIRECTOR GENERAL DE LA FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN

FIRMA DEL EVALUADOR

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE

DEPARTAMENTO DE INVESTIGACIÓN

JUICIO DE EXPERTOS

Yo, SOSA ORELLANA, CRISTHIAN, con cédula de colegiatura 007335 con profesión Licenciado en Administración y ejerciendo actualmente como experto; por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el instrumento de recolección de datos del trabajo:

“Propuesta de mejora de atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes caso: Tonderos Restobar del distrito de Sullana, 2019”, presentado por la estudiante universitaria Febre Atoche Lucia Del Pilar de la escuela de Administración. Los resultados de la revisión realizada corresponden a aspectos como la adecuación (correspondencia del contenido de la pregunta con los objetivos de la investigación); la pertinencia (relación estrecha de la pregunta con la investigación) y la redacción (interpretación unívoca del enunciado de la pregunta, a través de la claridad y precisión del uso del vocabulario técnico) de cada uno de los items presentados; el detalle se presenta en el cuadro a continuación:



Mgtr. Lic. Adm. CRISTHIAN SOSA ORELLANA
NÚMERO DE COLEGIATURA 007335
MAGISTER EN FINANZAS

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS									
Orden	Pregunta	CRITERIOS DE EVALUACIÓN							
		¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aqiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	
1 ^o OE	Identificar las principales características del representante de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes, caso: Tonderos Restobar del distrito de Sullana, 2019.								
1	¿Cuál es su edad?								
2	¿Cuál es el género?								
3	¿Cuál es su grado de instrucción?								
4	¿Cuál es el cargo que desempeña?								
5	¿Cuál es el tiempo que lleva desempeñando el cargo?								
2 ^o OE	* Describir las principales características de las micro y pequeñas <u>empresas del</u> sector servicio, rubro restaurantes, caso: Tonderos restobar del distrito de Sullana, 2019.								
6	¿Cuál es el tiempo de permanencia de la empresa?								
7	¿Qué cantidad de trabajadores tiene a su cargo?								
8	¿Cuál es el objetivo de la empresa?								
9	¿Bajo <u>que</u> tipo de organización está constituida la empresa?								

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS									
Orden	Pregunta	CRITERIOS DE EVALUACIÓN							
		¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
		Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
3º OE	* Describir las principales características de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes, caso: Tonderos restobar del distrito de Sullana, 2019.								
10	¿La infraestructura de la empresa se encuentra en buenas condiciones?								
11	¿El local donde se atiende al público es amplio?								
12	¿Se cumple con ofrecer el producto tal como se promociona?								
13	¿Se orienta al cliente en la selección de platos?								
14	¿El personal demuestra conocer los productos que ofrece la empresa?								
15	¿El personal practica la empatía en la atención al cliente?								
16	¿Percibe que el personal se encuentra bien organizado en el área de atención al cliente?								

17	¿La atención en Tonderos Restobar es rápida?								
18	¿Siempre le sirven lo que solicita?								
19	¿Las quejas del cliente son atendidas directamente por el propietario?								
20	¿Cuándo ha tenido alguna queja o reclamo se le ha solucionado de forma inmediata?								
21	¿En la empresa se considera al cliente como el elemento principal del negocio?								
22	¿Se aplican encuestas al cliente con el fin de conocer sus necesidades y deseos?								
23	¿Se tiene un registro de datos de los clientes?								
24	¿La principal preocupación de la empresa es satisfacer al cliente?								
25	¿Considera que usted como propietario posee las características de un verdadero líder?								
26	¿Usted como propietario es quien planifica y también supervisa el desarrollo de las actividades?								
27	¿Se tienen identificadas las áreas de la empresa?								
28	¿Se han establecido cargos, responsabilidades y procedimientos?								
29	¿En la empresa se considera al cliente como el elemento principal del negocio?								

30	¿Se aplican encuestas al cliente con el fin de conocer sus necesidades y deseos?								
31	¿Se tiene un registro de datos de los clientes?								
32	¿La principal preocupación de la empresa es satisfacer al cliente?								
33	¿Considera que usted como propietario posee las características de un verdadero líder?								



