



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA
MYPE 300EXPRESS CAFÉ Y SNACK EN EL DISTRITO DE
SULLANA 2020.**

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

**AUTORA
JIMENEZ CHERO, YEIXIGREI MARYURI**

ORCID: 0000-0003-0714-6355

**ASESOR
CENTURION MEDINA REINERIO ZACARIAS**

ORCID: 0000-0002-6399-5928

SULLANA - PERÚ

2021

EQUIPO DE TRABAJO

AUTORA

Jimenez Chero, Yeixigrei Maryuri

ORCID: 0000-0003-0714-6355

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

ASESOR

Mgtr. Centurión Medina, Reinerio Zacarias

ORCID: 0000-0002-6399-5928

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de ciencias contables financieras y Administración, Escuela Profesional de Administración, Chimbote, Perú

JURADOS

Mgtr. Vilela Vargas, Víctor Hugo

ORCID 0000-0003-2027-6920

Mgtr. Carmen Rosa Azabache Arquinio

ORCID 0000-0001-8071-8327

Mgtr. Espinosa Otoy, Víctor Hugo

ORCID 0000-0002-7260-5581

Mgtr. Cerna Izaguirre, Julio César

ORCID 0000-0002-5471-4549

HOJA DE FIRMA DEL JURADO

Mgtr. Vilela Vargas, Víctor Hugo

ORCID 0000-0003-2027-6920

PRESIDENTE

Mgtr. Azabache Arquinio, Carmen Rosa

ORCID 0000-0001-8071-8327

MIEMBRO

Mgtr. Espinosa Otoyá, Víctor Hugo

ORCID 0000-0002-7260-5581

MIEMBRO

Mgtr. Reinerio Zacarias, Centurión Medina

ORCID: 0000-0002-6399-5928

ASESOR

AGRADECIMIENTO

Agradezco al profesor Zacarias por la enseñanza brindada y la paciencia que me brindo durante el tiempo de elaboración de este informe y ser fuente de mi inspiración en mi profesión.

A Dios, por darme salud y amor, mucha sabiduría, por haberme permitido concluir con mi informe y así poder cumplir una de mis metas.

A la escuela de administración de la Universidad católica los Ángeles de Chimbote.

Por el soporte institucional dado para la realización de este trabajo de investigación y a cada uno de los docentes que aportaron en mi aprendizaje.

RESUMEN

En está presente investigación titulada “Gestión De Calidad y Atención Al Cliente De La Mype Gestión De Calidad Y Atención Al Cliente En La Mype 300 Express Café Y Snack En El Distrito De Sullana, Año 2020” tuvo como objetivo general determinar las características de gestión de calidad y atención al cliente en la mype 300 Express Café y Snack en el distrito de Sullana, año 2020. El tipo de investigación fue no experimental, transversal, descriptivo y cuantitativo. La primera población para la variable gestión de calidad está establecida por el gerente, dada que es la muestra. La segunda población para la variable atención al cliente se muestra infinita, la cual está analizado por los clientes del restaurante. Para recolectar la información que se requiere siendo la muestra de 68 clientes de la mype 300 express café y snack, se les aplicó un cuestionario estuvo conformada por 14 preguntas y se aplicó a los clientes, obteniendo los siguientes resultados en un 70,6% siempre se encuentra liderazgo en la empresa; en un 58,8% afirmaron que siempre existe Satisfacción al cliente en producto y servicios en la empresa, un 50% opino que siempre se encuentra satisfacción dirigido al cliente, en un 55,9% siempre la empresa tiene una buena atención hacia los clientes, un 58,8% afirmo que si se encuentra confiabilidad al producto, Finalmente se llegó a la conclusión que en la empresa si cuenta con una buena gestión de calidad y atención hacía el cliente, contando con excelentes productos y una atención óptima, sin embargo lo que deben de mejorar en la atención rápida, ya que a esto permitirá que la empresa mejore en la aceptación de los comensales y genere mejor rentabilidad y fidelidad.

Palabras Claves: Atención, cliente, gestión, mype.

ABSTRAC

In this present investigation entitled "Quality Management and Customer Service of the Mype Quality Management and Customer Service in the Mype 300 Express Café and Snack in the District of Sullana, Year 2020" had as a general objective to determine the management characteristics of quality and customer service at mype 300 Express Café and Snack in the district of Sullana, year 2020. The type of research was non-experimental, cross-sectional, descriptive and quantitative. The first population for quality variable management is established by the manager, given that it is the sample. The second population for the customer service variable is infinite, which is analyzed by the restaurant's customers. To collect the information that is required, being the sample of 68 clients of the mype 300 express coffee and snack, a questionnaire was applied to them, consisting of 14 questions and it was applied to the clients, obtaining the following results in 70.6% always leadership is found in the company; 58.8% affirmed that there is always customer satisfaction in products and services in the company, 50% think that customer satisfaction is always found, in 55.9% the company always has good customer service 58.8% affirm that if the product is reliable, it was finally concluded that the company does have good quality management and customer service, with excellent products and optimal service, however what they should improve in the fast service, since the company may improve in the acceptance of the diners and generate better profitability and loyalty.

Keywords: Attention, client, management, mype.

CONTENIDO

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN.....	I
EQUIPO DE TRABAJO	II
HOJA DE FIRMA DEL JURADO	III
AGRADECIMIENTO	IV
RESUMEN.....	V
ABSTRAC	VI
CONTENIDO	VIII
INDICE DE GRÁFICAS Y TABLAS	IX
I. INTRODUCCIÓN	1
II. REVISIÓN DE LA LITERATURA.....	7
2.1. Antecedentes.....	7
2.1.1. <i>Antecedentes internacionales</i>	7
2.1.2. <i>Antecedentes Nacionales</i>	9
2.1.3. <i>Antecedentes Regionales</i>	12
2.2 Bases teóricas de la investigación.	15
III. Hipótesis.....	24
IV. METODOLOGÍA	25
4.1. Diseño de la Investigación	25
4.2. Población y la Muestra.Población:	25
4.3. Definición y Operacionalización de la Variable	27
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	29

4.4.1. Técnica	29
4.4.2. Instrumento.....	29
4.5. Plan De Análisis.....	29
4.6. Matriz de consistencia.....	30
4.7 Principios Éticos	31
V. RESULTADOS	33
VI. CONCLUSIONES.....	40
ASPECTOS COMPLEMENTARIOS.....	42
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	43
ANEXOS.....	45

INDICE DE GRÁFICAS Y TABLAS

Tabla 1 Liderazgo en la empresa	43
Tabla 2 Planificación y organización.....	44
Tabla 3 Satisfacción al cliente en producto y servicios	44
Tabla 5 Calidad de producto y servicios.....	45
Tabla 6 Sistema de gestión de calidad para mejorar la productividad	46
Tabla 7 Sistema de gestión para la organización	46
Tabla 8 Recursos humanos y tecnológicos	47
Tabla 9 Cambios y mejoras para un mejor servicio	47
Tabla 10 Satisfacción al cliente	48
Tabla 11 Atención al cliente	48
Tabla 12 Confiabilidad al producto.....	49
Tabla 13 Incentivos para el trabajador.....	49
Tabla 14 Servicio en la empresa	50

I. INTRODUCCIÓN

Hoy en día lo que buscan las empresas es la fidelidad del cliente, por eso, el servicio o producto que brindan, debe ser analizado como el mejor desde el punto de vista de ellos. La mejora de sus servicios es primordial las cuales sobresalen de una empresa, aunque varias de las empresas creen que su servicio es el que más sobresale, generalmente este punto de vista no es compartido por quienes lo obtienen. Los restaurantes son lugares que han podido lograr obtener una importancia y esto se debe a que todas las personas en las diferentes partes del mundo dan buen sabor a su gusto. En distintos países hemos observado que los restaurantes que han logrado progresar, es el caso de McDonald's, la mayor cadena de comida rápida del mundo, está presente en 119 países distintos en los que cuenta con un total de 33.990 restaurantes abiertos. Se calcula que cada día pasan por los restaurantes McDonald's alrededor de 69 millones de clientes. se remontan a 1948, año en el que los hermanos Richard y Maurice McDonald inauguraron su primer restaurante en San Bernardino (California). Así, el país donde hay más McDonald's por habitante es Estados Unidos. Por cada restaurante abierto de esta cadena la población es de 22.497 personas. El segundo país en este ranking es Canadá, con 24.670 ciudadanos por McDonald's. A nivel mundial existe un gran número de restaurantes que están ofreciendo sus servicios y éstos se han convertido en creaciones importantes dentro de la sociedad, pero aun así tiene una grave problemática en cuanto a temas de gestión de calidad y atención al cliente. Según Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), ha registrado hasta 2 millones 124 mil 280 empresas que desarrollan actividades económicas en el territorio nacional. Aguilar, (2017). Los establecimientos que pretendan obtener dicha especialidad deberán reunir las siguientes condiciones:

El menú de la carta de los platos esté integrado fundamentalmente por una cocinacuya tenga buena peculiaridad, las cuales identifiquen con la repostería, especialmente con las diversas preparaciones de postres.

- a) Que brinden una especial atención al cliente para que así se sientan satisfechos.
- b) Que gran parte de los productos y bebidas utilizados en la elaboración, tener una buena presentación y degustación.

A continuación, se mencionarán aquellos factores que influyen y afectan el éxito del local. Para ello se aplica la técnica de PESTEL, la cual es una herramienta que nos permitirá analizar los antes mencionado a detalle. Dentro del factor político legal, se encuentra nuestro país en una crisis política la cual hay muchas empresas que están siendo afectadas con la noticia del COVID 19, dado que en un momento a otras dichas empresas han sido cerradas, mediante eso tiene problemas en generar ingresos, ya que no están contando con la frecuencia del público y los productos que brindan. En el factor económico: Sánchez (2019) Perú tuvo una inflación negativa de 0.02% en septiembre por la caída de precios en alimentos y bebidas y un porcentaje acumulado de 1.88% en lo que va del año, según informó hoy el Instituto Nacional de Estadística e Informática, a la vez comentó que se trata de la cuarta tasa negativa en lo que va del año y que la inflación de septiembre responde a una tendencia a la normalización y estabilidad de los precios, preferencias, y actitudes de las personas no siempre son los mismos, si no que cambian.³ En relación al factor Socioculturales se define a las tendencias de consumo de la población, así como el estilo de vida de la población actual y la influencia del comportamiento frente al negocio que se va a implantar. Por último, en la última técnica tecnológico, se manifiesta cual es el desarrollo de la ciudad de materia

tecnológica, el avance de las infraestructuras tecnológicas y la implementación de las mismas en el negocio. En el Factor Social, se define a las Personas de cualquier edad con un estilo de vida activo con cuyos niveles de ingreso no importan, ya que en 300 Express café y Snack encontrarán diferentes postres con diferentes escalas de precios y presentaciones. Estas personas para consumir en este local de repostería son movidas por la necesidad de darse un gusto de vez en cuando. Dentro del Factor Tecnológico se empieza con una observación de las actividades para la innovación tecnológica, así como un estudio sobre el uso de las tecnologías de la información por parte de la población. En lo Ecológico la empresa 300 Express Café y Snack con un clima satisfactorio para el consumo de sus productos ya que se encuentra al norte del país exactamente en la provincia de Sullana dicha localidad casi todo el año posee una temperatura cálida y agradable. Contribuye a la no contaminación ya que descarta en su totalidad el uso del plástico (vasos, cañitas, cucharas), también contribuye a la no contaminación teniendo tachos de basura en el interior y en el exterior de su local separados por plásticos, vidrios y papel. En el Factor Legal en esta empresa cuenta con una integral seguridad laboral para sus trabajadores dándole todos los beneficios sea seguro y salario mínimo, cuenta con todas las licencias de salubridad y seguridad en la infraestructura para el cliente. Mencionaremos aquellos factores que influyen y afectan el éxito del local. Para ello se aplica la técnica de las Fuerzas de Porter. Si recurrimos a las 5 fuerzas de Porter tenemos que existe la amenaza de entrada de nuevos competidores, rivalidad entre los competidores, amenaza de producto y sustitutos, poder de negociación de los consumidores y poder de negociación de los proveedores. En el Factor De La Amenaza De Entrada De Nuevos Competidores las amenazas cambian el ambiente competitivo e impactan directamente en las utilidades de la empresa. Si hay una gran cantidad de amenazas de nuevas empresas se corre el riesgo de una alta probabilidad que en un futuro se reduzca las utilidades de esta misma. El Café y Snack actualmente cuenta con tres nuevas empresas que se

convierten en amenaza directa ya que todas estas tienen en común la misma segmentación de mercado (El Misti – La plaza- El tío Jhony heladería, Buble Wafle, etc). En el factor de la rivalidad entre los competidores opta muchas formas entre las cuales tenemos los descuentos en los precios, mejoras en los productos, campaña de publicidad y mejoramiento de servicio. 300 express Café y Snack es donde se hace la investigación apreciamos que la rivalidad es alta, ya que debido a esto a segmentado por los clientes. En la Amenaza De Productos y Sustitutos en la empresa si presenta amenazas sustituidas que pueden ser una amenaza competitiva con otras empresas ya que venden la misma variedad de consumo, ya sea a mayor o menor precio sus productos (helados, tortas, cremoladas, etc.) En el Poder De Negociación De Los Consumidores el local cuenta con los consumidores para así poder obtener precios favorables, mayormente los 5 compradores tienen un mayor poder de negociación frente al proveedor. El comprador se refiere a la presión que pueden ejercer los consumidores sobre la empresa para así conseguir los productos de mayor calidad y mejor servicio al cliente que va a consumir en el local. La empresa si baja la cantidad de compradores, mayor será la capacidad de negociación ya que al no haber demanda de productos, estos pueden tomar la decisión de obtener precios más bajos En el Poder De Negociación De Los Proveedores la misma empresa puede crear acuerdos informales o formales para así poder controlar los precios y oferta, ya que el proveedor puede optar en bajar precios de sus productos en vez de subirlo y así reducir la cantidad de producto disponible. En la localidad de Sullana, donde desarrolle la investigación y donde está ubicado el restaurante 300 Express Café y Snack, donde si se conoce la gestión de calidad y atención al cliente de este restaurante. El enunciado de la investigación es: ¿Cuáles son las características de gestión de calidad y atención al cliente de la mype 300 express café y snack del distrito, Sullana, 2020? Para dar una respuesta se formuló el siguiente objetivo general: Determinar las características de gestión de calidad y atención al cliente en la mype 300 express café y snack del distrito,

Sullana,2020.

