



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

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

**PROPUESTA DE MEJORA EN LA ATENCIÓN AL  
CLIENTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD DE LAS  
MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR  
SERVICIO, RUBRO RESTAURANTE: CASO  
CEVICHERÍA VILLA DEL MAR SAC-URBANIZACIÓN  
MARISCAL CACERES, SJL, LIMA, 2020.**

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

**AUTOR:**

**AMANDA, ROJAS QUINTO**

**ORCID: 0000-0001-9591-3192**

**ASESOR:**

**DRA. CARMEN ROSA ZENOZAIN CORDERO**

**ORCID: 0000-0001-6079-2319**

**LIMA – PERÚ**

**2022**

## **1. TÍTULO DE TESIS**

**PROPUESTA DE MEJORA EN LA ATENCIÓN AL  
CLIENTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD DE LAS  
MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR  
SERVICIO, RUBRO RESTAURANTE: CASO  
CEVICHERÍA VILLA DEL MAR SAC-  
URBANIZACIÓN MARISCAL CACERES, SJL, LIMA,  
2020.**

## **2. EQUIPO DE TRABAJO**

### **AUTOR**

Rojas Quinto, Amanda

ORCID ID: 0000-0001-9591-3192

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

### **ASESOR**

Dra. Carmen Rosa Zenozain Cordero

ORCID: 0000-0001-6079-2319

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

### **JURADOS**

Leon Vigo, Maritza

ORCID: 0000-0002-1003-0372

Patiño Niño, Victor Helio

ORCID: 0000-0002-4660-9490

Limo Vasquez, Miguel Angel

0000-0002-6174-4754

**3. HOJA DE FIRMA DEL JURADO Y ASESOR(A)**

-----  
**LEON VIGO MARITZA**  
**Presidente**

-----  
**PATIÑO NIÑO, VICTOR HELIO**  
**Miembro**

-----  
**LIMO VASQUEZ, MIGUEL ANGEL**  
**Miembro**

-----  
**ZENOZAIN CORDERO, CARMEN ROSA**  
**Asesora**

#### **4. AGRADECIMIENTO**

Agradezco a mi familia primeramente a Dios, a mi familia y mis docentes quienes me han guiado y brindado el conocimiento durante el transcurso de los ciclos.

#### **5. DEDICATORIA**

Este presente trabajo está dedicado a mi familia quienes me han brindado su apoyo incondicional durante el transcurso de mi estudio. Asimismo, a mi asesor Dra. Carmen Rosa Zenozain Cordero, quien ha sido mi guía, por su dedicada labor y enseñanza, la paciencia y comprensión para realizar el presente trabajo de investigación.

## **6. RESUMEN**

El siguiente trabajo de investigación tuvo como objetivo “Determinar la mejora de la atención al cliente para la Gestión de Calidad en las MYPES del sector servicio, rubro restaurante caso Cevichería Villa del Mar SAC-Urbanización Mariscal Cáceres, SJL, Lima, 2020”. En cuanto a la metodología de la investigación fue de diseño de investigación no experimental- transversal- descriptivo- de propuesta. Asimismo, se tomó una encuesta, la cual se aplicó a los colaboradores del restaurante y el representante, obteniendo el siguiente resultado: con respecto al microempresario-el representante responde que el 80% son adultos y el tiempo de permanencia de la empresa en el rubro se encuentra entre 4 a 7 años; en cuanto a los colaboradores con respecto al género-80%, en cuanto al grado de instrucción el 70% estudiaron la secundaria y los otro 30% de ellos no tienen ninguna profesión. Por otra parte, el representante menciona que la empresa tiene también un ingreso hasta 36,670.00 soles y constituidos como persona natural. En síntesis, podemos indicar que la investigación se basa en brindar una información clara a las organizaciones de restaurantes buscando una mejora de calidad relacionado al servicio brindado a los clientes y la gestión de calidad. Por otro lado, los resultados permiten tomar decisiones adecuadas en la empresa mejorando estrategias de fidelización.

Palabras clave: Atención al cliente, Gestión de Calidad y Microempresas

## **Abstract**

The following research work had as objective "To elaborate the proposal to improve customer service for Quality Management in MYPES of the service sector, restaurant category, case of Cevichería Villa del Mar SAC-Urbanización Mariscal Cáceres, SJL, Lima, 2020" . Regarding the research methodology, it was a non-experimental-cross-sectional-descriptive-proposal research design. Likewise, a survey was taken, which was applied to the restaurant's collaborators and the representative, obtaining the following result: with respect to the micro-entrepreneur-the representative responds that 80% are adults and the length of time the company has been in the business is between 4 to 7 years; Regarding the collaborators with respect to gender-80%, regarding the degree of education 70% studied secondary school and the other 30% of them do not have any profession. On the other hand, the representative mentions that the company also has an income up to 36,670.00 soles and constituted as a natural person. In summary, we can indicate that the research is based on providing clear information to restaurant organizations seeking a quality improvement related to the service provided to customers and quality management. On the other hand, the results allow adequate decisions to be made in the company, improving loyalty strategies.

*Keywords:* Customer Service, Quality Management and Microenterprises

## 7. Contenido

1. TÍTULO DE TESIS .....	II
2. EQUIPO DE TRABAJO.....	III
3. HOJA DE FIRMA DEL JURADO Y ASESOR(A) .....	IV
4. AGRADECIMIENTO .....	V
5. DEDICATORIA .....	V
6. RESUMEN .....	VI
7. Contenido.....	VIII
I. INTRODUCCIÓN.....	- 10 -
II. REVISIÓN DE LITERATURA.....	- 13 -
2.1. Antecedentes .....	- 13 -
III. HIPÓTESIS.....	- 42 -
IV. METODOLOGÍA.....	- 42 -
4.1 Diseño de la investigación.....	- 42 -
4.2 Población y muestra.....	- 42 -
4.3 Definición y operacionalización de variables e indicadores .....	44
4.4 Técnicas e instrumentos de recolección.....	45
4.5 Plan de análisis.....	45
4.6 Matriz de consistencia .....	46
4.7 Principios éticos .....	47
V. RESULTADOS.....	49
5.1 Resultados.....	49
5.2 Análisis de los resultados .....	58
VI. Conclusiones .....	60
Aspectos complementarios .....	62

PLAN DE MEJORA.....	66
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	71
ANEXOS.....	76
Anexo "A" Cuestionario.....	76
Anexo "B": Evidencias de validación de instrumento.....	82
Anexo "C": Consentimiento informado.....	90

## **I. INTRODUCCIÓN**

En la actualidad, la gestión de calidad y la atención al cliente es de vital importancia en las Micro y Pequeñas empresas, ya que esta se orienta a asegurar la eficiencia y a incrementar la confianza y fidelidad de los clientes con el objetivo de ofrecer un buen servicio de calidad. De esta forma, la gestión de calidad busca satisfacer al cliente, obtener nuevos clientes, una mejora en la organización, una diferencia significativa ante sus competencias, reducir el costo sin que afecte a la calidad, cumplir los requisitos de la administración pública y de la misma entidad. Mediante ello, se busca la rentabilidad en el mercado.

En Europa, las micro y pequeñas empresas tienen problemas en la atención al cliente y en la gestión de calidad debido a que no existe una buena organización y sugerencias, donde plasmen su planes y se pueda valorar para el crecimiento de la actividad económica de la entidad. No existe una evaluación y capacitación a las dependientes, ni fortalecen la comunicación sobre el enfoque de sus objetivos y las metas plasmadas a la cual está dirigida la empresa. “Considerando el peso que llevan las microempresas de Europa sobre su producción y motor de la economía de los países desarrollados, urge mejorar las condiciones atención al cliente y la gestión de la calidad que brindan, pues corren el riesgo de cerrar sus establecimientos en corto periodo de tiempo” (Garcés, 2019)

De igual manera nos demuestra un estudio realizado en Nicaragua, que existe un sector de la población recibe un atención poca adecuada, esta tiene consecuencia a una deficiente de Gestión de Calidad, falta de amabilidad, la cordialidad en la relación personal, la insuficiencia del recurso humano que presentan para garantizar la atención adecuada. (Alfaro, 2020).

En Colombia, “se evidencia problemas en las empresas desde el ámbito interno, hacia los puntos referentes, en la forma adecuada de atención al cliente externo y una buena aplicación de la gestión de calidad en el negocio. A pesar de estar establecidos en los negocios, éstas políticas de calidad y buena atención, éstas no son dadas a la socialización y difusión del mismo, de tal manera que los operarios no están bien adiestrados en el manejo adecuado del trato hacia los clientes. Parte importante es que no hay una coherencia desde los niveles superiores de plasmar este conocimiento y supervisión del mismo al

momento de relacionar sus funciones los servidores con los usuarios. A esto se suma las crecientes exigencias de los clientes en sus expectativas de atención, los cuales terminan desmotivados, al igual que sus mayordomos al no lograr la captación de los comensales hacia la fidelización a sus servicios” (López, 2020).

Esto demuestra que a pesar de la demanda creciente en el sector servicio, los propietarios de los establecimientos no prevén mecanismos apropiados y necesarios en el tema de Gestión de calidad y atención al cliente.