Mg. Lic. Adm. GREGORIO SOLA ORELLANA,
 INGENIERO DE EVALUACIÓN DE EMPRESAS,
 MAGISTER EN FINANZAS

FIRMA DEL EVALUADOR.

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE

DEPARTAMENTO DE INVESTIGACIÓN

JUICIO DE EXPERTOS

Yo, Raquel Silva Juárez, con DNI N.º 02846914 como experto; por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el instrumento de recolección de datos del trabajo:

“Propuesta de mejora de atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes caso: Tonderos Restobar del distrito de Sullana, 2019”, presentado por la estudiante universitaria Febre Atoche Lucia Del Pilar de la escuela de Administración. Los resultados de la revisión realizada corresponden a aspectos como la adecuación (correspondencia del contenido de la pregunta con los objetivos de la investigación); la pertinencia (relación estrecha de la pregunta con la investigación) y la redacción (interpretación unívoca del enunciado de la pregunta, a través de la claridad y precisión del uso del vocabulario técnico) de cada uno de los ítems presentados; el detalle se presenta en el cuadro a continuación:


Mg. Raquel Silva Juárez
LIC. EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CLAD-01899

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS									
Orden	Pregunta	CRITERIOS DE EVALUACIÓN							
		¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aqiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	
1 ^o OE	Identificar las principales características del representante de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes, caso: Tonderos Restobar del distrito de Sullana, 2019.								
1	¿Cuál es su edad?								
2	¿Cuál es el género?								
3	¿Cuál es su grado de instrucción?								
4	¿Cuál es el cargo que desempeña?								
5	¿Cuál es el tiempo que lleva desempeñando el cargo?								
2 ^o OE	* Describir las principales características de las micro y pequeñas <u>empresas del</u> sector servicio, rubro restaurantes, caso: Tonderos restobar del distrito de Sullana, 2019.								
6	¿Cuál es el tiempo de permanencia de la empresa?								
7	¿Qué cantidad de trabajadores tiene a su cargo?								
8	¿Cuál es el objetivo de la empresa?								
9	¿Bajo <u>que</u> tipo de organización está constituida la empresa?								

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS									
Orden	Pregunta	CRITERIOS DE EVALUACIÓN							
		¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
		Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
3º OE	* Describir las principales características de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes, caso: Tonderos restobar del distrito de Sullana, 2019.								
10	¿La infraestructura de la empresa se encuentra en buenas condiciones?								
11	¿El local donde se atiende al público es amplio?								
12	¿Se cumple con ofrecer el producto tal como se promociona?								
13	¿Se orienta al cliente en la selección de platos?								
14	¿El personal demuestra conocer los productos que ofrece la empresa?								
15	¿El personal practica la empatía en la atención al cliente?								
16	¿Percibe que el personal se encuentra bien organizado en el área de atención al cliente?								

17	¿La atención en Tonderos Restobar es rápida?								
18	¿Siempre le sirven lo que solicita?								
19	¿Las quejas del cliente son atendidas directamente por el propietario?								
20	¿Cuándo ha tenido alguna queja o reclamo se le ha solucionado de forma inmediata?								
21	¿En la empresa se considera al cliente como el elemento principal del negocio?								
22	¿Se aplican encuestas al cliente con el fin de conocer sus necesidades y deseos?								
23	¿Se tiene un registro de datos de los clientes?								
24	¿La principal preocupación de la empresa es satisfacer al cliente?								
25	¿Considera que usted como propietario posee las características de un verdadero líder?								
26	¿Usted como propietario es quien planifica y también supervisa el desarrollo de las actividades?								
27	¿Se tienen identificadas las áreas de la empresa?								
28	¿Se han establecido cargos, responsabilidades y procedimientos?								
29	¿En la empresa se considera al cliente como el elemento principal del negocio?								