Para lograr el objetivo general, se planteó los siguientes objetivos específicos: 1. Identificar los elementos de la gestión de calidad en la empresa mype 300express café y snack del distrito de Sullana, año 2020. 2. Identificar las fases de gestión de calidad en la empresa mype 300 express café y snack del distrito, Sullana, 2020. 3. Determinar el control de los procesos en atención al cliente en la empresa mype300 express café y snack del distrito, Sullana, año 2020. En conclusión, con el primero objetivo específico en la dimensión de satisfacción se puede evidenciar en los resultados de la encuesta que una parte de los clientes demuestran que están satisfechos con la empresa debido a sus servicios que les brindan a los consumidores.

En mi segundo objetivo específico llegué a la conclusión en la dimensión de la presentación del producto de acuerdo a los resultados de las encuestas llegó a la conclusión de que la mayoría de los clientes están a gusto con la determinación que tienen los productos y muestran buena presentación.

En mi tercer objetivo llegué a la conclusión en la dimensión de buen servicio de respuesta refleja en los resultados de las encuestas, determino que los clientes están contentos con la respuesta inmediata brindada por el personal, resolviendo sus dudas, sugerencias y reclamos de cada cliente en su determinado tiempo ya que les brindan a los clientes confianza y seguridad.

La presente investigación se justifica porque permitirá determinar las características de gestión de calidad y atención al cliente en la mype 300 express café y snack del distrito, Sullana,2020.

Mediante ello se realizó un estudio de investigación, lo cual se propuso medir la gestión de calidad y atención al cliente en la mype 300 express café y snack del distrito, Sullana, 2020, mediante un instrumento, al realizar la evaluación se determinó el nivel de atención que perciben los clientes con respecto a la gestión de calidad de servicio, a través de ello, se propuso

estrategias de mejora para que así permitan satisfacer las necesidades del cliente, así mismo lograr fidelizar y mejorar la atención.

En la justificación metodológica: se realizó un estudio de la investigación, fundamentado en la recopilación de información de datos cuantitativos y cualitativos; lo cual nos ayudó a determinar el nivel de gestión de calidad y atención al cliente la mype 300 express café y snack del distrito, Sullana, 2020. La investigación dio como resultado una buena propuesta integral y analizada desde diversas perspectivas para dar solución a la problemática.

En la justificación práctica, ayuda a los trabajadores a que estén más organizados y capacitados para dar solución a cualquier problema que se presente, logrando obtener como resultado una mayor rentabilidad, proporcionar la empresa y fidelizar al cliente. Lo que se quiere lograr en esta investigación es investigar la problemática a través del instrumento de la técnica de la encuesta, lo cual permitió obtener resultados y sobre ello implementar una propuesta de mejora que consiste en aplicar la mejora continua, la cual esto va a ayudar a mejorar la gestión de calidad y fidelizar la atención hacia los clientes, logrando los objetivos la empresa que es obtener la fidelidad de cliente y la calidad de la empresa. La metodología de esta investigación fue de diseño no experimental – transversal - descriptivo - cuantitativo. La población y muestra estuvo conformada por los 68 clientes de la mype 300 express café y snack del distrito, Sullana, 2020. Se empleó la técnica de la encuesta y el instrumento que se planteó fue el cuestionario estructurado con 14 preguntas (ver el anexo 8) a 68 clientes para así presentar las características de gestión de calidad y atención al cliente en la mype 300 express café y snack del distrito, Sullana,2020.

II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1. Antecedentes

2.1.1. Antecedentes internacionales

Burgos (2017) en su tesis titulada *Desarrollo del sistema de gestión de calidad en el restaurante-bar Ouzo Agave Azul S.A.S.* bajo los lineamientos de la norma ISO 9001:2015 y la norma técnica colombiana NTS-USNA 008" trabajo realizado en la Universidad Libre de Colombia; empleó una metodología descriptiva, cualitativa, no experimental y transversal. Concluyo en primer lugar que en el desarrollo del sistema de gestión de calidad basado en la norma ISO 9001:2015 y la norma sectorial colombiana NTS USNA 008 se logró la realización de un diagnóstico de cada una de las normas, la primera de ellas, con una matriz aplicable a cualquier organización que refleja la información por medio de diagrama de redes dando un visión a nivel general y específica del cumplimiento de los numerales de la norma; para finalmente generar un plan de acción a realizar como primer paso para el diseño del SGC; en segundo lugar que la organización presentaba falencias graves en aspectos de planificación para el sistema de gestión de calidad como consecuencia del recién inicio en el desarrollo del mismo y de la falta de conocimiento tanto de directivas como de trabajadores; como tercera conclusión sostiene que en cuestiones de evaluación del desempeño de la prestación del servicio y liderazgo se evidenció poco progreso, en cuanto a que no se identificaron métodos específicos de evaluación ni los medios para obtenerla y además por el recién inicio no tiene definido a sus proveedores, por lo que se ve afectado la calidad de materia prima, el precio y la disponibilidad.

Muñoz (2016) en su investigación la cual denominó *Plan de acción para la mejora de la calidad y visibilidad en el mercado, del restaurante Finca la Gloria, provincia del Guayas*, presentada por la Universidad Estatal De Guayaquil, la metodología de la investigación se basó en un enfoque mixto. En donde se concluye que las principales falencias en la gestión actual del restaurante se encuentran en la imagen y el servicio al cliente, así mismo se demuestra la necesidad de diseñar estrategias de visibilidad e impacto en el mercado que garanticen una demanda; también tiene como segunda conclusión que se diseñó un plan de acciones estratégicas encaminado a la corrección de las falencias detectadas y coadyuvar a la conformidad con el servicio, la infraestructura, la imagen, la promoción y la calidad de servicio. Y como tercera conclusión menciona que las estrategias de marketing establecidas permitirán la visibilidad e impacto en el mercado del restaurante objeto de estudio, acotando que debe existir una total y completa correlación entre los servicios prometidos y los otorgados para evitar caer en la publicidad engañosa.

Villalba (2016) en su tesis titulada: *Análisis de Calidad del Servicio y Atención al Cliente en azúcar beach, azuca bistro y Sugerencias de Mejora*. En esta investigación se obtuvo como objetivo principal; Analizar la calidad de servicio y atención al cliente de los tres restaurantes tomados como objeto de estudio para la posible implementación de mejoras en los mismos. En cuanto a la metodología del estudio fue: tipo descriptiva, con el objetivo de evaluar la calidad en el servicio y atención al cliente de tres restaurantes: Azuca Beach, Azuca Latín Bistro y Q restaurant, ubicados en la Plaza Foch sitio turístico y de entretenimiento de la ciudad de Quito. Obteniendo como resultados de mejora tanto para el servicio como para el clima laboral, mismo que permita alcanzar el

éxito en el desempeño de las operaciones de los restaurantes. Se concluyó que: en cuanto al uso del sistema de medición de calidad empleado, se pudo constatar que este se ajusta y es congruente con los resultados que se requería obtener, sin embargo, es necesario adicionar otras escalas de medición, como por ejemplo la medición del tiempo entre el cual el cliente acude al establecimiento y el tiempo de recibo de su orden solicitada, que repercute en la percepción del servicio otorgado

2.1.2. Antecedentes Nacionales

Luyo (2019) en su tesis denominado *Caracterización De La Gestión De Calidad En La Atención Al Cliente De La Mype, Rubro Restaurante, Caso: “El Huarco”, Distrito de San Vicente, Año 2019*. Planteando el siguiente enunciado del problema ¿Cuáles son las características de la Gestión de Calidad en la Atención al Cliente en la MYPE, Rubro Restaurante, Caso: “El Huarco”, Distrito de San Vicente, Año 2019 Busca establecer los factores de calidad, se planteó el siguiente Objetivo General: Identificar las características de la gestión de calidad en la Atención al Cliente de la MYPE, Rubro Restaurante, Caso: “El Huarco”, Distrito de San Vicente, ¿Año 2019? El alcance fue local ya que se desarrolló en el Distrito de San Vicente. Asimismo, metodológicamente, la investigación tiene un enfoque cualitativo, un nivel descriptivo, diseño no experimental, de corte transversal. la muestra fue el caso de estudio la Mype, “El Huarco” se aplicó como técnica la entrevista a través del instrumento guía de entrevista. Como resultado de la entrevista al representante de la MYPE se observó mantiene una buena gestión de calidad para poder satisfacer al cliente al momento que ingresa al establecimiento; como también se brinda un buen servicio en la atención al cliente como sabemos la atención no se puede tocar, pero si sentir y a ello el cliente debe

sentirse como en casa. Por lo tanto, se concluye que aplicando la gestión de calidad vamos a poder brindar una buena atención a los clientes y poderlos fidelizar.

Quispe (2019) en su tesis titulada *Gestión de calidad con el enfoque en atención al cliente de las mype del sector servicio rubro restaurantes del distrito de putina año 2019*, tuvo como objetivo general determinar cómo fue la gestión de calidad con el enfoque en atención al cliente en las MYPE del sector servicio rubrorestaurantes del distrito de Putina 2019. La investigación fue descriptiva, en la recolección de la información se escogió en forma dirigida una muestra de 10 restaurantes constituidos como MYPE, a quienes se les aplicó un cuestionario de 20 preguntas, aplicando la técnica de la encuesta. obteniendo los siguientes resultados más relevantes se puede observar que los empresarios indican que el 80% cuentan con un programa de atención al cliente, el 60% de empleados tienen una apariencia limpia y agradable, respecto a la atención al cliente el 76,67% se encuentran de acuerdo con la atención de una vez que hicieron el uso del restaurante, el 80% de clientes se encuentran de acuerdo y recomendarían el uso del restaurante, llegando a las siguientes conclusiones, se demostró en un 56,56 %, que los restaurantes ofrecen un servicio regular con respecto a la atención al cliente atendiendo moderadamente las necesidades de sus clientes, debido a que se identificó la existencia de aspectos que inciden en la atención al cliente y también se considera indispensable implementar algunos aspectos que se identificaron en cada dimensión SERVQUAL, para mejorar más aun la gestión de calidad y la atención al cliente que ofrecen los restaurantes.

Martinez (2016) en su tesis titulada *gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicio, rubro restaurantes en la urb. 21 de abril, Chimbote, 2016*, tuvo como objetivo general, determinar las principales características

de la Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicio, rubro restaurantes en la urbanización 21 de abril, Chimbote, Ancash, Perú 2016. La investigación fue de diseño no experimental – transversal, para el recojo de la información se utilizó una población muestral de 8 micro y pequeñas empresas, a quienes se les aplicó un cuestionario de 22 preguntas, obteniendo los siguientes resultados. El 62,5% de los representantes tienen entre 31 a 50 años de edad. El 50.0% son de género femenino y masculino respectivamente. El 75.0% de los encuestados son los dueños o propietarios de los restaurantes. El 62.5% de las Micro y pequeñas empresas (restaurantes) tienen entre 4 a 6 años en el rubro. El 87.5% de los representantes encuestados no laboran con familiares. El 62.5% de los representantes no conoce el término gestión de calidad. El 62.5% utilizan la atención al cliente como herramienta de gestión. El 75.0% de los representantes aseguran que las dificultades para implementar la gestión de calidad es que no se adaptan a los cambios. El 62.5% de los representantes de las mypes aseguran que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento de sus negocios. El 62.5% de los representantes de las mypes conocen el término atención al cliente. El 50.0% de los representantes de las mypes utilizan la confianza como herramienta de servicio al cliente. El 62.5% de los representantes consideran que la atención que brindan es buena. El 51% reconoce que esta brindado una mala atención por no contar con suficiente personal. El 37.5% de los representantes ha logrado obtener fidelidad de los clientes, de todo lo expuesto anteriormente podemos concluir que la mayoría de las micro y pequeñas empresas aplican gestión de calidad en atención al cliente, dado que utilizan la confianza como un elemento diferenciador para mejorar la fidelidad de los clientes.