A partir de la siguientes problemáticas se ha realizado la siguiente investigación titulada “Propuesta de mejora de la atención al cliente para la Gestión de Calidad en las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio, rubro restaurante: caso Cevichería Villa Del Mar S.A.C.- Lima, 2020”.El presente trabajo de investigación tiene como objeto estudiar la propuesta de mejora en la atención al cliente en el restaurante Cevicheria Villa Del Mar. Por ello se planteó el siguiente enunciado del problema de investigación: ¿Cuál es la mejora de la atención al cliente para la Gestión de Calidad en las MYPES del sector servicio, rubro restaurante caso: Cevichería Villa Del Mar S.A.C. Urbanización Mariscal Cáceres, SJL-Lima, 2020? Y para dar respuesta se planteó el siguiente objetivo general: Determinar la mejora de la atención al cliente para una Gestión de Calidad en las Micro y Pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurante: caso Cevichería Villa Del Mar S.A.C. Urbanización Mariscal Cáceres, SJL-Lima, 2020. Asimismo, se planteó los objetivos específicos:

1. Describir las principales características relevantes de los trabajadores y representante legales en las Micro y Pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurante: caso Cevichería Villa Del Mar S.A.C. Urbanización Mariscal Cáceres, distrito San Juan de Lurigancho, Lima, 2020.

2. Definir la mejora en la atención al cliente para la Gestión de Calidad en las MYPES del sector servicio, rubro restaurante caso: Cevichería Villa Del Mar S.A.C. Urbanización Mariscal Cáceres, SJL-Lima, 2020
3. Elaborar la propuesta de mejora para la atención al cliente en la gestión de calidad en las Micro y Pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurante: caso Cevichería Villa Del Mar S.A.C. Urbanización Mariscal Cáceres, distrito San Juan de Lurigancho, Lima, 2020.

La investigación se justifica porque, permite conocer mediante los resultados obtenidos, los problemas que atraviesan las Micro y pequeñas empresas del rubro restaurante con relación a la gestión de calidad, permitiendo tomar medidas correctivas y planteando metas a futuro.

Además, ayudará entender la investigación, teniendo en cuenta la responsabilidad del servicio, así se podrá ejecutar el proceso de investigación. Por lo tanto, nos ayuda identificar las características significativas y de la misma forma sobre el servicio brindado a los clientes es adecuado.

Por otro lado, la investigación se justifica porque será de gran beneficio para la sociedad y posibles emprendedores para que tomen como base fundamental el presente estudio para tomar mejores decisiones antes de poner en marcha el negocio. De tal forma la investigación se justifica porque servirá como base para las futuras investigaciones dentro del ámbito geográfico de la región y del país.

La investigación fue de diseño de investigación no experimental- transversal- descriptivo- de propuesta. Se tomó una encuesta, la cual se aplicó a los trabajadores del restaurante y el representante, obteniendo el siguiente resultado: con respecto las características legales del representante se obtuvo un resultado donde la permanencia de la empresa en el rubro es de 4-7 años y el ingreso mensual es hasta 36,000. Asimismo los trabajadores se encuentran en un rango de 31 a 50 años de edad. Con respecto a la atención al cliente, se muestra que el 50% de los trabajadores mantienen la comunicación efectiva con sus clientes y por último con respecto a la propuesta de mejora, teniendo en cuenta las problemáticas encontradas se implementa una propuesta de mejora con la finalidad de mejorar el desempeño laboral, la productividad y el clima laboral.

Por esta razón se deduce que la investigación se basa en brindar una información clara a las organizaciones de restaurantes buscando una mejora de calidad relacionado al servicio brindado a los clientes y la gestión de calidad, ello para evitar ciertos paradigmas que podría darse durante el proceso de su desarrollo. Por otro lado, los resultados hallados en la tabla están orientados para que se tomen decisiones adecuadas por parte del representante de la empresa, ello con el objetivo de mejorar la gestión de calidad por medio de estrategias de fidelización.

## **II. REVISIÓN DE LITERATURA**

### **2.1. Antecedentes**

#### **Antecedentes Internacionales**

Las Micro y Pequeñas Empresas son los que mayor empleo ofrece, la cual significa que debe contar con personal capacitado de acuerdo a las necesidades y exigencias actuales del mercado.

Figuroa y Lemus (2020) “en su investigación denominada del sistema de gestión de calidad para la empresa COVAL S.A bajo la Norma NTC ISO 9001:2015.Tuvo el siguiente objetivo general: Diseñar un sistema de gestión de calidad para la empresa COVAL S.A bajo la Norma NTC ISO 9001:2015.La metodología de la investigación fue de diseño descriptivo, la población estuvo conformada por 200 clientes ,en donde utiliza la formula estadística para obtener la muestra el cual estaría conformado por 132 clientes. Se trabajó con un nivel de confianza del 95% y margen de error 5%.La técnica Que se utilizó fue la encuesta y el instrumento de la investigación es un cuestionario con 16 preguntas. Obtuvo los siguientes resultados que el 84.6% pertenecen al género masculino, el 100 % de los clientes encuestados respondieron que si están satisfechos con la atención prestada, el 100% respondieron que si recomendarían a empresa COVAL S.A, el 84.6% de clientes comprar con mayor frecuencia el comento Holcim, el 61.5% de clientes encuestados indican que compran con mayor frecuencia teja Eternit N°08,el 76.92% de los clientes indican comprar con mayor frecuencia el drywall de 6mm, el 69.2% de los clientes indican comprar con mayor frecuencia eterboard de 6mm,61.5% de los clientes compran con mayor frecuencia la marca Gerfor, el 61.5% de los clientes encuestados indican que compran con mayor frecuencia accesorios de ½ de pulgada, el 69.2% de clientes encuestados eligen comprar con mayor frecuencia tubería de agua de ½ de pulgada, el 61.6% los clientes indicaron que compran con mayor 9 frecuencia tubería de alcantarillado de 18 pulgadas,

el 38,5% realizan compras semestrales en la empresa y el 38,5% compran mensualmente, el 92,3% de clientes están satisfechos con los tiempos de entrega, se evidencia que el 92,3% de clientes se encuentran satisfechos con el estado de entrega de los productos, el 30,8% tienen un nivel de satisfacción 10 esto demuestra que los clientes se encuentran satisfechos en gran mayoría con la empresa, el 100% de los clientes respondiendo que no se comunica con algún trabajador para resolver su inconformidad debido a que no tienen inconformidades. En conclusión, los resultados obtenidos durante el proceso de desarrollo en donde se pudo observar que la empresa no contaba con misión, visión, valores corporativos, mapa de procesos y estructura organizacional”.

Marín, Sanabria y Sanches (2019) en su investigación titulada “Propuesta para la implementación del sistema de gestión de calidad restaurante de cafetería, Connecta-Bogotá-Colombia. Tuvo como objetivo general: Generar una propuesta de implementación de un sistema de gestión de calidad alineada a la norma ISO 9001-2015, para el restaurante la Cafetería en Connecta, enfocados al mejoramiento continuo del proceso administrativo y comercial. La investigación fue de diseño: No experimental – Transversal, de tipo cuantitativo y de nivel descriptivo. La población fue finita de 1 MYPES dedicada al servicio de alimentación, de la cual se tiene una muestra de 15 personas. La información se la realizó a través de la técnica de la encuesta dirigidas a los clientes y como instrumento de recolección de datos se usó un cuestionario de 25 preguntas con escala de tipo Likert. Obteniendo los siguientes resultados: el 68% de los encuestados se queja de que no hay servicio a domicilio, el 60% de los encuestados califica sobresaliente la infraestructura del Restaurante la Cafetería. El 30% de los encuestados califica sobresaliente los productos que ofrece el Restaurante la Cafetería. El 30% de los encuestados califica sobresaliente el servicio del Restaurante la Cafetería. Respecto a la pregunta realizada en la Plazoleta de comidas, se evidencia que el 100% de las personas encuestadas desconoce los servicios y la ubicación del restaurante la Cafetería. El 54% opinan que no está siendo reforzada la comunicación por parte de los líderes a las demás personas de la organización. El 62% considera que existe una falta de 24 estrategias óptimas de marketing en el restaurante. El 46% de los encuestados revelan que las estrategias de apoyo se desarrollan, se revisan, y se actualizan, pero no se efectúan a cabalidad en la organización. El 62% opinan que no existe un sistema que permita dar reconocimiento a los colaboradores que cumplen con los objetivos propuestos. El 71% opinan que no existe dentro de la organización un manual de procesos y funciones donde puedan conocer el rol de cada colaborador en su puesto de trabajo y los objetivos y planes de la empresa. El 68% de los encuestados refieren que en el proceso de contratación la organización

carece de una plataforma web para el conocimiento del mercado laboral. El 76% opinan que la organización presenta falencias en el uso de la información como base para la toma de decisiones. El 47% evidencian una falta de mayor visión de la organización para establecer alianzas comerciales con proveedores u otras empresas del sector. El 66% opinan que la empresa realiza una adecuada gestión con sus proveedores en cuanto a seguimiento, control y evaluación, para un eficaz suministro. El 59% de los encuestados manifiestan que no existen procesos debidamente estandarizados. El 44% opinan que la empresa nunca realiza subcontrataciones para el mantenimiento de equipos informáticos. El 86% opinan que la empresa no utiliza herramientas tecnológicas para los procesos de ventas; es decir, no cuenta con plataforma para recibir solicitudes de pedido. El 53% opinan que no se realizan encuestas de satisfacción al cliente una vez realizado el servicio. La investigación concluye: La contextualización de la empresa permitió tener un claro diagnóstico que a partir de la herramienta de árbol de problemas se logra identificar las diferentes variables que influyen directamente en la problemática del Restaurante y así la posibilidad de actuar en el enfoque de la implementación del SGC en el mismo. Se genera el mapa de proceso junto a la caracterización de cada uno de los procesos que involucran la actividad económica del Restaurante y por ende se logró establecer e identificar el Rol y responsable de las actividades, así como la documentación y herramientas de medición necesarias para el seguimiento y control. Se logra identificar oportunidades de mejora en el proceso comercial, por lo tanto, se realiza análisis de diagnóstico actual del restaurante en temas de marketing mediante las 5P's del marketing, identificando precios actuales y metodología comercial actual del restaurante. Mediante un análisis DOFA se logra identificar el estado actual de la organización en temas de responsabilidad Social, y de allí generar un plan de acción en el restaurante, con herramientas como encuestas de satisfacción a clientes y formato de cuestionario de ambiente laboral para los empleados, esto de gran aporte a nuevas estrategias en RH. Se desarrolla el modelo CANVAS, el cual brinda una perspectiva general del modelo de negocio del restaurante. Finalmente, teniendo en cuenta lo sugerido a la Administración del Restaurante, de acuerdo al análisis desarrollado a partir del Ciclo PHVA, a continuación, se realiza la aplicación de la técnica de los 5 por qué enfocado en específicamente en el siguiente cuestionamiento: El Restaurante La Cafetería en Connecta debido al desarrollo que ha surgido en el sector, se ha visto perjudicado en las ventas en comparación con los otros negocios que prestan el servicio de alimentación ubicados en la plazoleta principal”.