30	¿Se aplican encuestas al cliente con el fin de conocer sus necesidades y deseos?								
31	¿Se tiene un registro de datos de los clientes?								
32	¿La principal preocupación de la empresa es satisfacer al cliente?								
33	¿Considera que usted como propietario posee las características de un verdadero líder?								





 Mg. Raquel Silva Joárriz
 LIC. EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
 CLAD-01899

FIRMA DEL EVALUADOR

Anexo 08. Figuras

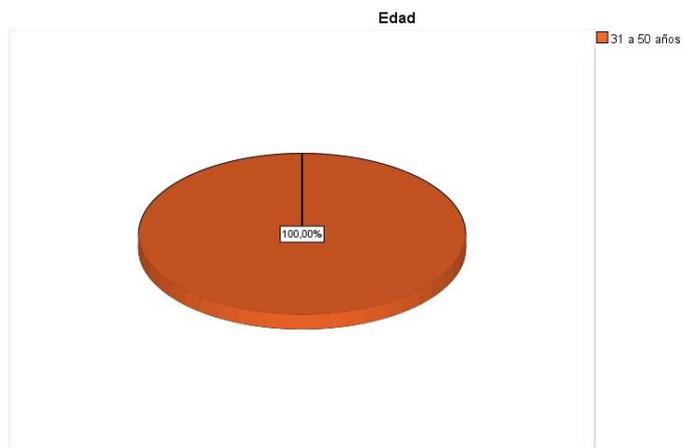


Figura 1. Edad
Fuente: Tabla 1

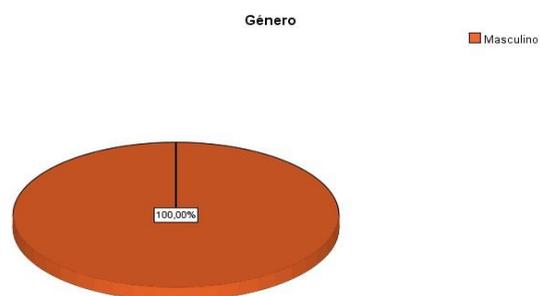


Figura 2. Género
Fuente: Tabla 1



Figura 3. Grado de instrucción
Fuente: tabla

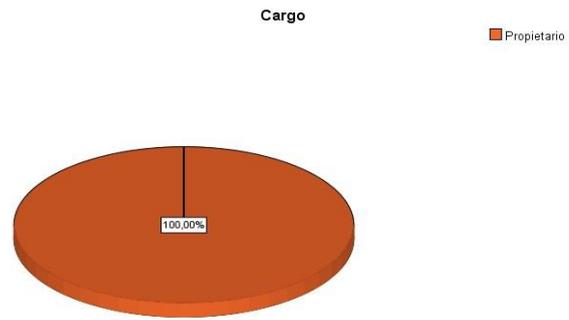


Figura 4. Cargo
Fuente: Tabla 1



Figura 5. Tiempo
Fuente: Tabla 1



Figura 6. Tiempo permanencia de la empresa
Fuente: Tabla 2



Figura 7. Número de trabajadores
Fuente: Tabla 2



Figura 8. Objetivo de creación

Fuente: Tabla 2



Figura 9. Tipo de constitución de la empresa

Fuente: Tabla 2



Figura 10. Infraestructura

Fuente: Tabla 3

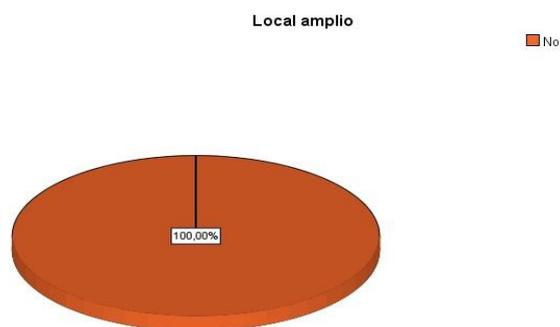


Figura 11. Local amplio

Fuente: Tabla 3

Cumplimiento con especificaciones del producto

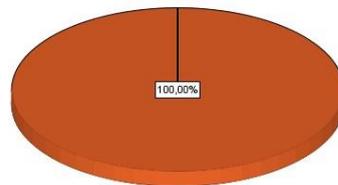


Figura 12. Cumplimiento con especificaciones del producto
Fuente: Tabla 3

Personal orienta al cliente en la selección del plato

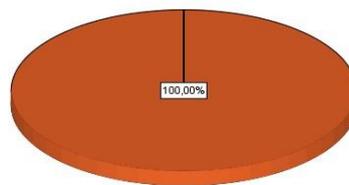


Figura 13. Orientaciones al cliente
Fuente: Tabla 3

Personal conoce los productos

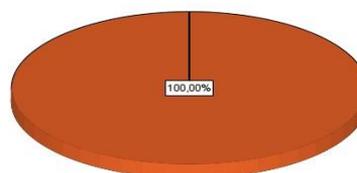


Figura 14. Conocimiento de los productos
Fuente: Tabla 3

Práctica de la empatía