2.1.3. Antecedentes Regionales

Castillo (2017) en su tesis Titulada *Caracterización de gestión de calidad y atención al cliente de las mype rubro restaurante en la urbanización Santa Ana Piura, año 2017*, estableció como objetivo general determinar las principales características de gestión de calidad y atención al cliente de las MYPE rubro restaurantes de la Urb. Santa Ana-Piura, año 2017; con sus objetivos específicos a) Identificar los principios de gestión de calidad en las MYPE rubro restaurantes de la Urb. Santa Ana-Piura, año 2017 b) Describir los factores de la gestión de calidad en las MYPE rubro restaurantes de la Urb. Santa Ana-Piura, año 2017 c) Describir los componentes básicos para brindar un buen servicio de atención al cliente en las MYPE rubro restaurantes de la Urb. Santa Ana-Piura, año 2017 c) Describir la importancia de la atención al cliente en las MYPE rubro restaurantes de la Urb. Santa Ana- Piura, año 2017. La investigación fue de metodología tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño experimental de corte trasversal, y se concluye con respecto a los principios de gestión de calidad; en los restaurantes tienen énfasis en el enfoque al cliente, donde se preocupan por conocer sus necesidades ya que cada vez estos se vuelven más exigentes y por ello se debe de cumplir sus expectativas; con respecto a los factores de gestión de calidad, permite que las MYPE efectúen estrategias para llegar a un alto nivel competitivo donde las más consideradas son la capacitación a su personal donde estén motivados para ofrecer un excelente servicio; con respecto a los componentes de la atención al cliente, los consideran fundamentales para brindar una buena atención donde le dan énfasis a la seguridad que se va a brindar; con respecto a la importancia de la atención al cliente; en los restaurantes es muy considerado preocuparse por la lealtad, puesto que cada vez existen más clientes

exigentes y es a ellos especialmente que deben enfocar para lograr fidelizarlos sin dejar de lado a los clientes comunes.

Estrada (2018) En su tesis denominado *“Gestión De Calidad y El Uso Del Marketing En La Micro y Pequeñas Empresas Del Rubro Restaurantes Del Distrito De Sullana, Año 2018”*, dispuso como objetivo general: Determinar las características de la Gestión de Calidad y el uso del marketing en la Micro y Pequeñas empresas del rubro restaurantes del Distrito de Sullana, año 2018. La investigación fue de diseño descriptiva – No Experimental - cuantitativa. La población estuvo conformada por 68 clientes de los restaurantes del Distrito de Sullana. Obteniendo los resultados de la gestión de calidad fueron: el 60% manifestaron que siempre el servicio brindado por los restaurantes satisface sus necesidades, el 88% indicó que siempre el servicio que reciben es de buena calidad, el 59% indicó que siempre es importante la planificación para realizar un buen marketing, el 74% mencionó que siempre la calidad de los restaurantes hace que éstos tengan una buena participación en el mercado. Llegamos a la conclusión, con respecto a la satisfacción del cliente se concluye que el servicio que reciben los clientes de los restaurantes del Distrito de Sullana es de buena calidad y que logran quedar satisfechos con lo que éstos ofrecen, brindándoles servicios de calidad y que harán que el negocio siga creciendo en el mundo empresarial, para los clientes de los restaurantes del Distrito de Sullana siempre es importante realizar la planificación para poder ejecutar un buen marketing ya que así se puede identificar oportunidades de mejora para las empresas.

Querevalu (2019). En su investigación la cual se le denominó *“Caracterización de la gestión de calidad y productividad de las MYPE, rubro*

restaurantes centro de Talara, año 2017”, estableció como objetivo general determinar las características que tiene la gestión de calidad y productividad de las MYPE rubro restaurantes centro de Talara, año 2017. Emplearon la metodología de nivel descriptivo, tipo cuantitativo, diseño no experimental, de corte transversal, la población son 4 MYPE, constituidas por 25 trabajadores, población finita conocida menor de 50 personas, por lo que la muestra es de 25 trabajadores para ambas variables, para analizar aplicaron un cuestionario estructurado a través de la técnica de la encuesta. Las principales conclusiones, con respecto a los elementos de la planificación de calidad se describe que son realizar estrategias, planes, participar en programas, establecer metas y políticas para evaluar el cumplimiento de las metas establecidas, así mismo se detalló que los principios de la gestión de calidad son la mejora continua, buenas relaciones, enfoque al cliente, participación del personal, liderazgo, procesos y toma de decisiones. Las estrategias que aumentan la productividad son realizar capacitaciones, planes, proporcionar tiempo necesario, comunicación, motivar a los trabajadores e innovar en el uso de las tecnologías para prestar un buen servicio. En cuanto a los factores que aumentan la productividad se especifica la identificación con la empresa, con los proyectos y objetivos que se plantea, brindar un ambiente organizacional adecuado y proporcionar el descanso adecuado por el cumplimiento de objetivos establecido

2.2 Bases teóricas de la investigación.

Gestión

La gestión es un conjunto de procedimientos y acciones que se llevan a cabo para lograr un determinado objetivo. Es decir, en términos generales, la gestión es una serie de tareas que se realizan para acometer un fin planteado con antelación. Suele relacionarse principalmente con el mundo corporativo, con las acciones que desarrolla una empresa para alcanzar, por ejemplo, su objetivo de ventas o de ganancias. Sin embargo, no solo se gestionan compañías, proyectos, o bienes económicos, sino cualquier tipo de recurso. Cuando una persona se organiza para cumplir una serie de deberes en un tiempo determinado está gestionando su tiempo. (Westreicher, 2019).

Es un tipo de actividad empresarial cuyo objetivo es la mejora de la productividad y la competitividad de una empresa. La gestión implica el diseño, implementación y control de medidas y estrategias relacionadas con procesos de administración y producción. En el ámbito de la empresa, los agentes encargados de la gestión a nivel general suele ser el personal de la dirección, gerencia o administración. También existen otro tipo de agentes como consultores externos.

Gestión significa: actitud, gesto, movimiento del cuerpo se expresa a través del cuerpo en gestos, posiciones, movimientos, etc. Pero este significado no nos dice nada sobre el carácter activo de la gestión, ya que pone énfasis en movimientos y actitudes vividas como “naturales” por los sujetos de una determinada cultura. La gestión implica también una concepción y una práctica respecto del poder, de la administración y la circulación del mismo y de las formas de construir consensos y hegemonías dentro de una determinada organización o institución. La gestión es un juego de consensos, disensos y transformaciones

que implican a toda la institución y a todos sus integrantes. Implica un modo de comprender y de hacer nuestros proyectos desde una cuádruple perspectiva articulada; en nuestro caso: el político cultural, la sanitario-social, la económica y la organizacional comunicacional. (Huergo, 2019).

Calidad

La calidad es la agrupación de propiedades y características de un producto o servicio que rechazan en la capacidad de la librería para así poder satisfacer las necesidades expresadas o implícitas de los clientes. Debemos de tener muy en cuenta que no sólo el servicio o el producto, si no los atributos asociados a aquellos: las cuales presenta rapidez, conductas de personal. Esto implica un proceso de compromiso para la mejora continua desde una perspectiva integrada de los conceptos de calidad. Modelos de gestión de calidad: Con el pasar del tiempo el mercado consumidor de bienes y servicios se ha elaborado en un mercado selectivo que, por ende, ha llevado a la oferta a administrar productos de mejor calidad y sean más competitivo. En finalidad lo que busca el cliente hoy en día es una mejora de entrega de calidad. La calidad se dice que el producto o servicio debe cumplir con las funciones y especificaciones para las que a sido planteado y que deberán adjuntara las expresadas por los clientes. Relación con la Norma ISO 9004 Las normas ISO9001 e ISO 9004 son normas de sistema de gestión de la calidad que han logrado complementarse entre sí, pero también emplear de manera individualista. **ISO 9001(2015)** Compatibilidad con otros sistemas de gestión Mediante el desarrollo de esta Norma Internacional, se han estimado las disposiciones de la Norma Iso 14001: 2004. Esta Norma Internacional no pone requisitos específicos de otros sistemas de gestión, tales como aquellos para la gestión ambiental. Sin embargo, esta Norma Internacional permite a una organización busque fomentar la compatibilidad entre las diferentes normas de sistemas de gestión y que además dichas normas estén adaptadas a

cualquier tamaño de sector y cultura de la organización donde se ejecuta. Fundamentos de servicio al cliente: el cliente es activo y más útil que posee una organización. Es adecuado que las empresas lo empleen como es y estén inclinados de su manera de pensar y de su aspecto de apreciar la organización. Servicio al cliente Es adecuado distinguir entre el producto por el cual paga al cliente y el servicio que implementa a ese producto.

El servicio al cliente es todo empeño seguido a atender al cliente y solucionar sus dudas, sugerencias, o reclamos. Es manifestar, el servicio al cliente en todo momento de relación entre el cliente y la empresa. Estrategias de Servicio al cliente:

El cliente hoy en día es el centro del entorno al cual sustenta todos los intereses de una organización. No solo es indispensable estudiar sus características, necesidades, expectativas, etc., también es adecuado que la empresa genere estrategias y programe para el análisis, la resolución de sus reclamos, sugerencias y duda y para poder mejorar el servicio ofrecido dentro de la empresa. (Viscaíno, 2018)

Elementos de Gestión de Calidad

1. Liderazgo

Es la persona con capacidad para dirigir a un grupo y llevarlos hacia una meta en común, logrando que el equipo trabaje con buena actitud y contento y así puedan obtener grandes objetivos dentro del equipo. (Turmero, 2016)

2. Planificación

Es fundamental darse cuenta en qué sitio nos hallamos y así logran captar adecuadamente el momento de meta. Sabiendo aquellos lugares y especifica con claridad y así se podrá llegar rápidamente para después

Es importante entender en qué lugar nos encontramos y también entender muy bien nuestro

punto de llegada. Sabiendo esos dos lugares y describiéndolos con claridad, podremos encontrar más fácilmente el camino que luego fraccionar con el propósito de analizar las acciones del equipo de trabajo, no siempre se podrá planificar, ni tener todo bajo control. (Monroy, 2019)

3. Apoyo

La forma cómo la empresa toma la decisión de retar los desafíos habituales de originar los productos para los clientes, es esencial que en la forma evidente como se analiza lo que requiere el consumidor y logra tener un fundamento, creamos las actividades adecuadas para originar el beneficio y dar desempeño a la oferta de precio. (Monroy, 2019)

4. Evaluación Del Desempeño

La evaluación del desempeño es el sistema que mide de forma objetiva e integralla conducta profesional, las competencias, el rendimiento y la productividad.

En definitiva, cómo es la persona, qué hace y qué logra.

La evaluación de desempeño servía en el pasado para comprobar el grado de cumplimiento de las expectativas y los objetivos propuestos a nivel individual. (Monroy, 2019)

La evolución en las empresas de este método para evaluar a los empleados y el hecho de no centrarse solo en los objetivos y añadir aspectos como las competencias y habilidades nos permite:

- Valorar el rendimiento y el potencial
- Anticipar problemas de integración de un empleado en la estructura empresarial o en un determinado proyecto.
- Identificar tanto los fallos y debilidades como los éxitos y puntos fuertes de cada trabajador.

- Analizar la contribución del trabajador a la empresa, si de verdad otorga valor a la entidad con sus tareas e ideas.
- Calidad del trabajo y relaciones con los compañeros

5. Mejora continua

Es la mejora de procesos operativos que se basa en la necesidad de revisar continuamente las operaciones de los problemas, la reducción de costos, la racionalización, y otros factores que en conjunto permiten la optimización. Con las metodologías de proceso, la actividad de mejora continua proporciona una visión, medición y retroalimentación sobre el rendimiento del proceso.

Fases De Gestión De Calidad

1. Situación real de la Planificación:

Para mejorar la productividad de una empresa, es fundamental elaborar un diagnóstico de la situación actual de la misma. Es decir, deben quedar claras las razones de por qué es necesario implementar un sistema de gestión y cuáles son los beneficios o ventajas principales que le reportará a la empresa. (Vega, 2006)

2. Recursos y personal:

Se describe como los aspectos más relevantes en las técnicas de gestión, no se puede encontrar calidad sin la competencia adecuada de los bienes con las que cuenta la organización, tanto si son personas o técnicos. Al comienzo de esto, las sociedades deben conocer y mejorar y si es adecuado intervenir con los servicios dentro de la organización. (Morales, 2021)

3. Evaluar la productividad:

En el desempeño logra suceder dos sucesos: la productividad de la compañía se encuentra a la baja o que las relaciones con los que se calcula la producción sean erradas. En distintas de las

dos escenas, la idea es que se concreten las estrategias para optimizar el empleo de los recursos.
(Betancourt, 2020)

4. Realizar Mejoras:

Teniendo el diagnóstico determinado de los plazos reconocidos en los recursos sólo se debe implementar las mejoras adecuadas para optimizar el nivel de productividad en la compañía para que así tenga posibilidades de mejorar. (Nirian, 2020)

Atención

Es un proceso cognitivo lo cual está en funcionamiento una serie de procedimientos que permite que las personas estemos atentas a aquella información que recibimos, los mecanismos implicados ayudan a procesar la información que se encuentra a nuestro alrededor y posibilita que seleccionemos la respuesta o tarea que vamos a ejecutar como consecuencia de esa recepción informativa.