Castro (2020) en su investigación titulada “Propuesta de mejora a la atención al cliente en la empresa LOVE BY SYS S.A, Guayaquil, Ecuador, provincia de Guayas, 2020. Tuvo como

objetivo general: Diseñar una propuesta de mejora en la atención al cliente para el incremento del volumen de ventas en la empresa Love by Sys S.A., ubicada en la ciudad de Guayaquil, Ecuador provincia del Guayas, en el periodo 2020. La investigación fue de diseño: No experimental – Transversal, de tipo cuantitativo y de nivel descriptivo. La población fue de 200000 personas, de la cual se aplicó un muestro aleatorio simple dando como resultado una muestra de 384 personas. La información se la realizó a través de la técnica de la encuesta dirigida a los clientes y como instrumento de recolección de datos se usó un cuestionario de 15 preguntas con escala de tipo Likert. Obteniendo los siguientes resultados: Según las personas encuestadas el 85% consideran que la imagen del establecimiento es la adecuada, el 79% de las personas encuestadas, consideran que el personal de la empresa presenta un buena apariencia y pulcritud durante la realización del servicio, el 50% están de acuerdo con el grado de amabilidad y cortesía que brindan los empleados, el 72% de las personas consideran que los empleados no muestran preocupación por atender a sus clientes, el 64% consideran que la tienda Love by Sys, mantiene buenos canales de información para promocionar sus productos, el 63% consideran que los técnicos no cuentan con las herramientas adecuadas para realizar las diferentes actividades, el 72% de los clientes perciben que los empleados de la tienda Love by Sys, no tienen un dominio pleno sobre 14 los procesos en la gestión de las ventas, el 60% consideran que no tienen un conocimiento absoluto sobre los precios, tallas y colores de las prendas que existen en la tienda, el 76% consideran que la tienda realiza una adecuada publicidad, el 72% de los encuestados percibieron que la atención personalizada es insuficiente, el 72% opinan que el personal de la tienda Love by Sys no realizan puntualmente las entregas a domicilio, el 76% consideran que la entrega de las prendas en sus domicilios no es la más adecuada, el 79% de los clientes consideran que los precios de las prendas y productos en general son adecuados, el 76% consideran que el personal que labora en la tienda no tiene dominio de la forma en que deben acercarse a los clientes para ofrecer los diferentes productos que existen en la tienda. La investigación concluye: A partir de la información recopilada por medio de las diferentes fuentes bibliográficas, se fundamentaron los aspectos esenciales sobre la atención al cliente y las circunstancias que inciden en la disminución de las ventas por parte de la empresa. Se analizaron los resultados obtenidos de la investigación para comprender la situación de la tienda Love by Sys respecto a la mala atención al cliente, aplicando la investigación cuantitativa para demostrar que no existe fidelización y satisfacción por parte de los clientes. Se instauraron una serie de mejoras en forma de plan para garantizar una mejor gestión respecto a los procesos y procedimientos que siguen en la actualidad la tienda Love by Sys, con la finalidad de lograr el éxito empresarial”.

Lucero (2018) menciona en su investigación titulada “Medición de la satisfacción del servicio de atención al cliente, caso empresa de recreación- Universidad Autónoma del Estado del Estado de México. Tuvo como objetivo general: Diseñar estrategias que permita la medición de la satisfacción del servicio de atención que se le ofrece al cliente en una Empresa de 15 Recreación, con el propósito de brindar un servicio de calidad a sus clientes, logrando la satisfacción de las necesidades de los usuarios. La investigación fue de diseño: No experimental – Transversal, de tipo cuantitativo y de nivel descriptivo. La población fue de 01 empresa de recreación, de la cual se toma como muestra de estudio e investigación a todos los usuarios asistentes a ella. La información se la realizó a través de la técnica de la encuesta dirigida a los clientes y como instrumento de recolección de datos se usó un cuestionario de 17 preguntas con escala de tipo Likert. Obteniendo los siguientes resultados: el 51% de las personas contactaron con el servicio al cliente por teléfono, el 42% de las personas calificaron al servicio de atención al cliente, en la resolución del problema como malo, el 56% calificó la rapidez de la respuesta por teléfono de manera regular, el 62% de las personas entrevistadas califican la facilidad para contactar con el servicio de atención a clientes de manera regular, el 58% de las personas entrevistadas califican el servicio de rapidez por mail como malo, el 48% de las personas encuestadas califica de manera regular el profesionalismo de la persona que los atendió, el 43% de las personas entrevistadas consideran excelente la paciencia de la persona que los atendió, el 60% de la población entrevistada dice que la persona que los atendió entendió regularmente su problema, el 50% manifiesta que le escucharon de forma regular, el 42% manifiesta que recibió un trato regularmente cortés, el 44% manifiesta haber recibido solución a su problema de forma regular, el 72% refiere que fue regularmente eficiente la atención, el 68% refiere que fue regularmente eficiente la amabilidad, el 70% refiere que fue regularmente se expresaron de forma clara y fácil de entender. La investigación concluye: En este trabajo de investigación se presentó el desarrollo, estudio y finalidad del servicio de atención a clientes para tener la completa satisfacción de los mismos. El servicio de atención a clientes es el servicio o atención que una empresa o negocio brinda 16 a sus clientes al momento de atender sus consultas, pedidos o reclamos, venderle un producto o entregarle el mismo. Se obtuvo un resultado de gran importancia donde la investigación arroja que el servicio que ofrece la empresa de recreación turística no es del todo deficiente, pero que los socios miembros de dicho club, piden que existan mejoras continuas en el funcionamiento del servicio de atención al cliente que éste brinda para mejor resultado. Se destacó que para que exista un funcionamiento correcto de la empresa de recreación turística, tienen que ir ligados todos los departamentos que la constituyen, pero dando

mayor énfasis al servicio de atención a clientes ya que con este obtendremos la medición de la satisfacción de los clientes para detectar las fallas latentes y poder darles la mejor solución”.

### **Antecedentes Nacionales**

**Samanez L. (2019)** Perú, en su tesis titulado “Gestión de calidad en atención al cliente y propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes del distrito de Sayan, provincia de Huaura, año 2019” menciona que las micro y pequeñas empresas desempeñan un papel importante en el desarrollo de la economía, así como la contribución para crear empleos, con el objetivo de dar oportunidades a las personas a las personas que se enfocan brindar servicio y atención al cliente. Además, permite incrementar el producto bruto interno en las organizaciones, de acuerdo a lo investigado se identificó que en cuanto al número de trabajadores con las que cuentan los restaurantes el 50% tienen de 6 a 10 trabajadores, por lo que se considera que los restaurantes cuentan con una cantidad importante de colaboradores. En cuanto a la situación legal de los restaurantes se obtuvo que el 73% de las Mypes son formales, esto significa que las empresas están dispuestas a gestionar cumpliendo con los con las normas. Con relación al tiempo de permanencia de las empresas en el rubro se obtuvo que el 54% tenga de entre 4 a 6 años en el mercado, lo cual se considera que los negocios están considerados como atractivos y Competentes en el mercado.

**Sánchez (2020)**, en su trabajo titulado, Propuesta de mejora de los Procesos Administrativos para la Gestión de Calidad en las Micro y Pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes-Iquitos, 2020. Para optar el título profesional de licenciada en administración, realizado en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. La investigación tuvo como objetivo general: Establecer una propuesta de mejora de los procesos administrativos para la Gestión de Calidad en las Mypes del sector comercio, rubro restaurantes de la ciudad de Iquitos. 2020. La metodología que usó es de nivel descriptivo, diseño no experimental-cuantitativo. Se aplicó un cuestionario de 26 preguntas, teniendo 30 microempresas. En los resultados de la investigación se halló que la mayoría están constituidas como persona natural, dirigidas por microempresarios, con estudios básicos. Respecto a la gestión, se realizó propósito de la mejora continua y

atención a sus clientes. Respecto a los procesos administrativos, toso se encuentra bajo el liderazgo del propietario, existe poco seguimiento a los cumplimientos de la organización formal y procedimientos de control. Se concluye que los procesos administrativos deben ser implementados, para lo cual se propone un plan de mejora. Por lo tanto se define que el propietario carece de conocimientos básicos de la administración, motivo a ello no aplica de manera adecuada los procesos administrativos.