■ Si

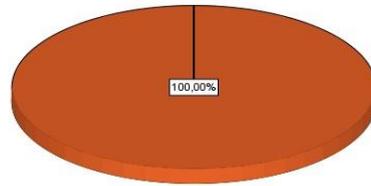


Figura 15. Práctica de la empatía
Fuente: Tabla 3

■ Si

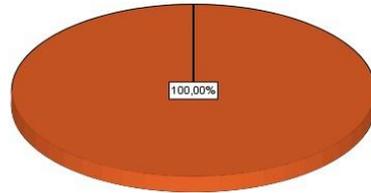


Figura 16. Percepción del cliente
Fuente: Tabla 3

Rapidez en la atención

■ Si

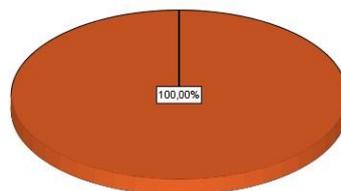


Figura 17. Eficacia
Fuente: Tabla 3

Siempre le sirven lo que solicita

■ Si

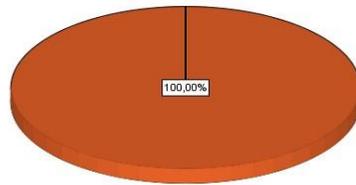


Figura 18. Eficiencia
Fuente: Tabla 3

Quejas atendidas por el propietario

■ No

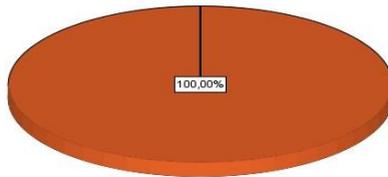


Figura 19. Atención de quejas
Fuente: Tabla 3

Rapidez en la solución de quejas

■ No



Figura 20. Rapidez en la solución de quejas
Fuente: Tabla 3

Ciente como elemento principal del negocio

■ Si

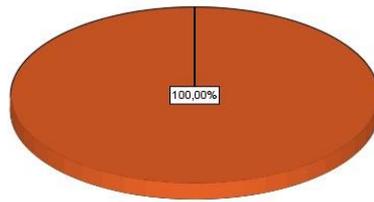


Figura 21. Enfoque al cliente
Fuente: Tabla 3

Aplicación de encuestas al cliente

■ No



Figura 22. Aplicación de encuestas
Fuente: Tabla 3

Manejo de un registro de clientes

■ No



Figura 23. Manejo de un registro de clientes
Fuente: Tabla 3

Principal preocupación es satisfacer al cliente

■ Si

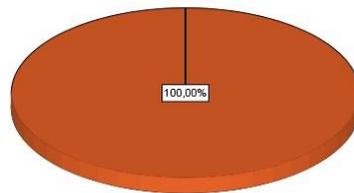


Figura 24. Satisfacción del cliente como principal preocupación
Fuente: Tabla 3

Propietario tiene características de un líder

■ Si

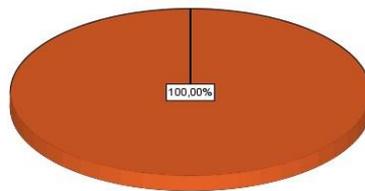


Figura 25. Liderazgo
Fuente: Tabla 3

Propietario es quien planifica y supervisa las actividades

■ Si



Figura 26. Planificación y supervisión de actividades
Fuente: Tabla 3



Figura 27. Identificación de las áreas de la empresa
Fuente: Tabla 3

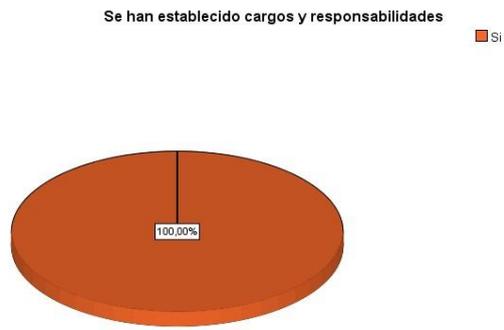