Cliente

Los individuos u organizaciones que reciben los productos o los servicios de una empresa, o que se relacionan profesionalmente con ella, son sus clientes externos. Existen diversos grupos de clientes externos:

- Clientes. Es el grupo que adquiere el producto de la empresa.
- La organización dirige sus esfuerzos a suplir y satisfacer las necesidades de estos clientes. Sus compras pueden ser habituales, esporádicas o iniciales.
- Proveedores. Venden a la empresa productos y servicios para que esta produzca y desarrolle su actividad empresarial. La relación entre la empresa y los proveedores debe ser sana y cordial.

- Entorno social. Está formado por la sociedad en general, las empresas del entorno, los medios de comunicación y los organismos públicos. La empresa desarrollará con cada grupo las políticas de comunicación que considere más eficaces.

Control de procesos en atención al cliente

El objetivo de cualquier negocio es mantenerse en el tiempo, obteniendo un beneficio, por ello, es necesario vender productos o servicios para lograrlo. De esta manera, el cliente se convierte en un componente imprescindible.

Conseguir nuevos clientes para nuestro negocio es importante, pero todavía lo es más conservarlos, convirtiéndose la atención al cliente en un factor clave. Se ha comprobado que más de un 20% de las personas que dejan de comprar un producto o servicio, renuncian a su decisión de compra debido a fallas de información y de atención. Es necesario que la atención al cliente sea de la mejor calidad, no solo la investigación que se observa del producto, asimismo del capital humano y técnico con el que va a instituir la relación productiva.

Analizar los ciclos de servicios

Distinciones temporales de las necesidades del cliente: en qué momento adecuado se consumen nuestros productos, nos accederá cambiar mayores capitales en un determinado tiempo. Determinar las carencias del cliente, bajo parámetros de ciclos de atención.

Encuestas de servicios

Es la técnica que favorece a medir la satisfacción del consumidor y obtiene la información que se necesita para hacer lograr los cambios que impresionen en la fidelidad de los clientes.

La satisfacción es un elemento esencial que incide en el fracaso o éxito de una organización.

Lo cual una encuesta de servicio ayuda a lograr obtener objetivos del negocio.

Manifiestar Atención

Cualquier cliente que compra nuestros productos es merecedor de un trato cordial, atento y servicial por nuestra parte. Es muy importante cualquier empresa planifique cuidadosamente aquellas tareas que tengan que ver con el contacto directo con el cliente, no solo nos referimos a disponer de un buen producto o servicio sino a ser excelentes en nuestro proceso de venta, en el servicio postventa y excelentes en la atención al cliente.

Cualquier cliente que compra nuestros productos es merecedor de un trato cordial atento y servicial por nuestra parte.

- Poseer una presentación adecuada
- Brindar atención y ser cordial

Es la atención que implica un trato directo o personal entre un determinado trabajador y un determinado cliente, y que toma en cuenta las necesidades, gustos y preferencias.

- Disponer de la información
- Es importante que cualquier empresa planifique cuidadosamente aquellas tareas que tengan que ver con el contacto directo con el cliente.
- Expresarse corporal y oralmente de forma adecuada
- Es la forma más antigua de comunicación entre los seres humanos, anterior al lenguaje escrito y hablado. Así se encuentra un lenguaje corporal propio con el cual sentir, expresar y comunicar de una manera integrada, auténtica y creadora.

Motivar al cliente y recompensar nuestro equipo

Incentivar a los trabajadores para que puedan realizar una eficaz atención, es fundamental y el esfuerzo y la habilidad de atención además las capacidades, se realizan de dos elementos esenciales.

- Evaluación del trabajo
- Motivación a los trabajadores, dándoles incentivos dentro de la organización y a los clientes brindándoles ofertas en los productos.

Buen Servicio De Atención Al Cliente

- Seguridad: Se refiere a darle al cliente la confianza dentro de la empresa, en lo posible que no tenga riesgos o corra algún desacuerdo dentro de la empresa con el producto o el servicio brindado.
- Credibilidad: Brindar confianza hacia los consumidores para así poder generarles un ambiente adecuado y se sientan seguros.
- Comunicación: Tener informado al consumidor, dándoles un lenguaje adecuado que ellos puedan lograr a entender las necesidades que se les presente.
- Comprensión: Es darles una comunicación, confianza para que así permita saber el cliente lo que se les ofrece.
- Cortesía: Brindarles un buen trato a los clientes y ser amables
- Profesionalismo: Demostrar capacidad y conocimiento en el cumplimiento del servicio o de la productividad de la empresa

III. Hipótesis

La presente investigación titulada Gestión de calidad en la mype 300 express café y snack del distrito de Sullana, año 2020, no lleva hipótesis por ser de nivel descriptiva.

IV. METODOLOGÍA

4.1. Diseño de la Investigación

La presente investigación fue no experimental de corte transversal – descriptivo- cuantitativo, porque la investigación estudia las características de la acción calificada en relación a las variables de la gestión de calidad y de atención al cliente en la Mype 300 Express café y snack del distrito de Sullana.

Asimismo, el estudio es transversal ya que la investigación será observacional centrada en analizar los datos de las variables. el propósito de esta investigación es describir las variables y analizar su incidencia en un momento dado.

4.2. Población y la Muestra. Población:

Se utilizó una población de 82 clientes de la mype 300 express café y snack, rubro restaurante.

La población de estudio para la presente investigación es de 82 clientes de la Mype 300express Café y Snack del distrito, Sullana, 2020.

Se tuvo una muestra de 68 clientes del sector rubro restaurante

En el trabajo de investigación solo se incluyó a los representantes de los restaurantes y se excluye a los representantes que se dediquen a otro rubro.

Para la investigación de la totalidad de la población se una muestra con las siguientes características:

Dónde:

n: Es el tamaño de la muestra.

N: Tamaño de la población (N =82 clientes)

Z: Factor de confiabilidad es 1,96 con un 95% de confianza P = 0,5 Proporción de éxito de la característica de interés.

Q = 1-P = 0,5 d: Máximo error permisible en la investigación. En este caso d = 0.05 (5%)

Entonces la muestra se determinó de la siguiente manera:

$$n = \frac{(1.96)^2(0.50)(0.50)}{(0.1)^2}$$

$$n = \frac{(2.706025)(0.25)}{(0.01)}$$

$$n = 0.67650$$

$$\frac{0.67650}{0.01}$$

$$n = 67.65$$

$$n = 68 \text{ clientes}$$

La muestra es de 68 clientes para las variables gestión de calidad y atención al cliente en el restaurante 300 Express Café y Snack en el distrito de Sullana, 2020.

4.3. Definición y Operacionalización de la Variable

Variables	Definición Conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala	Instrumento
Gestión de Calidad	“Se denomina Sistema de gestión de calidad se define como la estrategia general que utiliza una organización para el diseño de un proceso de tal manera que tenga una mejora de productos o beneficio de un servicio”. (González y Arciniegas, 2016)	Evaluar la gestión de calidad respecto a la información y eficiencia del trabajador conducentes a obtener un bien o servicio necesario para la satisfacción de los clientes.	Liderazgo	Liderazgo en la empresa	Likert	Cuestionario
			Planificación	Planificación y organización		
			Satisfacción	Satisfacción al cliente en productos y servicios		
			Evaluación de desempeño	Evaluación de desempeño en los trabajadores		
			Mejora continua	Calidad de productos y servicios		
			Mejorar la productividad	Sistema de gestión para la productividad		
			Organización	Sistema de gestión para la organización		

			Recursos humanos	Recursos humanos y tecnológicos		
			Implementar cambios y mejoras	Cambios y mejoras para un mejor servicio.		
Atención Al Cliente	Es el conjunto de estrategias que una compañía diseña, para satisfacer mejor que sus competidores, las necesidades y expectativas de sus clientes externos”. (Serna, 2006)	Evalúa el proceso de la atención como la capacidad de respuesta y la afinidad que están presentes dentro de la atención brindada hacia los clientes.	Satisfacción de Servicios	Satisfacción al cliente	Likert	Cuestionario
			Mostrar atención	Atención al cliente		
			Presentación del producto	Confiable del producto		
			Motivación	Incentivos		
			Buen Servicio	Servicio en la empresa		

4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

4.4.1. Técnica

La técnica que se utilizará será la encuesta.

Las encuestas nos permiten a nosotros a obtener información y recopilar datos intangibles, esto quiere decir que nos da a conocer aspectos de la realidad que el investigador no puede observar directamente.

4.4.2. Instrumento

El instrumento a utilizarse será el **cuestionario**.

Es la herramienta utilizada por el investigador para recolectar información de la muestra seleccionada y poder resolver el problema de la investigación, que luego facilita resolver el problema de mercadeo. Los instrumentos están compuestos por escalas de medición, en este caso nuestro cuestionario ayudará a saber que tanto le gusta al cliente nuestro variado producto.

4.5. Plan De Análisis

Los datos obtenidos en la investigación se hará uso del análisis descriptivo en el cual se realizará a través de una encuesta ejecutado a los trabajadores de las MYPE; también, el análisis estadístico será de manera descriptiva, por lo tanto; utilizaremos un programa llamado Excel Windows, donde se calculará la frecuencia, porcentaje, media; que se representará mediante tablas y gráfico.

4.6. Matriz de consistencia

Enunciado del Problema	Objetivos:	Variables	Hipótesis	Metodología
<p>¿Cuáles son las características de la gestión de calidad y atención al cliente en la mype 300 express café y snack del distrito, Sullana, 2020?</p>	<p>Objetivo general: Determinar las características de gestión de calidad y atención al cliente en la mype 300 express café y snack del distrito, Sullana, 2020.</p> <p>Objetivos específicos: Identificar los elementos de la gestión de calidad en la empresa mype 300 express café y snack del distrito, Sullana, 2020.</p> <p>Determinar el control de los procesos en atención al cliente en la empresa mype 300 express café y snack del distrito, Sullana, 2020.</p> <p>Identificar las fases de gestión de calidad en la empresa mype 300 express café y snack del distrito, Sullana, 2020.</p>	<p>Gestión de Calidad</p> <p>Atención al Cliente</p>	<p>La presente investigación gestión de calidad y atención al cliente en la empresa mype 300 express café y snack del distrito de Sullana, año 2021, es de tipo descriptivo y no se planteó la formulación de una hipótesis.</p> <p>Según (Hernández, 2014), indica que “las investigaciones de tipo descriptivas enumeran las propiedades de los temas estudiados, por lo tanto, no es necesario establecer hipótesis”.</p>	<p>Tipo de investigación: Cuantitativo</p> <p>Nivel de investigación: Descriptivo</p> <p>Diseño de la investigación: Transversal-No experimental</p> <p>Población: La población está conformada por 82 clientes de la mype 300 Express</p> <p>Muestra: De 68 clientes de la mype 300 Express café y snack.</p> <p>Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumento: Cuestionario Plan de análisis de la documentación recopilada, se empleó una indagación descriptiva; en la tabulación de documentación se apoyó con los programas tecnológicos (Excel, Microsoft y Word)</p>

4.7 Principios Éticos

Los principios éticos aplicados al presente trabajo de investigación, están en concordancia al Código de ética para la Investigación en su versión 004, aprobado por acuerdo del Consejo Universitario con Resolución N° 0037-2021-CU-ULADECH Católica, de fecha 13 de enero del 2021.

a) **Protección a las personas.**

Se utilizó el principio ético de protección a la persona por toda la información brindada a los participantes fue de acuerdo a su convivencia respetando su privacidad, además solicitaron no poner sus correos electrónicos, ni número de celular, solo pusieron sus nombres completos y firma a través de un consentimiento informado. Se les dio a conocer que los datos personales brindados solo serán utilizados para el trabajo de investigación y que ellos decidían no dar más información se les concedería sin ninguna obligación.

b) **Libre de participación y derecho a estar informado.**

Se aplicó la encuesta a los participantes luego de mencionarles la finalidad de la investigación presenciada en el consentimiento informado. Después les pedí que sean participes, leído el documento, su aprobación brindándome la firma del mencionado conocimiento. Después resolvieron varias dudas de los trabajadores y dueños de la empresa sobre la información otorgada con el propósito de brindarles una mejor seguridad en su intervención.

c) **Beneficencia y no-maleficencia**

Se les dio a conocer a la empresa que la información otorgada no causaría ningún daño en la empresa ni afectaría en las funciones ejecutadas o perjudicaría en las utilidades diarios, por otro lado, se mantuvo una

tolerancia en la espera de la atención cuando se visualizó consumidores o clientes en el local para así no generar incomodidad. Después se le brindó lo relevante que fue su participación en el trabajo de investigación.

d) Justicia.

Se dio un buen trato amigable a los representantes de la empresa dándoles el motivo e importancia de la encuesta y su participación brindada, se les entregó un modelo de consentimiento informado para cada uno y se emplearon las mismas preguntas. Además, se les comunicó que, si están interesados en saber los resultados de la investigación, se les haría llegar una copia de información

e) Integridad científica.