**Ramos (2018)** en su trabajo de investigación titulado, Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las Mypes del sector servicio, rubro restaurante, Satipo-2017-Pucalpa-2018. “Para optar el título profesional de Licenciado en Administración, realizado en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Esta investigación tuvo como objetivo: Determinar si las mypes del sector comercial, rubro restaurante, del Distrito de Satipo se gestionan con un enfoque en atención al cliente. Usó la metodología de tipo Cuantitativa de nivel Descriptivo y diseño no experimental- transversal, descriptivo, correlacional. Su técnica de investigación fue: Trabajo de campo, observación, entrevistas y encuestas. La población está conformada por 11 Mypes, aplicando 17 preguntas través de la técnica de encuesta, obteniéndose como resultados: Respecto al Propietario: Edad, la mayoría están en el rango de 29 a 39 años (72,7%); sexo femenino (54.5%) y masculino (45,5%); la mayoría no tiene instrucción académica, son “Empíricos” (54.5%). Respecto a la empresa: 100.0% cumplen con los aspectos 19 de la formalización; principal interés de formalizarse es el “acceso al crédito bancario” (72,7%); 45,5% tiene trayectoria en el mercado “de 4 a 6 años”. Un 63,6% cuenta “de 1 a 4 trabajadores” y no los tiene registrados en planilla. Respecto a la gestión y atención al cliente: el 72,7% no se gerencia con prácticas de mejora continua. No tiene misión, visión (81,2%); considera “regular” la gestión de la gerencia (54,5%). Las mypes no se involucran en el fomento de la cultura (63,6%). No organiza, ni clasifica los artículos en función de orientación al cliente; el 72,7% no capacita a su personal; 81,8% no tiene establecido el servicio de post venta. Sin embargo, la gestión tiene como prioridad: “Calidad de Servicio” 63,6%; “Rentabilidad” 18,2%; “Posicionamiento” 18,2%. Finalmente, en su mayoría no evalúa el nivel de satisfacción del cliente (81,8%). Llegándose a la conclusión que los negocios ya establecidos en la comunidad, dirigidos

por microempresarios de ambos sexos y en su mayoría no tienen instrucción académica. - Están formalizados, pero no cumplen con los derechos laborales de sus colaboradores. - No son administrados adecuadamente. Los propietarios desconocen de los alcances de una gestión de calidad. - No están enfocados en el cliente. No existe un plan de mejora, ni se evalúa el nivel de satisfacción. - Se desconoce técnicas de atención al cliente. - Finalmente, se concluye que la gestión de los propietarios es débil y debe haber apertura para introducir cambios para mejora empresarial. De esta información se puede inferir que, en el Distrito de Satipo la mayoría de los empresarios, no aplica la gestión de calidad, ni se preocupa por la atención al cliente quien es el principal consumidor”.

Zapata (2021) en su investigación titulada “Gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente de la Mype, sector servicio, rubro restaurante: casa Bahía Lounge del distrito de Tumbes, 2021. Tuvo como objetivo general: Determinar las principales gestiones de calidad bajo el enfoque en atención al cliente de la Mypes, Sector Servicio, Rubro Restaurant: Caso Bahía Lounge Del Distrito De Tumbes, 2021. La investigación fue de diseño: No experimental – Transversal, de tipo cuantitativo y de nivel descriptivo. La población fue de 10 Mypes dedicada al servicio de hospedajes - Tumbes, 2020, y una muestra de 16 clientes. La información se la realizó a través de la técnica de la encuesta dirigida a los clientes y como instrumento de recolección de datos se usó un cuestionario de 12 preguntas con escala de tipo Likert. Obteniendo los siguientes resultados: el 100% opinan que siempre es importante tomar en cuenta las sugerencias y recomendaciones del cliente, 63% opinan que casi siempre el restaurant brinda un proceso de servicio de atención al cliente, el 100% opinan que siempre se aplica un control de calidad apropiada en el restaurant, el 69% considera que casi siempre el tipo de proceso que se aplica para una buena administración es el adecuado, el 43% considera que casi siempre recibe 29 capacitación el personal de planta, el 93% refiere que casi siempre el protocolo de bienvenida que ofrece el personal de atención al cliente es el adecuado, el 75% opinan que casi siempre el producto de venta del negocio es calificado de buena calidad, el 63% considera que siempre conoce las ofertas que la empresa realiza diferente a la competencia, el 75% considera que casi siempre la empresa se preocupa por el servicio que el cliente necesita, 63% opinan que siempre el servicio que brinda la empresa describe la conformidad del precio del producto, el 75% manifiesta que casi siempre el personal está presente al momento de solicitarle su ayuda. La investigación concluye: que existe un alto nivel de gestión de calidad en relación a la atención al cliente que imparten los trabajadores, mostrando empatía, asertividad y compromiso hacia al

cliente; y que los propietarios de los establecimientos de restaurantes se preocupan por las condiciones y necesidades laborales de los trabajadores”.

### **Antecedentes Locales**

Ante este panorama, a nivel local cuenta con una problemática en relación a la pérdida del cliente, los colaboradores de dicho restaurante no cuentan con ciertas cualidades y/o experiencias para brindar una buena atención al cliente o consumidor. Existe la falta de calidad en la atención al cliente, ya que esta es una necesidad fundamental de satisfacer al cliente. Entonces, es válido mencionar que el siguiente trabajo de investigación se realizará con un objetivo infalible de establecer una propuesta de mejora de la atención al cliente para una gestión de calidad en las Micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurante.

Albildo (2019) en su investigación titulada “Gestión de calidad en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas sector servicio – rubro pollerías, en la Avenida Sánchez Carrión distrito del Porvenir, 2018. Tuvo como objetivo general: Determinar la característica de la gestión de calidad en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas sector servicio – rubro pollerías, en la Av. Sánchez Carrión distrito de El Porvenir, 2018. La investigación fue de diseño: No experimental – Transversal, de tipo cuantitativo y de nivel descriptivo. La población fue de 12 Micro y pequeñas empresas del sector servicio, de la cual la población muestral fue elegidas a criterio del investigador de tipo no probabilístico. La información se la realizó a través de la técnica de la encuesta dirigidas a los clientes y como instrumento de recolección de datos se usó un cuestionario de 20 preguntas con escala de tipo Likert. Obteniendo los siguientes resultados: el 67% de los representantes tienen entre 31 - 50 años de edad, el 92% de los representantes de las Mypes son de género masculino, el 75% de los representantes tienen grado de educación superior no universitario, el 92% de los representantes desempeñan el cargo como dueños. Evidenciando que las personas encuestadas confían ellos mismos para dirigir su propio negocio, el 58% de los representantes desempeñan en el cargo entre 4 a 6 años, el 58% de pollerías encuestadas tienen un tiempo de permanencia en el rubro 4 a 6 años, el 75% de pollerías cuentan con 6 a 10 trabajadores, el 58% indicaron que las personas que trabajan en la empresa son familiares, el 83% de las pollerías encuestadas señalaron que su objetivo de creación fue para generar ganancias, El 58% tiene cierto conocimiento del término gestión de calidad. El 58% utiliza Atención al cliente como técnica moderna de la gestión de calidad, el 42% señalaron que la principal dificultad que tienen los trabajadores que impiden la

implementación de gestión de calidad es que no se adaptan al cambio, el 75% de los representantes utiliza la observación como técnica para medir el rendimiento del personal que conoce, 42% considera que el resultado logrado brindando una buena atención es la fidelización del cliente, el 75% considera que la atención personalizada es el principal factor de calidad de servicio que se brinda, el 92% cree que la atención al cliente es fundamental para que este regrese al establecimiento, el 50% no considera que la gestión de calidad ayuda alcanzar los objetivos y metas trazadas por la empresa. La investigación concluye: La mayoría de los representantes tienen edad promedio entre los 31 - 50 años de edad, del mismo modo en su totalidad son de género masculino, cuentan con grado de instrucción nivel superior no universitario. Casi todos desempeñan el cargo de dueños, y más de la mitad llevan en el cargo entre los 4 a 6 años. Aún sigue siendo un factor determinante la edad en los representantes, muchos jóvenes no logran consolidarse para emprender, los motivos serían experiencia y falta de recursos. Y esto se ve reflejado en la investigación realizada. Se recomienda a los jóvenes y mujeres capacitarse y realizar alguna formación académica, motivarlos a emprender; también a los representantes, tener una visión empresarial que le permita consolidarse y posicionarse durante más tiempo en el mercado. La mayoría las Mypes llevan entre los 4 a 6 años de tiempo de permanencia en el rubro de pollerías, más de mitad cuentan con 10 a 49 trabajadores máximo, dicha personas en su mayoría son familiares y tienen como objetivo de generar ganancia. Se recomienda que los representantes puedan tener conocimiento y capacitaciones para direccionar un negocio adecuadamente, y lograr posicionarse en el mercado durante más tiempo. Contar con más personal si es necesario, y tener colaboradores adecuados para el puesto. El común de estas Mypes es que están limitados solo a su experiencia empírica obtenidos durante el tiempo que vienen realizando su actividad. La capacitación, la publicidad, solo lo ven como un gasto. La falta de visión empresarial y una adecuada formación terminan por fracasar en el rubro manteniéndose poco tiempo en el mercado. Se recomienda, implementar un sistema de gestión adecuado, mejorar la atención brindada, y crear valor agregado al servicio y producto que permitan satisfacer al cliente y diferenciarse de la competencia, es decir fidelizar a los clientes”.