Figura 28. Establecimiento de cargos, responsabilidades y procedimientos
Fuente: Tabla 3



Figura 29. Se maneja un manual de procedimientos
Fuente: Tabla 3



Figura 30. Evaluación del rendimiento del personal
Fuente: Tabla 3



Figura 31. Toma de decisiones
Fuente: Tabla 3

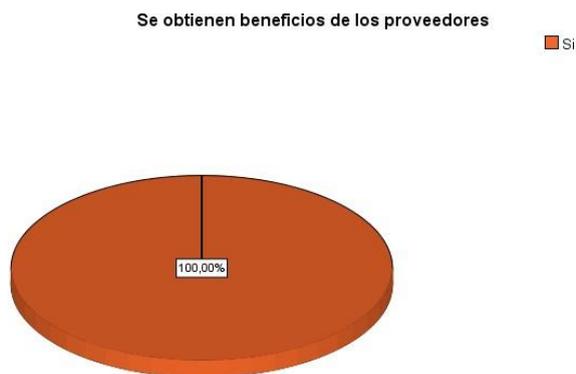


Figura 32. Beneficios de los proveedores
Fuente: Tabla 3

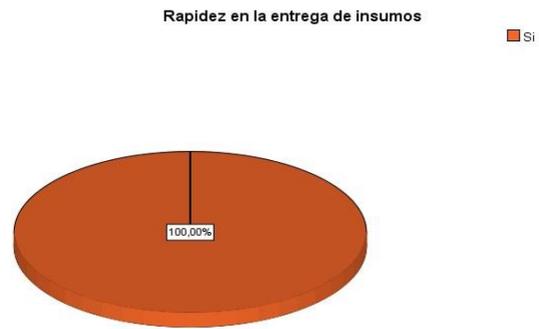


Figura 33. Rapidez en la entrega de insumos
Fuente: Tabla 3

Anexo 09. Reporte turnitin

The screenshot displays a Turnitin report for a document. The document title is "PROPUESTA DE MEJORA DE ATENCIÓN AL CLIENTE COMO FACTOR RELEVANTE DE LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS" from the "ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN" of "UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES CHIMBOTE". The report shows a similarity score of 4%. The source of the similarity is identified as "Entregado a Universidad... Trabajo del estudiante". The interface includes a sidebar with navigation icons, a top navigation bar with the user's name "LUCÍA DEL PILAR FEBRE ATOCHE", and a bottom status bar with system information like temperature and date.

ev.turnitin.com/app/carta/es/?o=1804992924&u=1101196875&lang=es&student_user=1&ts=1

Gmail YouTube Maps Noticias Traducir

turnitin

LUCÍA DEL PILAR FEBRE ATOCHE | TC 690-LFebreA- Turnitin- J- 2022-01

Resumen de coincidencias

4 %

1 Entregado a Universida... 4 %
Trabajo del estudiante

Página: 1 de 53 Número de palabras: 11715 Versión solo texto del informe Alta resolución Activado

23°C Muy despejado

ESP LAA 00:23 8/04/2022