Se les dio a conocer que los datos personales concedidos por cada participante solo se emplearían en el consentimiento informado. También se les indicó que las respuestas dadas serían utilizadas en el proceso del trabajo de investigación. Se les comunicó además que los resultados obtenidos no serán manipulados, ni alterados.

V. RESULTADOS

5.1. Análisis Resultados

Características de los elementos de la gestión de calidad en la empresa mype 300 express café y snack del Distrito de Sullana, 2021.

Características de los elementos	N	%
Liderazgo en la empresa		
Nunca	1	1.5
A veces	7	10.3
Casi Siempre	12	17.6
Siempre	48	70.6
Total	68	100.00
Planificación y organización		
Nunca	0	0.0
A veces	8	11.8
Casi siempre	31	29.4
Siempre	29	58.8
Total	68	100.00
Satisfacción al cliente en producto y servicios		
Nunca	0	0.0
A veces	8	11.8
Casi siempre	20	28.4
Siempre	40	58.8
Total	68	100.00
Evaluación		
Nunca	0	0.0
A veces	15	22.1
Casi siempre	25	36.8
Siempre	28	41.2
Total	68	100.00

Calidad de productos y servicios

Nunca	0	0.0
A veces	10	14.7
Casi siempre	30	44.1
Siempre	28	41.2
Total	68	100.00

Fuente. Cuestionario aplicado a los clientes en la mype 300 express café y snack del distrito, Sullana, 2020.

Tabla 2

Características de las fases de gestión de calidad en la empresa mype 300 express café y snack del Distrito, Sullana, 2020.

Características de las fases	N	%
Sistema de calidad para mejorar la productividad		
Nunca	1	1.50
A veces	18	26.50
Casi siempre	21	30.90
Siempre	28	41.20
Total	68	100.00
Sistema de gestión para la organización		
Nunca	0	0.00
A veces	14	20.60
Casi siempre	19	27.90
Siempre	35	51.50
Total	68	100.00
Recursos humanos y tecnológicos		
Nunca	0	0.00
A veces	11	16.20
Casi siempre	25	36.80
Siempre	32	47.10
Total	68	100.00
Cambios y mejoras para un mejor servicio		
Nunca	0	0.00
A veces	12	17.60
Casi siempre	26	38.20
Siempre	30	44.10
Total	68	100.00

Fuente. Cuestionario aplicado a los clientes en la mype 300 express café y snack del distrito, Sullana, 2020.

Tabla 3

Características del control de los procesos de atención al cliente en la empresa mype 300 express café y snack del Distrito, Sullana, 2020.

Características de control	N	%
Satisfacción al cliente		
Nunca	1	0.00
A veces	9	13.20
Casi siempre	24	35.30
Siempre	34	50.00
Total	68	100.00
Atención al cliente		
Nunca	0	0.00
A veces	5	7.40
Casi siempre	25	36.80
Siempre	38	55.90
Total	68	100.00
Confiabilidad al producto		
Nunca	0	0.00
A veces	7	10.30
Casi siempre	21	30.90
Siempre	40	58.80
Total	68	100.00
Incentivos para el trabajador		
Nunca	0	0.00
A veces	8	11.80
Casi siempre	25	36.80
Siempre	35	51.50
Total	68	100.00
Servicio en la empresa		
Nunca	2	2.90
A veces	13	19.10
Casi siempre	23	33.80
Siempre	30	44.10
Total	68	100.00

Fuente. Cuestionario aplicado a los clientes en la mype 300 express café y snack del distrito, Sullana, 2020.

5.2 Análisis de resultados

En el presente estudio se planteó un objetivo general y del cual se dividieron en 3 objetivos específicos para responder el enunciado de la problemática ¿Cuáles son las características de la gestión de calidad y atención al cliente en la mype 300 express café y snack del distrito, Sullana, 2020?

A continuación, se presenta el análisis de resultados de la recolección de datos de una encuesta a través de un cuestionario que se aplicó a una población y muestra de 68 clientes de la empresa, según los objetivos planteados de esta investigación.

En el objetivo específico 1: Dirigido a las Características de los elementos de la gestión de calidad en la empresa

se encontró el 71% de los clientes indicaron que la empresa si cumple con el liderazgo dentro del rubro, asimismo coincide con los resultados de la investigación de Martinez (2016) que el 62.5 % de la empresa siempre considera el liderazgo dentro del rubro. Los resultados en la (tabla 2) se analizó que el 70% de los clientes cumple con una buena planificación y organización, coincidiendo con los resultados de Estrada (2018) tuvo como resultado que el 59% indicó que siempre es importante la planificación para realizar buen marketing dentro de la empresa. En la (tabla 3) se visualiza que el 59% de los clientes nos dicen que, si cumplen con satisfacer las necesidades, asimismo coincide con el investigador Estrada (2018) el cual tuvo como resultado de los encuestados que respondieron 60% manifestaron que siempre el servicio brindado por los restaurantes satisface sus necesidades. En la (tabla 4) Se observa que el 41% de los clientes opinaron que la empresa si evalúa el desempeño de los trabajadores, asimismo se relacionó con el investigador Martinez (2016) lo cual tuvo como resultado el 62.5% utilizan la atención al

cliente como herramienta de gestión de calidad. En la (tabla 5) Se observa que el 41% de los clientes opinan que la empresa si se siente satisfecho con la calidad en los productos y en el servicio, coincidiendo con los resultados del investigador Estrada (2018) teniendo como resultado que el 88% indicó que siempre el servicio que reciben es de buena calidad para los clientes.

En el objetivo específico 2: Referente a las Características de las fases de gestión de calidad en la empresa mype 300 express caféy snack del Distrito, Sullana, 2020

Se halló en la (tabla 6) el 41% de los clientes cuenta con un sistema de gestión de calidad, asimismo se relacionó con el resultado del investigador Estrada (2018) determino que en su encuesta realizada el 74% mencionó que siempre la calidad de los restaurantes hace que éstos tengan una buena participación en el mercado. En la (tabla 7) se observa que el 52% de los clientes opinan cuenta con un sistema de gestión de calidad para la mejora de su organización, coincidiendo con Martinez (2016) en su tesis Titulada gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicio, rubro restaurantes en la urb. 21 de abril, Chimbote, 2016. Tuvo como resultado de que el 48% utilizan la mejora de la gestión en la organización. En la (tabla 8) se observa el 47% de los clientes opinan que siempre cuenta con recursos humanos y tecnológicos en sus procesos de gestión. En la (tabla 9) se visualiza que el 44% de los clientes opinan que siempre la empresa muestra cambios o mejoras, coincidiendo con los resultados de Quispe (2019) en su tesis titulada la gestión de calidad con el enfoque en atención al cliente de las mype del sector servicio rubro restaurantes del distrito de putina año 2019, tuvo como resultado el investigador que el 56,56%, que los restaurantes ofrecen un cambio en la empresa.

En el objetivo específico 3: Dirigido a las características del control de los procesos de atención al cliente en la empresa mype 300 express café y snack del Distrito, Sullana, 2020. general, determinar las características de gestión de calidad y atención al cliente en la mype 300 express café y snack del distrito de Sullana, año 2020, los resultados en la Tabla 10 se observa que el 50 % de los clientes respondieron que siempre la empresa realiza una encuesta para conocer sus gustos, asimismo el investigador Quispe (2019) en su tesis titulada la gestión de calidad con el enfoque en atención al cliente de las mype del sector servicio rubro restaurantes del distrito de putina año 2019, obtuvo como resultado el 56,56 %, que los restaurantes ofrecen un servicio regular con respecto a la atención al cliente atendiendo moderadamente las necesidades de su cliente. En la (tabla 11) Se observa que el 56 % de los clientes siempre están dispuestos para atenderlos, asimismo se relaciona con el investigador Martinez (2016) El 62.5% de los representantes consideran que la atención que brindan es buena. En la (tabla 12) Se observa que el 59 % de los clientes respondieron que siempre la empresa les brinda confianza, asimismo se relaciona con el investigador Martinez (2016) El 50.0% de los representantes de las mypes utilizan la confianza como herramienta de servicio al cliente. En la (tabla 13) se observa que el 52 % de los clientes respondieron que, si creen que siempre le den un incentivo al trabajador por la atención, coincide con el investigador Martinez (2016) El 62.5% de los representantes consideran que le dan bonificación al trabajador por la atención al cliente. En la (tabla 14) Se observa que el 44 % de los clientes respondieron que siempre la empresa logra superar sus expectativas, coincide con el investigador de Castillo (2017) el 60% manifestaron que siempre el servicio brindado por los restaurantes satisface sus necesidades.

VI. CONCLUSIONES

Se concluye que el servicio del restaurante 300 express café y snack, utiliza recursos especializados para la atención al cliente. Es por eso que es importante que el restaurante tenga recursos para su realización e información y gestión para que de esta forma el restaurante pueda tener una buena productividad.

Se detallo que los clientes señalaron que siempre se llega a cumplir con las expectativas con su productividad, el restaurante siempre está pendiente por cumplir las necesidades y expectativas del cliente.

En cuanto al primer objetivo de la dimensión de satisfacción se puede evidenciar que los encuestados llegaron a concluir que el restaurante demuestra la satisfacción hacia los clientes.

En el objetivo dos en la dimensión presentación del producto se llegó a la conclusión que la mayoría de los clientes están a gusto con la determinación que tienen los productos y muestran buena presentación.

En el objetivo tres en la dimensión buen servicio se refleja en la opinión de los clientes, determinaron que están contentos con la respuesta inmediata que le brinda al personal, la cual los trabajadores les resuelven sus dudas, sugerencias y reclamamos de cada cliente en su determinado tiempo, ya que ante esto le están generando confianza y seguridad a los consumidores.

Mediante las experiencias y las expectativas de los clientes se logró gestionar la calidad de un servicio, dado a esto el personal es capaz de responder adecuadamente los requerimientos del cliente, es decir que los trabajadores son eficientes y capaces de transmitir una buena imagen.

Comprende que la empresa trabaja con una actitud muy positiva y podrá tener éxito en la atención y en los productos los cuales los clientes están satisfechos con la atención brindada. La empresa siempre orienta al consumidor y le da la confianza para que así se sienta cómodo al consumir los productos, todos los trabajadores laboran con responsabilidad y educación

ASPECTOS COMPLEMENTARIOS

Recomendaciones

Se recomienda que café y snack 300 express deben de mejorar y reforzar la imagen que emplean y también la publicidad en su local la cual le brinde a su público y así tener una mejor atención a los consumidores.

Contratar a más personal para que de esa manera encuentre el cliente una buena atención y más rápida al pedir sus productos y ellos se encuentren satisfechos, sobretodo puedan recomendar a sus amistades el buen servicio del establecimiento

Darles información a los trabajadores de manera diaria referente a las metas a futuro dela organización para obtener los resultados deseados, además los trabajadores tendrán que orientar con precisión las actividades diarias para alcanzar unos resultados satisfactorios.

He llegado a estas recomendaciones con el fin de que haya una mejoría para el cliente y así la empresa tenga una mejor calidad, para que así la empresa sea más reconocida y pueda ver mayor publico satisfecho y rentabilidad

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Alcántara. (2019). Calidad de servicio y la satisfacción del cliente – Centro Comercial Polvos Azules, Barranca – 2018. Repositorio Universidad San Pedro.

http://repositorio.usanpedro.edu.pe/bitstream/handle/USANPEDRO/10660/Tesis_59655.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Burgos. (2017). Desarrollo del sistema de gestión de calidad en el restaurante.

<https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/10591/DOCUMENTO%20FINAL.pdf?sequence=1>

Castillo. (2017). Caracterización De Gestión De Calidad Y Atención Al Cliente De Las Mype Rubro Restaurante En La Urbanización Santa Ana.

http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/14362/mype_gestion_de_calidad_marchan_castillo_cinthia_de_los_angeles.pdf?sequence=4&isallowed=y

Luyo. (2019). Caracterización De La Gestión De Calidad En La Atención Al Cliente De La Mype, Rubro Restaurante,

http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/18324/ATENCI%c3%93n_calidad_cliente_gesti%c3%93n_restaurante_luyo%20anyarin_fanny_leda.pdf?sequence=1&isallowed=y

Martínez. (2018). Gestión De Calidad En Atención Al Cliente En Las Micro Y Pequeñas Empresas, Sector Servicio, Rubro Restaurantes. Repositorio Uladech Católica de los

Ángeles.http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/8228/gestion_de_calidad_en_la_atencion_al_cliente_bueno_martinez_miceli_paola.pdf?sequence=1&isallowed=y.

Meléndez. (2017). Propuesta de implementación del sistema de gestión de calidad en una industria pesquera según la norma ISO 9001:2015. Repositorio Pontificia Universidad Católica Del Perú. <https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/9337>

Coello. (2018). La gestión de calidad.

<https://webs.ucm.es/centros/cont/descargas/documento9854.pdf>

Betancourt. (2020). Productividad. Ingenioempresa.

<https://www.ingenioempresa.com/productividad/>

Morales. (2021). Recursos humanos. Economipedia.

<https://economipedia.com/definiciones/recursos-humanos-rrhh.html>

Nirian. (2020). Proceso de mejora continua.