**Ríos (2016)**, en su trabajo titulado Proceso administrativo y Gestión de calidad de la EIRL – COPROBAS Lima 2016. “Para optar el grado de Maestro en Gestión Empresarial, realizado en la Universidad Nacional Hermilio Valdizán. Esta investigación tuvo como objetivo general: Determinar la propuesta de mejora de la gestión empresarial en el proceso administrativo de la “E. I. R. L COPROBAS”, en Lima, el 2016. Usó la

metodología de tipo descriptivo, diseño no experimental y transversal. Se aplicó un cuestionario de 14 preguntas y uso el cuestionario dirigido a los trabajadores, conformado por (15 trabajadores, 2 jefes de área y 1 gerente), se utilizó la escala de Likert para realizar la medición y la entrevista fue dirigida para los jefes y el gerente de la E.I.R.L. COPROBAS. En sus resultados se encontró: El 60% están en desacuerdo sobre la función que realiza en la empresa, el 100% de los trabajadores desconoce el Organigrama de la empresa. Conclusión: Las funciones del proceso administrativo se llevan de manera incorrecta, la Gestión empresarial en COPROBAS, se ve limitada que la mayoría no cuentan con conocimientos administrativos de los órganos directivos que trabajan en base a su experiencia y existe también atención a los clientes. No existe un sistema motivacional para el personal. De esta información se infiere que existe un claro abandono del proceso administrativo, ya que no brindan un servicio de calidad para la toma de decisiones”.

**Pérez (2014)** en su investigación titulada Calidad del servicio al cliente y su influencia en el resultado económico y financiero en la empresa Restaurante Campestre SAC. Chiclayo 2011 y Lima 2012, “reveló entre los principales efectos encontrados que el restaurante cuenta con buen servicio, es atendida de manera moderada la necesidad de 23 la clientela, así que se podría mejorar más superando las expectativas de la clientela. Los resultados de la gestión indicaron que el restaurante aprovecha de manera eficiente los recursos; sin embargo, no existe rentabilidad adecuada y tampoco ha generado las utilidades esperadas, encontrándose con una administración deficiente que debe corregirse. El nivel de servicio que se ofrece a la clientela ha mejorado últimamente, ya que se ha implementado mejoras de calidad que los clientes sí han notado, pues la atención que reciben ahora es personalizada, lo cual genera una relación de confianza con los clientes potenciales. Asimismo, por el lado de las instalaciones y la infraestructura, el ambiente se encuentra en óptimas condiciones, esto permite que también se logre un vínculo a favor de la empresa. En cuanto a lo que se tiene que mejorar es el control de los insumos que se utilizan en la preparación de los platillos, ya que se ha reportado problemas por la falta de algún insumo indispensable. Se recomendó implementar un sistema de calidad del

servicio que se ofrece en todos sus ámbitos, que permita analizar de manera óptima y se pueda detectar fallas para posteriormente corregirlas”.

## **2.2. Bases teóricas**

### **Gestión de Calidad**

La gestión de calidad concentra atención en las personas y sus necesidades en óptima sincronía con demandas de la función que desempeñan como condición para avanzar la misión de organizar.

García, Acero y Perea (2012) en su libro Economía y Gestión conceptualizaron la gestión como: “Conjunto de conocimientos y técnicas, de naturaleza productiva y económica, que permiten la utilización y aplicación óptima, en el corto y largo plazo de los insumos disponibles, ya sean endógenos o exógenos a la explotación”.

Se sabe que, al hablar de calidad, tenemos en la mente una breve información de un producto o servicio. Entonces, el cliente determina que es calidad, la cual está relacionada directamente con la satisfacción del cliente. Partir de ello, se define que la gestión de calidad es un mecanismo operativo para optimizar sus procesos dentro de una organización.

Según Norma ISO 9000 La Gestión de Calidad viene hacer las actividades que en coordinación puedan dirigir y controlar una organización en lo relativo a la calidad.

Cuatrecasas (2012) en su libro Organización de la producción y dirección de operaciones, plasma un nuevo concepto de Gestión de la Calidad total, donde manifiesta que la calidad de una u otra manera afecta a todas las áreas u sistemas de una empresa y así también involucrando a todo el recurso humano liderado por la alta dirección. De este modo se aplica la calidad desde la planificación y diseño de los productos y servicios, dando énfasis a una nueva filosofía de la forma de gestionar una organización; con ello, la calidad deja de representar un coste y se convierte en una característica que permite la reducción de costes y el aumento de beneficios.

En la actualidad el concepto de calidad total preside toda la gestión de las empresas y se ha convertido en la estrategia clave, el camino hacia la competitividad mejorando los costes y los

plazos, al mismo tiempo que el servicio al cliente y la capacidad de respuesta frente a su demanda.

Gonzales y Arciniegas (2015) en su libro *Sistemas de Gestión de Calidad: Teoría y práctica* bajo la norma ISO 2015, define que el Sistema de Gestión de Calidad son un conjunto de normas y estándares que se relacionan entre sí para hacer cumplir los requisitos de calidad que la empresa requiere para satisfacer a sus clientes a través de una mejora continua de 20 una manera ordenada y sistemática.

### **Beneficios de contar con un sistema de gestión de calidad**

**Generar mayor eficiencia:** toda empresa con un Sistema de Gestión de Calidad tiene el objetivo de maximizar la eficiencia y la calidad de sus procesos.

**Estimula la moral de los empleados:** los sistemas de capacitación establecidos, funciones claras y definidas son propios del enfoque de un Sistema de Gestión de Calidad, la cual busca que los trabajadores estén motivados y satisfechos, ya que tendrán mayor desempeño en la organización.

**Ofrece reconocimiento internacional:** ISO 9001, al implementar este sistema, el negocio obtiene un resultado de confianza, ya que la siguiente norma contribuirá en gran medida en la credibilidad con el cliente o consumidor.

**Mejora la gestión de procesos:** permite mejorar el negocio a través de sistema de análisis, este es un procedimiento planificado que garantizará la toma de decisiones correctas para el negocio y la eliminación de los riesgos existentes.

**Ofrece un alto nivel de satisfacción al cliente:** ISO 9001 se basa en la mejora continua, permitiendo a las empresas definir que debe ser un producto de calidad y como deben satisfacerse las necesidades a los clientes.

### **Herramientas y metodologías utilizadas en la Gestión de Calidad**

- ✓ Diagrama de causa y efecto
- ✓ Estratificación

- ✓ Hoja de verificación y de recogida de datos
- ✓ Histograma
- ✓ Gráfico de Pareto
- ✓ Diagrama de dispersión o correlación
- ✓ Gráficos de control

Estas herramientas son métodos estadísticos, las cuales son aplicables en cualquier organización y por cualquier empleado.

### **Principios de la gestión de la calidad**

La norma ISO 9001 ha definido ocho principios de la gestión de calidad, las cuales pueden ser utilizadas por las empresas con propósito de conducir a la organización hacia una mejora en el desempeño.

- a) **Enfoque al cliente:** cabe mencionar que las organizaciones dependen de sus clientes y es la forma de entender las necesidades actuales y futuras de los clientes, satisfaciendo los requerimientos y expectativas de los clientes.
- b) **Liderazgo:** el líder es el que guía y establece unidades de propósito a las organizaciones, quienes crear y mantener un ambiente interno de trabajo agradable, donde los colaboradores puedan llegar a involucrarse, de esta forma cumplir con los objetivos de la entidad.
- c) **Participación de personal:** en esta etapa los colaboradores son de gran importancia, resalta su compromiso y su lealtad dentro de una organización.
- d) **enfoque basado en procesos:** al existir un enfoque que se orienta al proceso de resultados, es probable que son más prospectos en alcanzar las metas propuestas.
- e) **Enfoque de sistema para la gestión:** toda organización debe identificar, entender, y gestionar los procesos de crecimiento, para contribuir la eficiencia y la eficacia de las organizaciones en el logro de sus objetivos.

- f) **Mejora continua:** una mejora continua debe ser permanente cuando se trata del desempeño de la organización.
- g) **Análisis de datos para la toma de decisiones:** para realizar una toma de decisión dentro de una organización es importante realizar un análisis respecto al tema y/o datos de la información que contenga.
- h) **Relaciones con los proveedores:** la comunicación entre el proveedor y la organización es clave, ya que esto aumentará la capacidad de ambos para crear valor. Es decir, cuando existe una alianza estratégica de mutuo beneficio, aumenta el crecimiento y éxito en la organización.

### **Técnicas de la Gestión de la Calidad**

Las siguientes técnicas son para mejorar la calidad, en cuanto se presenten los problemas. En primer lugar, se debe identificar un problema, realizando preguntas como, por ejemplo, que ocurre, donde ocurre, desde cuando ocurre, ¿cómo se ha venido resolviendo hasta ahora y cuál es el impacto económico del problema o impacto en el negocio? En segundo lugar, se debe identificar las posibles causas del problema como, por que ocurre, cuando ocurre, donde ocurre, quien lo produce, ¿cómo ocurre y cuantas veces ocurre?

A partir de ello, seleccionar las causas que parecen más importantes y fijar una solución al problema teniendo en cuenta los siguientes aspectos: coste de la solución, tiempo de implantación y relación de beneficio. Para una nueva solución se debe estudiar las necesidades del personal, estableciendo parámetros a controlar y diseñar los procedimientos de control.