Economipedia.com.<https://economipedia.com/definiciones/proceso-de-mejora-continua.html>

Turnero. (2016). Liderazgo basado en la calidad. Monografías.

<https://www.monografias.com/trabajos96/liderazgo-basado-en-calidad/liderazgo-basado-en-calidad.shtml>

Vega. (2006). Situación actual de la organización.

<https://bibdigital.epn.edu.ec/bitstream/15000/374/1/CD-0343.pdf>

Nafría, I. (2015). El ranking de países con más restaurantes McDonald's. La Vanguardia.

<https://www.lavanguardia.com/vangdata/20150820/54434771508/el-ranking-de-paises-con-mas-restaurantes-mcdonald-s.html>

ANEXOS

Anexo 1

N°	Actividades	Año 2020				Año 2020				Año 2021				Año 2021			
		Semestre I				Semestre I				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	X	X	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	X		
14	Presentación de ponencia en eventos científicos															X	
15	Redacción de artículo científico																X
16	Sustentación																X

Anexo 2.
Presupuesto Desembolsable

Presupuesto desembolsable (Estudiante)			
Categoría	Base	% o numero	Total (S/.)
Suministro (*)			
• Impresiones	0.50	68	34.00
• Fotocopias	0.5	100	5.00
• Empastado	0	0	0
• Papel bond A-4(500 hojas)	13.00	2	26.00
• Lapiceros	0.80	4	3.20
Servicios			
• Uso de Turnitin	50.00	2	100.00
Sub Total			168.20
Gastos de viaje			
• Pasajes para recolectar información	3.00	8	24.00
Sub Total			24.00
Total de presupuesto desembolsable			193.20
Presupuesto no desembolsable (Universidad)			
Categoría	Base	% o numero	Total (S/.)
Servicios			
• Uso de internet (Laboratorio de Aprendizaje Digital – LAD)	40.00	6	240.00
• Búsqueda de información en base de datos.	30.00	4	120.00
• Soporte informático (Modulo de Investigación del ERP University - MOIC)	40.00	4	160.00
• Publicación de artículo en repositorio institucional	50.00	1	50.00
Sub Total			570.00
Recurso humano			
• Asesoría personalizada (5 horas por semana)	70.00	4	252.00
Sub Total			824.00
Total, de presupuesto no desembolsable			824.00
Total (S/.)			

Anexo 4. Consentimiento informado



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

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

La presente investigación se titula **Gestión De Calidad Y Atención Al Cliente En La Mype De La Empresa 300 Express Café Y Snack En El Distrito De Sullana, 2020** y es dirigido por Jimenez Chero Yeixigrei Maryuri, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Determinar características de gestión de calidad y atención al cliente en la Heladería la plaza en el Distrito de Sullana año 2020.

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará unos minutos de su tiempo, https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSc_04GtxICyAQ-ckJuuyEWQ2X0FqMYJXY6i8tQ0Alxm_u3rqw/viewform?usp=sf_link, Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de un correo. Si desea, también podrá escribir al correo yjimenezchero@gmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el comité de Ética de la investigación de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

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

Nombre: Nessy Yuseis Lopez Montoya

Fecha: 08/10/2020

Correo Electrónico: lopezyuseis@gmail.com

Firma del Participante: Yuseis

Firma del investigador (o encargado de recoger información): [Firma]

COMITÉ INSTITUCIONAL DE ÉTICA EN INVESTIGACIÓN- ULADECH CATÓLICA.

Anexo 5.

Constancia de validación

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Elizabeth Diamina Zapata Castro identificado con DNI 03561030 *MAGÍSTER EN*

ADMINISTRACIÓN.

Por medio de la presente hago contar que he revisado con fines de validación el (los) instrumento (s) de recolección de datos: Cuestionario, elaborado por Jimenez Chero, Yeixigrei, a los efectos de su aplicación a los elementos de la población (muestra) seleccionada por el trabajo de investigación titulado: **GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA MYPE 300 EXPRESS CAFÉ Y SNACK – DISTRITO DE SULLANA, AÑO 2020**, que se encuentra actualmente realizando.

Sullana, noviembre 2020.



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SULLANA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
Mgtr. Elizabeth Zapata Castro
CENORU ENL. FICHA ADMINISTRACIÓN

FIRMA

Nº	Ítem relacionados a la gestión de calidad	¿Es pertinente con el concepto?		¿Se necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítem para medir el concepto?	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
1.	¿La empresa tiene control de calidad en sus productos?	X		X		X		X	
2.	¿La empresa invierte en mejorar en calidad, atención y ambiente?	X		X		X		X	
3.	¿Le es rentable a la empresa la actual demanda?	X		X		X		X	
4.	¿La gestión administrativa del establecimiento influye en la calidad que brindan al cliente?	X		X		X		X	
5.	¿Los trabajadores están contentos el trabajo que realizan?	X		X		X		X	
6.	¿Los productos que ofrece la empresa tienen un estilo único?	X		X		X		X	
7.	¿La empresa satisface las expectativas?	X		X		X		X	
8.	¿Los empleados interactúan con usted creando un ambiente libre y confiable?	X		X		X		X	
9.	¿Considera usted que la empresa si conoce cuáles son sus expectativas?	X		X		X		X	
10.	¿La empresa brinda de manera confiable la atención hacia usted?	X		X		X		X	
11.	¿Los empleados le brindan atención en relación a valores y conductas adecuadas?	X		X		X		X	

Nº	Ítem relacionados a la atención al cliente	¿Es pertinente con el concepto?		¿Se necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítem para medir el concepto?	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
1.	¿En la atención que se le brinda, considera usted que recibe un trato preferencial?	X		X		X		X	
2.	¿En relación a la atención que le brinda la empresa, se la recomendaría a otras personas?	X		X		X		X	
3.	¿Los precios de los productos del establecimiento son económicos?	X		X		X		X	
4.	¿Se siente satisfecho con el producto que la empresa le brinda?	X		X		X		X	
5.	¿Cuándo consulta alguna duda a la empresa, ésta le brinda una respuesta acertada?	X		X		X		X	
6.	¿La empresa cumple con responder las consultas de forma rápida?	X		X		X		X	
7.	¿El establecimiento cumple con sus expectativas en ambientación de confort?	X		X		X		X	
8.	¿Las bondades de los productos consumidos justifican el precio?	X		X		X		X	

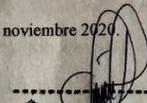


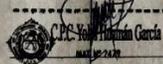
CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

YO, YOLVI HUAMÁN GARCIA, IDENTIFICADO CON
DNI 43615804 DE MAGISTER EN AUDITORIA Y CONTROL.

Por medio de la presente hago contar que he revisado con fines de validación los instrumentos de recolección de datos: Cuestionario, elaborado por Jimenez Chero, Yeixigrei Jimenez, a los efectos de su aplicación a los elementos de la población (muestra) seleccionada por el trabajo de investigación titulado: **GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA MYPE 300 EXPRESS CAFÉ Y SNACK - DISTRITO DE SULLANA, AÑO 2020**, que se encuentra actualmente realizando.

Sullana, noviembre 2020.




FIRMA

N°	Ítem relacionados a la atención al cliente	¿Es pertinente con el concepto?		¿Se necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítem para medir el concepto?	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
1.	¿En la atención que se le brinda, considera usted que recibe un trato preferencial?	✗			✗	✗			✗
2.	¿En relación a la atención que le brinda la empresa podría decir que la recomendaría a otras personas?	✗			✗	✗			✗
3.	¿Los precios de los productos del establecimiento le parecen cómodos?	✗		✗		✗			✗
4.	¿Se siente satisfecho con cada producto que la empresa le brinda?	✗			✗	✗			✗
5.	¿Cuándo proporciona alguna duda a la empresa esta le brinda una respuesta de forma respetuosa?	✗			✗	✗			
6.	¿La empresa cumple con responder las consultas de forma rápida Y OPORTUNA?	✗		✗		✗			✗
7.	¿El establecimiento cumple con sus expectativas en ambientación de confort?	✗			✗	✗			✗
8.	¿La calidad de los productos consumidos están al margen del precio? Gestion de calidad	✗			✗	✗			✗


 C.P.C. Yvri
 Yvri, 1998
 [Handwritten Signature]

Anexo 8

Encuesta



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVASESUELA

PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

La información obtenida en el presente cuestionario es de “Gestión De Calidad y Atención Al Cliente De La Mype Gestión De Calidad Y Atención Al Cliente En La Mype 300 Express Café Y Snack En El Distrito De Sullana, Año 2020”, la información que usted proporcionará será utilizado con fines académicos y con absoluta confidencialidad, por lo que se agradece por su participación de esta encuesta.

El cuestionario tiene 14 preguntas y tendrán 5 opciones de respuesta en escala de Likert

(1)	(2)	(3)	(4)
NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE

ITEM	1	2	3	4
1. ¿La empresa cumple con ser líder dentro su rubro?				
2. ¿Cree usted que la empresa tiene una buena planificación y organización?				
3. ¿La empresa satisface la necesidad de los clientes con sus productos y servicio?				
4. ¿Crees que la empresa evalué el desempeño de sus trabajadores?				
5. Estás satisfecho con la calidad y precio de los productos y servicios de la empresa?				
6. ¿La empresa cuenta con un sistema de gestión de calidad para la mejora de su productiva?				
7. ¿La empresa cuenta con un sistema de gestión para la mejora de su organización?				
8. ¿La empresa cuenta con recursos humanos y tecnológicos en sus procesos de gestión?				
9. ¿La empresa implementa cambios o mejoras para un mejor servicio?				
ATENCIÓN AL CLIENTE				
10. ¿La empresa alguna vez te encuestó para conocer tu satisfacción?				
11. ¿El personal siempre está dispuesto a atenderlo?				
12. ¿La empresa le brinda confianza al momento de ofrecerle un producto?				
13. ¿Cree que la empresa les da incentivos a los trabajadores por su disposición al cliente?				
14. ¿El servicio brindado dentro de la empresa superan tus expectativas?				

FIGURAS

Figura 1. Liderazgo en la empresa Fuente. Tabla 1

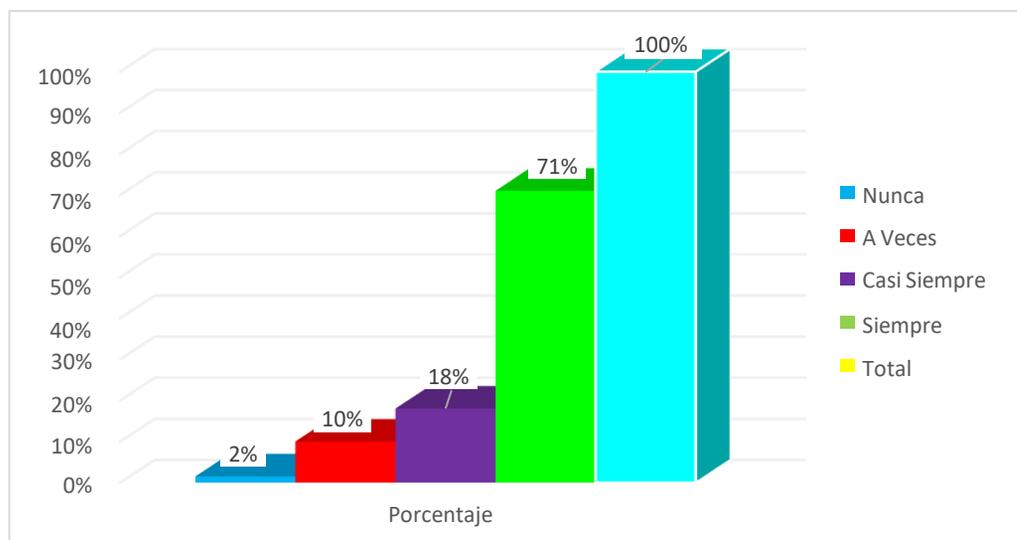


Figura 2. Planificación y organización Fuente. Tabla 2

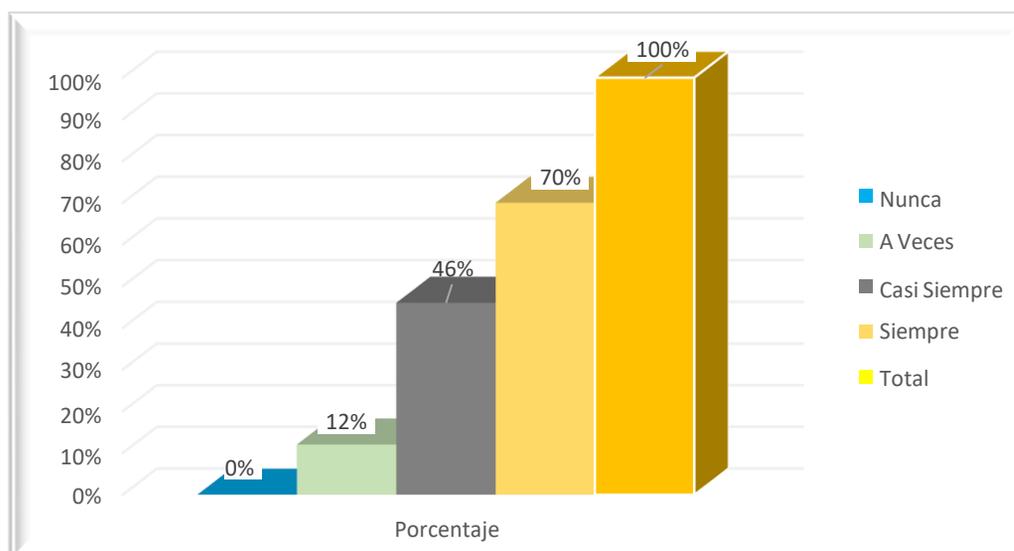


Figura 3. Satisfacción al cliente en producto y servicios
Tabla3.