Para tener la certeza de que el problema fue solucionado, es importante comprobar los resultados obtenidos verificando las medidas tomadas. Finalmente, se le aplica cambios necesarios a toda la organización para una mejora continua y desarrollo a futuro.

### **Control de la Calidad**

Es el seguimiento detallado de los procesos dentro de una organización para mejorar la calidad del producto y/o servicio. Además, consiste en la creación de programas, mecanismos,

herramientas y/o técnicas en una empresa para la mejora de la calidad de sus productos, así como servicios y productividad.

Su objetivo es establecer un control de calidad. Quiere decir que, un control de calidad ofrece y satisface a los clientes conseguir los objetivos de la empresa. Para ello se debe aplicarlos procesos de la empresa, obteniendo la información necesaria a cerca de los estándares de calidad que el mercado espera, desde este punto se controla cada proceso hasta la obtención del producto/servicio, incluyendo servicios como la distribución.

Las ventajas que se obtiene al aplicar el proceso de control de calidad son las siguientes: en primer lugar, muestra el orden, la importancia y la interrelación de los distintos procesos de la empresa, el segundo es realizar un seguimiento más detallado de las operaciones y, por último, se identifican los problemas para dar soluciones en un determinado tiempo.

(Chung y Hoffman, 1998). En su libro Sistema de control de la calidad, menciona que el control de calidad en los servicios tiene validez, ya que sirve para la retroalimentación y satisfacer al cliente dentro del ciclo de servicio. En casos de baja calidad permite recuperar la confianza y corregir los fallos ocasionados. Se sabe que las fallas que ocurren en una entidad por ciertos motivos, es posible solucionar mediante la aplicación de una buena gestión de calidad y procesos de calidad.

## **Calidad Total**

Hernando M. (1993) en su libro Planeación estratégica de la Calidad Total, menciona que la calidad es “una filosofía empresarial coherente orientada a satisfacer mejor que los competidores, de manera permanente y plena, las necesidades y expectativas cambiantes de los clientes, mejorando continuamente todo en la organización, con la participación activa de todos para el beneficio de la empresa y el desarrollo humano de sus integrantes, con impacto en el aumento del nivel de calidad de la comunidad”.

Humberto Cantú Delgado, en su libro Desarrollo de una cultura de Calidad (2001), muestra las categorías en el concepto de Calidad Total de manera resumida, mencionando las siguientes clasificaciones:

- ✓ Compromiso de alta administración-liderazgo
- ✓ Equipos de mejoramiento de calidad
- ✓ Medición de calidad
- ✓ Corrección de problemas
- ✓ Metas y propuestas de mejora
- ✓ Enfoque total de sistemas
- ✓ Políticas de calidad
- ✓ Planeación del proceso, control de proveedores
- ✓ Diseño del producto y control de proceso

La teoría sobre la calidad total según W. Edward Deming engloba catorce principios que se deben considerar para un mejor proceso en las organizaciones:

1. Tener un propósito de mejorar el producto y el servicio con el objetivo de llegar ser competitivos y permanecer en la organización.
2. Adaptarse a los nuevos cambios, donde se debe estar consciente de los retos asumiendo responsabilidades y liderazgo para cambiar.
3. Eliminar las necesidades de la inspección, para lograr la calidad dentro de los productos en primer lugar.
4. Minimizar los costos totales.
5. Mejorar el sistema de producción y servicio, para mejorar la calidad y la productividad.
6. Implantar la formación en el trabajo.
7. Implantar el liderazgo.
8. Tener una mentalidad positiva, la cual será eficiente para la compañía.

9. Descartar barreras entre los departamentos
10. Eliminar los cero defectos para crear nuevos modelos de productividad.
11. Eliminar los estándares de trabajo en planes y gestión de objetivos
12. Eliminar las barreras que le dificulta al trabajador
13. Implementar un programa de educación y auto mejora.
14. Motivar a todo el personal de la compañía para conseguir la transformación, ya que es tarea de todos.

### **IPIEM: ciclo de la calidad**

Se presenta elementos para establecer procesos de mejoramiento continuo como la generación de ideas, idear, planear, realizar, evaluar y mejorar estos cuatro elementos es la base para una buena Gestión de Calidad. Las cuales son los siguientes:

#### **Planear:**

Definir la misión de la operación

Identificar actividades para llevar a cabo la misión

Dar importancia para realizar la misión

Identificar a los clientes

Identificar sus necesidades

Interpretar sus necesidades de forma operativa

Establecer indicadores de medición de desarrollo de actividades

Establecer un plan de acción

#### **Implementar**

Ejecutar el plan

## **Evaluar**

Tener el control sobre los indicadores de medición de actividades

## **Mejorar**

Tener presente la mejora continua

Estos cuatro elementos de gestión de calidad fueron identificados por Edward Deming en sus teorías de Gestión de Calidad Total, quien definió el sistema de evaluación de calidad basado en las necesidades de clientes y la necesidad de una mejora continua, con el objetivo de alcanzar el éxito en la Gestión de calidad en las organizaciones.

Ishikawa (1986) en su libro Introducción al control de calidad, define a la calidad como un proceso de desarrollar, diseñar, manufacturar y mantener un producto de calidad que sea económico, útil para que el consumidor quede satisfecho (pag.17).

## **Dimensiones de la calidad total**

David Garvín estableció las ocho dimensiones con el objetivo de que el concepto de Gestión de Calidad fue más efectivo, para la aplicación de diferentes empresas. Las cuales son los siguientes:

- a) Rendimiento: se refiere a las características de un producto, que puede ser visible en el diseño que en el diseño digital. Además, existe un rendimiento alto en cuanto a la velocidad de carga o la fluidez de la animación.
- b) Características: el objetivo es tener una buena característica que diferencie a los otros productos, existen muchas características que con el paso del tiempo se fueron transformando en básicos.
- c) Confiabilidad: es un elemento clave para los usuarios que necesitan que el producto funcione adecuadamente.
- d) Conformidad: es la precisión con lo cual cuenta el producto y/o servicio, cumpliendo los estándares específicos.

- e) Durabilidad: mide la duración de un producto. Por ejemplo, los productos digitales se descomponen o se desgastan con el uso y se vuelven obsoletos. Sin embargo, estos productos cuentan con una garantía que se extiende por uno o dos años más. Esto quiere decir que está relacionada con la fiabilidad, por lo cual se dice que, cuanto más mayor, tendrá más durabilidad.
- f) Facilidad de servicio: es la velocidad con la cual el producto puede ponerse en servicio cuando se descomponerse, así como la competencia y el comportamiento del técnico. Desde este punto, la asistencia de los técnicos y las garantías que ofrecen algunas empresas pueden afectar a las decisiones del cliente, quien optará por una marca diferente de la otra.
- g) Estética: es la dimensión subjetiva que señala el tipo de respuesta que usuario tiene a un producto. Es importante para facilitar una experiencia única e impresionar a los usuarios y ser evaluadas adecuadamente.
- h) Calidad percibida: es aplicada en un bien o servicio basado en medidas indirectas.

### **Circulo de la calidad de Kaoru Ishikawa**

Ishikawa (1962) desarrollo los círculos de calidad, con el objetivo de obtener mejoras dentro de la organización, así cumpliendo otras dos funciones adicionales, las cuales son:

- a) Involucrar y aumentar el compromiso de las personas con su empresa: esto permitirá que las personas mejoren con respecto a su trabajo, a través de análisis de problemas y propuestas de cambios para la mejora.
- b) Servir de canal de comunicación ascendente y descendente: sirve para transmitir sugerencias de mejora de los niveles superiores de la organización y recibir información de la misma.

Un circulo de calidad es un grupo compuesto por personas que resuelven problemas dentro de la organización, sus componentes pertenecen a la misma área de trabajo, donde es mismo grupo es quien determina el problema que se tiene que resolver.

El objetivo de círculo de calidad varía con sus objetivos, según la empresa de que se trate. Las metas de los círculos de calidad son:

- a) Que la empresa se desarrolle y mejore
- b) Contribuir para que los trabajadores se sientan satisfechos mediante talleres y respeta las relaciones humanas.
- c) Descubrir en cada empleado sus capacidades para mejorar su potencial.

En los círculos de calidad se aplica las siete herramientas de Ishikawa:

1. Los diagramas de Pareto: muestra los factores más significativos del proceso bajo estudio.
2. Los diagramas de causa-efecto (espigas de pescado), la cual identifica las causas de un efecto o problema y las ordena por categoría.
3. Los histogramas: gráficos que muestran la distribución de frecuencia de una variable y los valores que difieren.
4. Las hojas de control: es una herramienta de recolección de datos.
5. Los diagramas de dispersión: es una búsqueda de relaciones entre las variables que están afectando el proceso.
6. El flujo-grama: técnica utilizada para separar datos de diferentes fuentes e identificar patrones.
7. Los gráficos de control: permite estudiar la evolución de desempeño de un proceso a lo largo del tiempo.

### **Principios de la calidad de Juran**

Joseph M. Juran (1979) en su libro Economía y Empresa, señaló que “para obtener calidad, es necesario que todos participen desde el principio. Si únicamente se hicieran inspecciones de la calidad, sólo estaríamos impidiendo que salieran productos defectuosos, pero

no evitaríamos que se produjeran defectos”. La trilogía de Juran sobre la Gestión de Calidad, se basa en tres aspectos: planificación de la calidad, control de la calidad y mejora de la calidad. Estos tres aspectos de Gestión de Calidad siguen un proceso de mejora continua, donde la organización se fija unos objetivos de costos de la calidad, después aplica el control de calidad durante el proceso de fabricación y al mismo tiempo aplica la mejora de la calidad para reducir el nivel de costo de la no calidad.