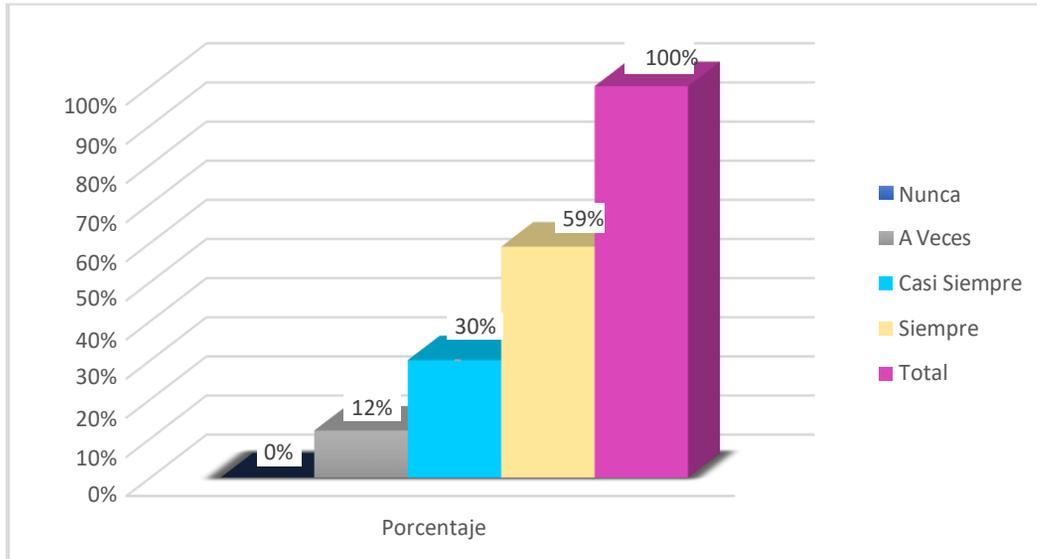


Figura 4. Evaluación de desempeño de los trabajadores

Tabla 4.

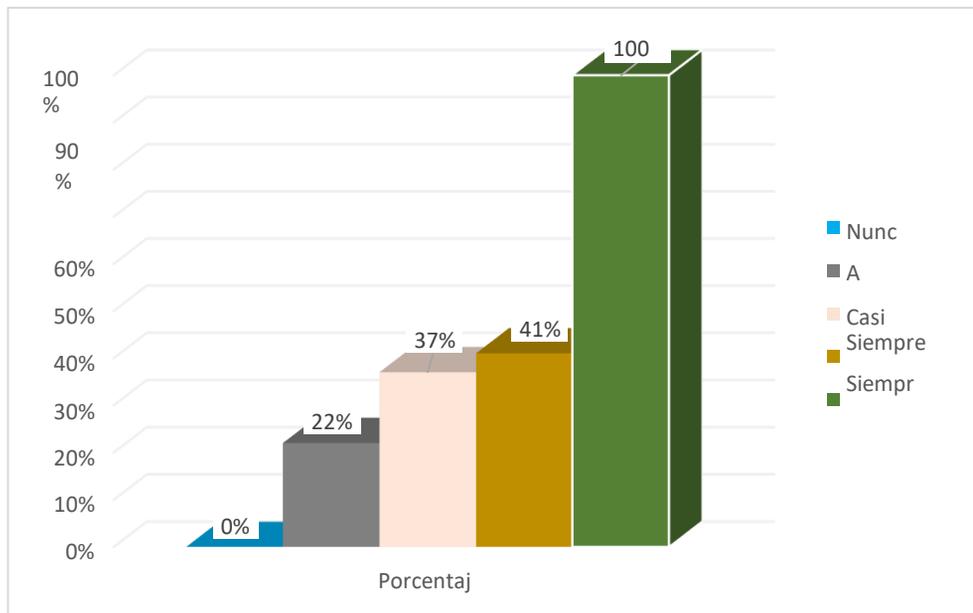


Figura 5. Calidad de producto y servicios

Tabla 5.

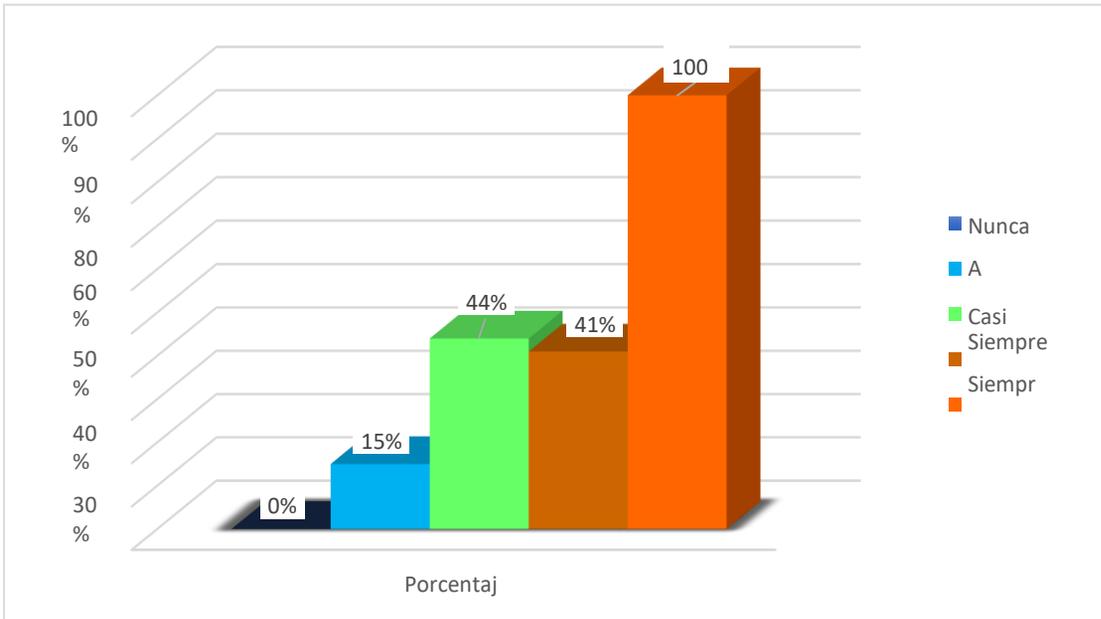


Figura 6. Sistema de gestión de calidad para mejorar la productividad

Tabla 6.

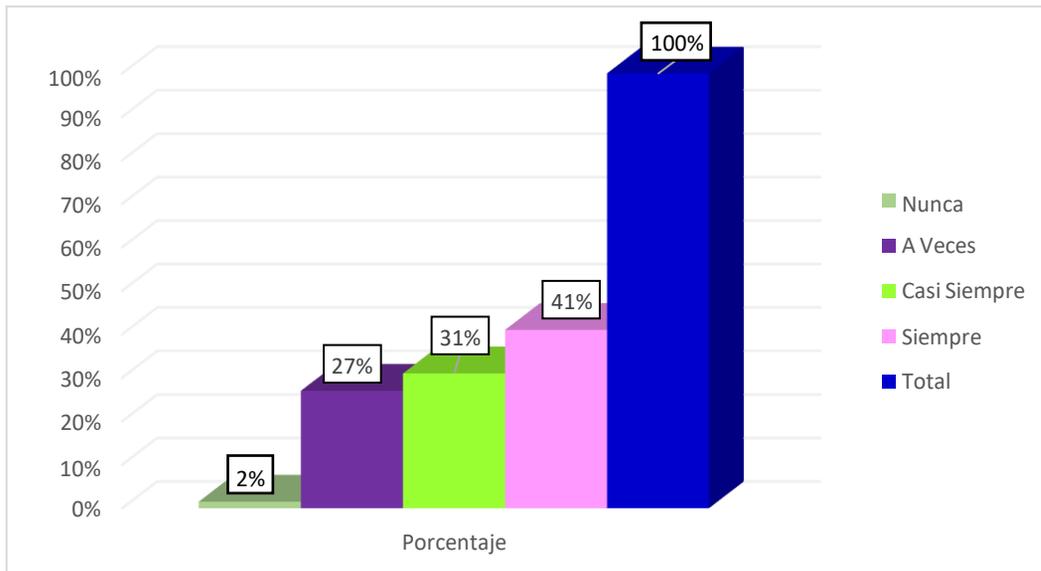


Figura 7. Sistema de gestión para la organización

Tabla 7.

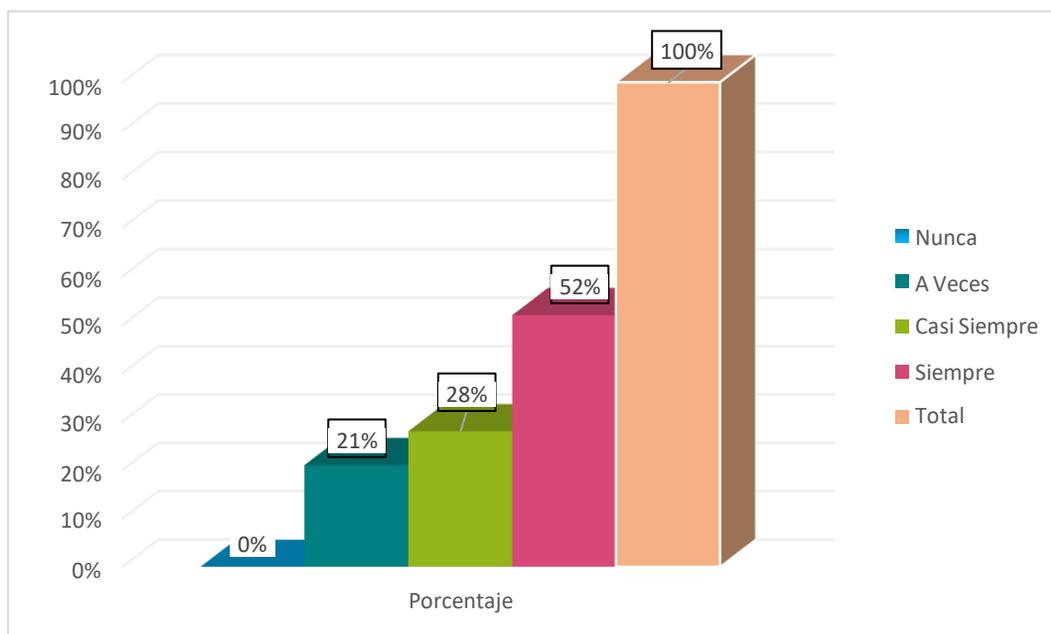


Figura 8. Recursos humanos y tecnológicos

Tabla 8

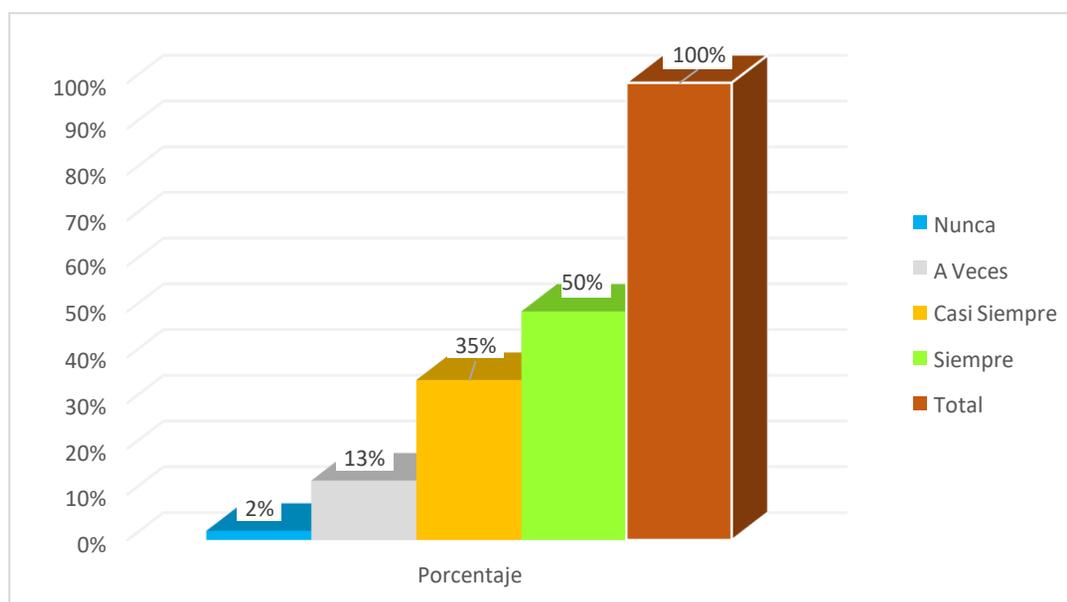


Figura 9. Cambios y mejoras para un mejor servicio

Tabla 9.

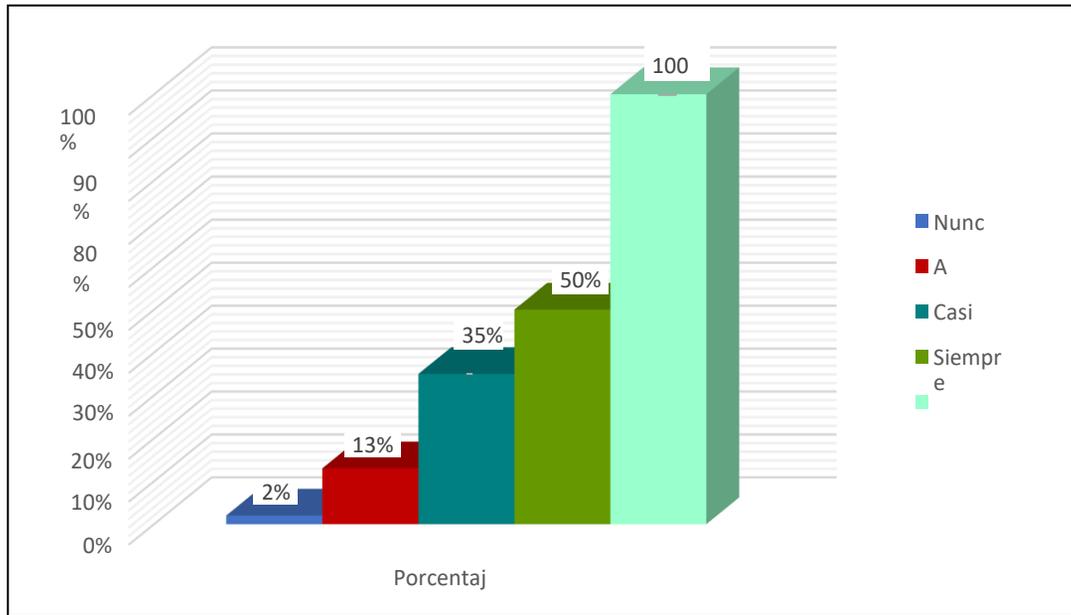


Figura 10. Satisfacción al cliente

Tabla 10.

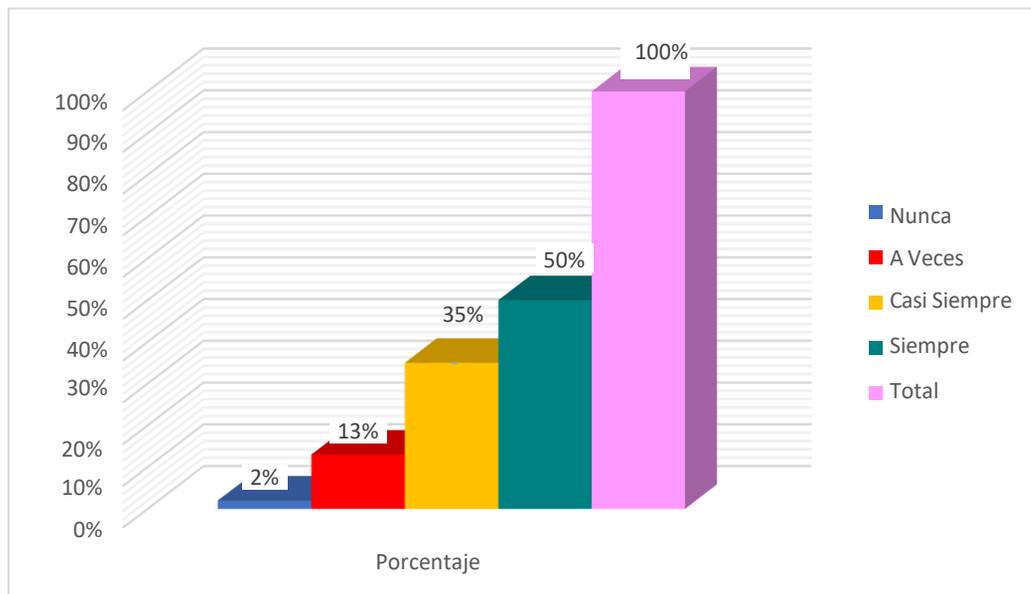


Figura 11. Atención al cliente

Tabla 11.

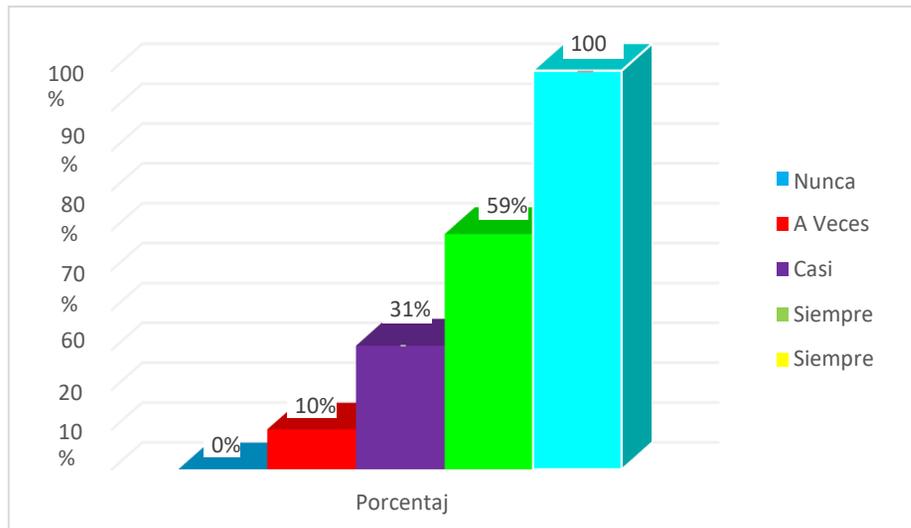


Figura 12. Calidad de producto

Tabla 12.

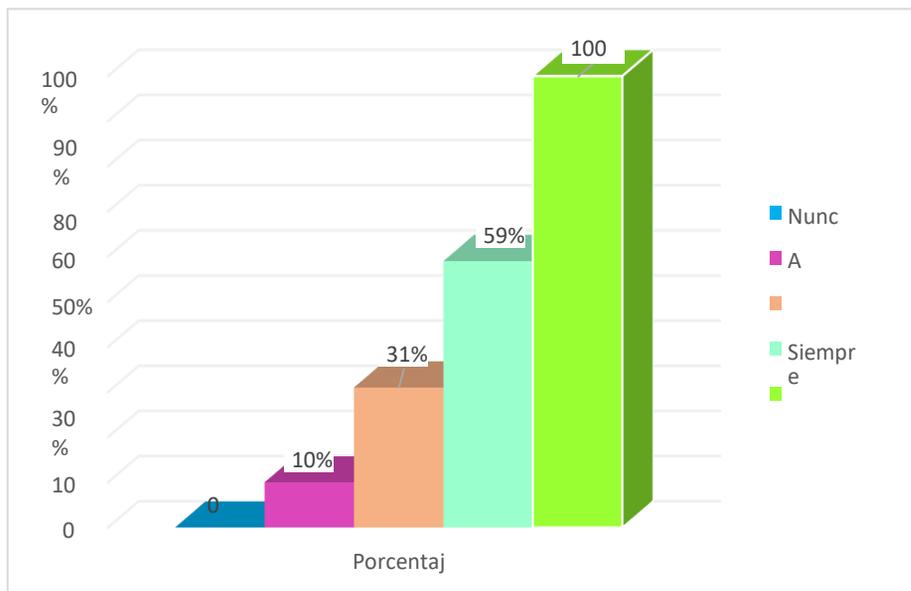


Figura 13. Incentivos al trabajador

Tabla 13.

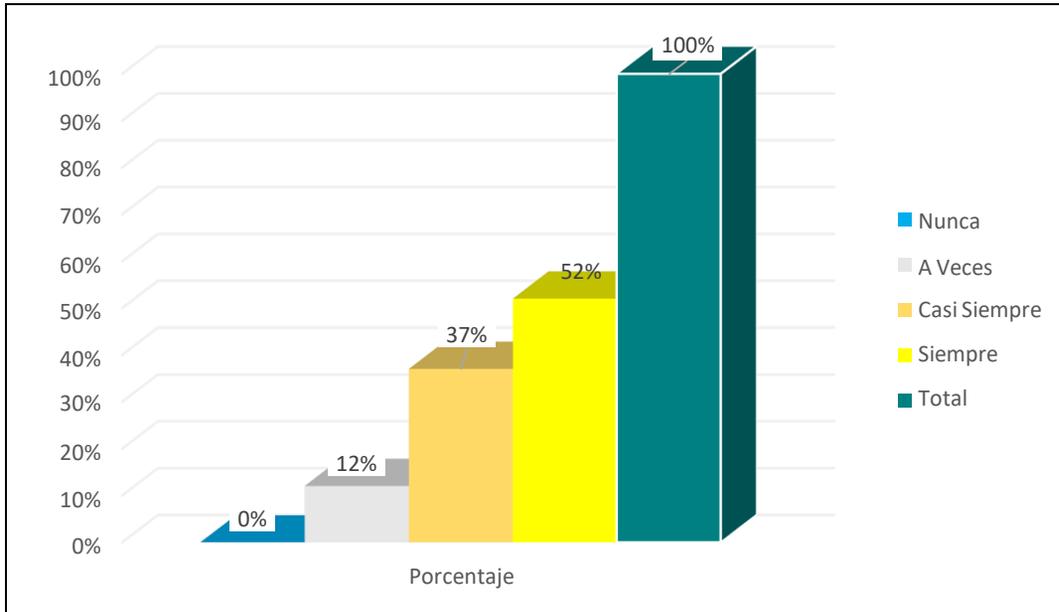
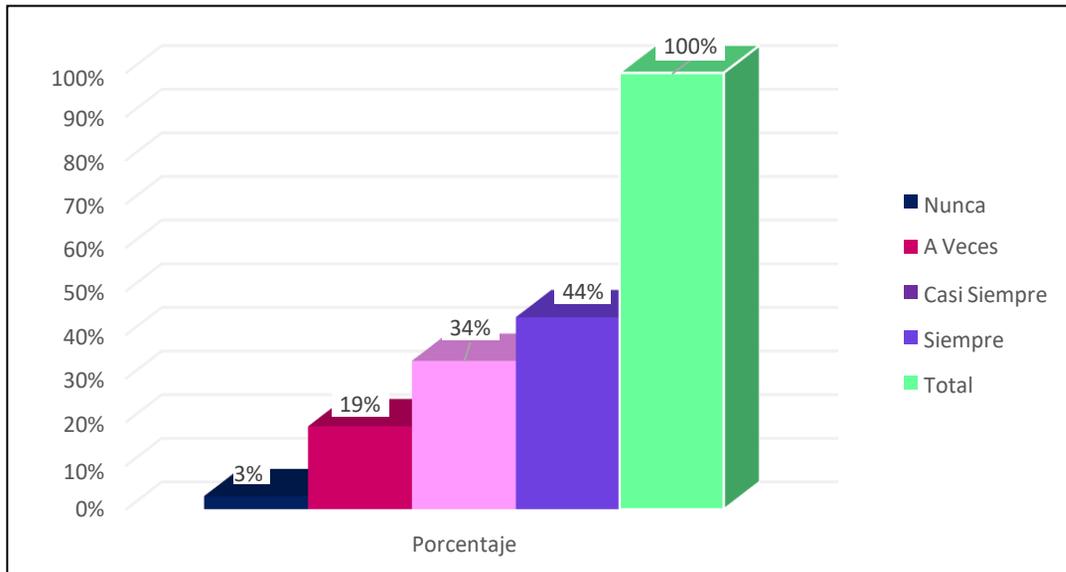


Figura 14. Servicio en la empresa

Tabla 14.



Anexo 7

Evidencia Turnitin.

The screenshot displays the Turnitin interface for a document. The document title is "GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA MYPE 300 EXPRESS CAFÉ Y SNACK EN EL DISTRITO DE SULLANA 2020." The author is YEIXIGREI MARYURI JIMENEZ CHERO. The work is for a degree in Administrative Sciences. The similarity score is 7%, with a match from the repository "repositorio.uialedch.edu" at 7%. The interface includes a sidebar with navigation icons, a top header with the Turnitin logo and user information, and a footer with page and word counts.

turnitin

YEIXIGREI MARYURI JIMENEZ CHERO T1M1V18-YJIMENEZCH0411181058-INFORME FINAL-TURNITING

**GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN
LA MYPE 300 EXPRESS CAFÉ Y SNACK EN EL
DISTRITO DE SULLANA 2020.**

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

AUTORA
JIMENEZ CHERO, YEIXIGREI MARYURI
ORCID: 000-0003-0714-6355

ASESOR
CENTURION MEDINA REINERIO ZACARIAS
ORCID: 0000-0002-6399-5928

Resumen de coincidencias X

7 %

1 repositorio.uialedch.edu... 7 % >
Fuente de internet

Página: 1 de 22 Número de palabras: 5305 Versión solo texto del informe Alta resolución Activado