Juran (1979) en su libro Economía y Empresa señala que, la calidad puede tener varios significados, dos de los cuales son muy importantes para las empresas, ya que sirven para planificar la calidad y la estrategia empresarial. Además, es la ausencia de deficiencias que pueden presentarse, por ejemplo, el retraso en la entrega, fallos o errores durante la entrega del servicio, facturas y/o boletas incorrectas, etc. Entonces, calidad es adecuarse al uso.

### **Trilogía de juran**

- a) planeación de la calidad
- b) control de la calidad
- c) mejoramiento de la calidad

Estos tres procesos se relacionan, la cual inicia con la planificación de la calidad, su objetivo de planificar la calidad es facilitar las fuerzas operativas, los medios para obtener productos que satisfaga las necesidades de los clientes. Una vez culminada la planificación, el plan pasa a las fuerzas operativas donde ocurre la producción y finalmente analizar cambios en la producción para obtener una mejor calidad.

### **Atención al cliente**

Actualmente, un 67% de clientes se aleja de un servicio por mala atención. “Todo el proceso de atención al cliente es parte vital para que el consumidor vuelva a realizar una compra o emplear un servicio. De lo contrario, se pierde para siempre. Eso se puede desprender del último informe Relevancia de la Calidad de Servicio 2018, realizado por Global Research Marketing (GRM), por encargo de JL Consultores”.

Es así que el 67% de los encuestados señalan que no regresaría si tiene una mala experiencia en el servicio, mientras que el 60% pide el libro de reclamaciones.

“Todas las empresas viven de los clientes, si no existe un buen trato, no vuelve, eso no está discriminado por nivel socioeconómico”, refirió Javier Luz, director de JL Consultores, quien dijo que en sectores como restaurantes no se ve que las empresas estén poniendo un mayor énfasis en mejorar sus procesos en torno a una mejor atención al cliente”.

Anónimo, México: libro titulado “Calidad de servicio y atención al cliente” “hoy en día la clave para prestar un servicio excelente al cliente está en entender que el éxito no viene dado por el producto, o al menos no sólo por el producto, sino por el servicio que dicho producto lleva consigo. De poco, o muy poco nos servirá fabricar el mejor hormigón del mercado si a la hora de la verdad nuestro servicio va a fallar, si no somos capaces de ponerlo en la obra en el momento preciso, la calidad va a pasar a un segundo plano, docenas de obreros esperando a que nuestros camiones lleguen pueden costar a la empresa constructora miles de Euros”. (pág.7)

La actitud en que nos mostremos ante los clientes es importante, la cual determinará el nivel de eficacia de nuestra acción de atención al cliente. Si muestra una actitud pasiva, desinteresada, mediocre, el cliente lo valorará como algo negativo, la cual indica el poco interés respecto al cliente. Pero si mostramos un interés, atención, le escuchamos, tenemos una actitud positiva, favorable, amable, creamos un entorno favorable. El objetivo es llamar la atención y despertar la atención

Pasos para tratar las reclamaciones de los clientes:

- a) Escuchar con atención: dejar que el cliente exponga su punto de vista y los motivos de su queja.
- b) Respetar la opinión del cliente: anotar los datos aportados por el cliente, mostrando interés por sus opiniones.
- c) Compromiso: si la reclamación tiene solución, se debe comprometerse con el cliente señalando la forma y fecha en que se solucionará.

- d) Controlar: estar en constante seguimiento para solucionar El siguiente reclamo en un tiempo oportuno.

Tener en cuenta de no poner excusas, asumiendo responsabilidades, sin buscar culpables terceros, menos replicar con agresividad. La clave es mantener una actitud equilibrada. Se sabe que el cliente no siempre tiene razón, pero tiene “su razón”, que debe ser respetado.

“Es el conjunto de actividades desarrolladas por las organizaciones con orientación al mercado, encaminadas a identificar las necesidades de los clientes en la compra para satisfacerlas, logrando de este modo cubrir sus expectativas y, por tanto, crear o incrementar la satisfacción de nuestros clientes” (Blanco, 2001, citado de Pérez, 2007, p.6)

### **Principios de atención al cliente**

El cliente es el que valora la calidad en la atención al cliente que recibe. Toda acción realizada en la prestación del servicio debe tener el objetivo de que satisfaga al cliente, la cual se basa en cantidad, tiempo y precio. Tener clientes es de vital importancia, ya que orienta a realizar nuevas estrategias con respecto a la producción de bienes y servicios. El servicio y/o el bien deben satisfacer al cien por ciento las necesidades de los clientes, además, de garantizar la competitividad en la empresa para que pueda permanecer en el mercado. Las organizaciones deben tener en cuenta la diferencia entre la realidad de su oferta y las necesidades y preferencias de los clientes.

El servicio se le brinda al cliente en específico, por lo cual debe ser tratado como tal. Una buena atención al cliente permite que los clientes puedan volver a consumir. Por ser el cliente tiene derecho a conocer todo sobre el producto, derecho a reclamos, sugerencias, entre otros.

### **Elementos de la atención al cliente**

Torodo (2014) manifiesta los elementos importantes en la atención al cliente, las cuales son los siguientes:

**Entorno:** se basa en los elementos físicos y accesorios para un buen funcionamiento. Es decir, los clientes son importantes y valiosos, por ello se debe mostrara una buena impresión en la empresa, para que sea así es importante que el entorno sea aceptable.

**Organización:** esta conforma los elementos y materiales intangibles que se tiene que utilizar para desarrollar la acción de despacho y satisfacer a los clientes. Un ejemplo puede ser cuando en la organización uno de los elementos es importante como el departamento de atención al cliente.

**Empleados:** son todos los colaboradores que forman parte de la empresa y que son elementos fundamentales para que exista una buena relación con los clientes. Esto indica que la imagen de la empresa depende de la imagen de los clientes, significa que la empresa debe tener colaboradores o empleados que brinden una buena atención al cliente.

### **Factores de la atención al cliente**

a) Sociabilidad: la atención al cliente requiere una capacidad de interrelacionarse con los clientes o todo tipo de personas, demostrando tener interés en el cliente.

b) Comunicación clara y directa: debe existir una sana comunicación con los clientes donde se toma la fortaleza de la empresa y los beneficios.

c) Honestidad: la expectativa sobre los clientes es importante. Un cliente decepcionado es un cliente perdido.

d) Conocimiento del cliente: se basa en conocer bien al cliente, conocer sus gustos, saber lo que quiere y ser proactivo es una ventaja para la empresa.

e) Saber escuchar: es vital estar atentos y prestar atención a los clientes para resolver sus inquietudes o problemas.

f) Ser creativo y efectivo: presentar soluciones novedosas a los clientes de una manera rápida y efectiva, hacer que se sienta que la satisfacción de sus necesidades es también nuestra prioridad.

g) Busca las respuestas: además de saber escuchar, se tiene que buscar respuestas que necesitamos de los clientes para el mejoramiento de la organización.

## **Satisfacción al cliente**

Existen reglas para que los clientes estén satisfechos con la atención brindada, las cuales son las siguientes:

- a) Se debe mostrar aprecio, ya que toda persona desea escuchar un mensaje positivo y agradable o un cumplido sincero.
- b) Estimular a los clientes; se basa en reconocer las cualidades y virtudes de sus clientes y/o públicos usuarios.
- c) Ser amigable y amisto; ya que a través de la conversación agradable se genera una empatía y animo con el colaborador.
- d) Actuar con cortesía; esta es una de las estrategias muy buenas y además constituye una poderosa relación con los clientes u otras personas.
- e) Sonreír; esta es clave, ya que la sonrisa en la cara es un elemento gratificante en la relación con los clientes y/o público. Sin embargo, la sonrisa debe ser en forma natural, mas no exagerado.
- f) Siempre positiva y entusiasta; el entusiasmo refleja la emoción de la persona en sí, la cual indica que está con una actitud positiva y en posición ganadora.
- g) Reconocer los errores; tener la perspectiva de aprender de los errores, esto indica que está en constante crecimiento y desarrollo.

## **Micro y Pequeñas empresas del sector servicio**

Artículo 2 de la N° 28015, señala que las micro y pequeñas empresas son una unidad que puede ser constituida por personas naturales o jurídicas, bajo la gestión empresarial en la legislación actual, la cual tiene como objetivo desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes, así como de préstamos de servicios.

## **Características de las Mypes**

Según la ley 30056 (2013) no se evidencia el número máximo de trabajadores para que una empresa pueda categorizarse, a partir de ello ha sido creado un nuevo nivel de empresa.

El artículo 5 de la Ley N° 2815, los micros y pequeñas empresas se deben ubicar en las categorías empresariales, establecidas en función a sus ingresos netos anuales:

**Microempresa:** las ventas anuales monto máximo hasta 150 unidades impositivas tributarias (UIT).

**Pequeña empresa:** las ventas anuales mayores a 150 UIT hasta 1700 UIT máximo.

**Mediana empresa:** las ventas anuales superiores a 1700 UIT hasta 2300 UIT máximo.

## **Lineamientos estratégicos**

- a) Promueve y desarrolla programas que ayudará en su desarrollo, la competitividad de los micros y pequeñas empresas en corto y largo plazo.
- b) Promueve y facilita afianzar la actividad empresarial de las Mypes para la generación del empleo y su desarrollo socio económico.
- c) Promueve al emprendedor en ser creativo, así como la iniciativa interviniendo en las actividades que lleva acabo la organización.
- d) Busca la eficiencia en la economía y la coordinación en las Micro y pequeñas empresas.
- e) Difunde la información representando elementos como promoción, competitividad y conocimiento de la realidad de los micros y pequeñas empresas.
- f) Prioriza el uso de los recursos destinados para la promoción, financiamiento y formalización de las Micro y pequeñas empresas.
- g) “Prioriza y garantiza el acceso de las micro y pequeñas empresas a mecanismos eficientes de protección de los derechos de propiedad intelectual”.

## **Importancia de las Mypes**

Reinerio C. (2019) define que “La importancia que se les da en la actualidad a las micro y pequeñas empresas es vital porque representan un sector muy importante en la actividad productiva del país, las cual contribuye a generar mayor empleo, contribuyen al ingreso del erario nacional y al crecimiento económico, reduciendo la pobreza e incentivando el espíritu emprendedor y como fuente de ingreso para el sector privado” (pag.12)

## **2.3 Marco conceptual**

### **Gestión de calidad**

**Cuatrecasas y Gonzales (2010)** La gestión de calidad se define como el conjunto de características que posee producto o servicio, así como la capacidad de satisfacción, con resto al requerimiento del usuario. La calidad supone que el producto o servicio deberá cumplir con las funciones para los que ha sido diseñado y de la misma forma deberá ajustarse a las opiniones de los consumidores o clientes.

### **Gestión de calidad total**

**Cuello, (2013)** señala que “la introducción a la gestión de la calidad total tiene que ver con la comprensión y la implantación de un conjunto de principios y conceptos de gestión en todos y cada uno de los diferentes niveles y actividades de la organización”.

### **Calidad**

**Vasquez (2013)** “menciona que la calidad, es una cualidad que se basa en la percepción del consumidor, la cual se basa principalmente en el acto de confrontación experimental que realiza con el artículo mismo en sí frente a su solicitud estimada, ya sean éstos evidentes o tácitos, conscientes o imperceptibles, objetivos o subjetivos, pero que, de alguna forma, constituyen parte de un objetivo común en la demanda competitiva del mercado global”.

## **Control de la calidad**

**Arenal (2015)** Un sistema de control de la calidad en los servicios tiene validez, ya que sirve para la retroalimentación y satisfacer al cliente dentro del ciclo de servicio. En casos de baja calidad permite recuperar la confianza y corregir los fallos ocasionados. Se sabe que las fallas que ocurren en una entidad por ciertos motivos, es posible solucionar mediante la aplicación de una buena gestión de calidad y procesos de calidad.

## **Atención al cliente**

**José Mendosa (2010)** define que los clientes son cada vez más exigentes, no solo buscan precio y calidad, sino también una buena atención, un ambiente agradable, sentirse cómodos, un trato personalizado y un servicio rápido. Significa que, si un cliente recibe un buen servicio o la atención, es muy probable que vuelva adquirir los productos o que vuelvan a visitar y existe otra probabilidad de que recomiende a otros consumidores. Es importante tomar en cuentas ciertos aspectos, si se aplica de manera correcta se logrará tener una ventaja competitiva.

## **La comunicación con el cliente**

**Sánchez J. (2016)** La atención al cliente es un elemento importante para la existencia de una organización y constituya el centro de interés fundamental y la clave de su éxito o fracaso. La comunicación entre las partes forma parte del servicio, para que sea eficaz y satisfactoria con respecto a los clientes.

## **Mejora continua**

**Gutiérrez, (2010)** la mejora continua es el resultado de una forma ordenada de administrar y mejorar los procesos, de este modo identificando las causas y restricciones, creando nuevas ideas y proyectos de mejora, ello con el fin de llevar a cabo planes de los resultados obtenidos y estandarizando los efectos positivos para proyectar y controlar el nuevo nivel de desempeño.

**Mejora (2019)** esta resalta la importancia de firmar la cultura de la mejora continua de la calidad en la entidad en la empresa y desempeño en sí, “así como, para enfrentar variantes fortuitas internas y externas a la luz de la concepción de nuevas oportunidades contemporáneas”.

### **III. HIPÓTESIS**

En la presente investigación no necesita hipótesis según Hurtado (2013) por tratarse de una investigación descriptiva transversal no experimental, por lo tanto, no se puede formular en las investigaciones, donde están implicadas este tipo de relación.

### **IV. METODOLOGÍA**

#### **4.1 Diseño de la investigación**

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

**No experimental** porque las variables de la investigación no fueron manipuladas intencionalmente, sino se analizó y se observa el fenómeno o la situación tal y como es en su naturaleza.

**Transversal** porque el estudio de la investigación en la empresa se desarrollo es un espacio de tiempo determinado, teniendo un inicio y un fin, específicamente en el año 2021.

**Descriptivo** porque se describió las principales características de los trabajadores y representante de la empresa, además de la calidad en la atención a sus clientes.

**De propuesta** porque se elaboró una propuesta y un plan de mejora a los resultados encontrados en la investigación Gestión de Calidad en la Mype sector servicio, rubro restaurante caso Cevichería Villa del Mar SAC-Urbanización Mariscal Caceres, Sjl, Lima, 2020.

#### **4.2 Población y muestra**

La población es el conjunto total de individuos, objetos o medidas que poseen algunas características comunes que se puede observar en un lugar determinado.

Arias (2016) define que la muestra es un subconjunto representativo y/o finito que se extrae de la población accesible.

- Se utilizó una población de 10 micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurante del distrito de San Juan de Lurigancho, Lima 2020.

Arias (2016) define que la población es un conjunto infinito o finito de elementos con ciertas características comunes, para ello se evaluara y se realizara conclusiones de la investigación.

- Se utilizó una muestra de 10 trabajadores del Mype del sector servicio, rubro restaurante del distrito de San Juan de Lurigancho, Lima 2020.

### 4.3 Definición y operacionalización de variables e indicadores

Variable	Definición Operativa	Dimensiones	Concepto	Indicadores
<b>Gestión de calidad</b>	Ortiz (2011) Conjunto de normas y estándares para hacer cumplir los requisitos de calidad que la empresa requiere para satisfacer a sus clientes a través de mejora continua.	Mejora continua	Proceso que pretende mejorar los productos, servicios dentro de la organización.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Atención al cliente</li> <li>✓ Desempeño</li> </ul>
		Estrategia	Es la forma en que una organización define cómo creará y generará valor	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Promoción</li> <li>✓ Comunicación</li> </ul>
<b>Atención al cliente</b>	Es un elemento con mayor capacidad en el proceso de ventas, ya que una buena atención al cliente es de vital importancia para conseguir fidelidad y compromiso.	Fidelización	Es la lealtad de parte del cliente, se debe a una buena atención y productos de calidad, acorde a sus necesidades.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Seguridad</li> <li>✓ Conformidad</li> </ul>
		Credibilidad	Es la confianza de sus consumidores en su producto o servicio de la empresa.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Empatía</li> </ul>

## **4.4 Técnicas e instrumentos de recolección**

### **a) Técnica**

La técnica que se utilizó para obtener la información es la encuesta al representante legal y trabajadores del Mype del sector servicio, rubro restaurante de Lima, 2020.

Méndez (1999) define que:

“Las técnicas como hechos o documentos donde realiza el investigador, asimismo son medios para la recolección de información. También, señala que existe fuentes primarias, esta es una información recopilada directamente por el investigador y la fuente secundaria es la información escrita y/o transcrita por personas que recibió información a través de otras fuentes”.

### **b) Instrumento**

El instrumento que se utilizó es el cuestionario según Hernández R. (2003) el instrumento es “un cuestionario que consiste en un conjunto de preguntas respecto a una o más variables a medir.” (pag.322)

## **4.5 Plan de análisis**

Para el siguiente plan de análisis en la investigación de los datos recolectados se halló en base al análisis descriptivo de las variables del estudio, en el presente trabajo de investigación se utilizó programas como: Microsoft Word, a través del programa se realizó la redacción y elaboración del estudio, la realización de las encuestas, de la misma forma se realiza el avance y la mejora.

El programa de Microsoft Excel se utilizó para elaborar los cuadros de tabulación, diseñar las figuras de e ingresando los datos recolectados en las encuestas.

## 4.6 Matriz de consistencia

PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLES	METODOLOGÍA
<p><b>Problema General</b></p> <p>¿Cuál es la mejora de la atención al cliente para la Gestión de Calidad en la MYPE del sector servicio, rubro restaurante caso: Cevichería Villa Del Mar S.A.C. Urbanización Mariscal Cáceres, SJL-Lima, ¿2020?</p>	<p><b>Objetivo General</b></p> <p>Determinar la mejora de la atención al cliente permite una Gestión de Calidad en las Micro y Pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurante: caso Cevichería Villa Del Mar S.A.C. Urbanización Mariscal Cáceres, SJL-Lima, 2020</p> <p><b>Objetivos Específicos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Describir las principales características relevantes de los trabajadores y representante legales en las Micro y Pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurante: caso Cevichería Villa Del Mar S.A.C. Urbanización Mariscal Cáceres, distrito San Juan de Lurigancho, Lima, 2020.</li> <li>✓ Definir la mejora en la atención al cliente para la Gestión de Calidad en las MYPES del sector servicio, rubro restaurante caso: Cevichería Villa Del Mar S.A.C. Urbanización Mariscal Cáceres, SJL-Lima, 2020.</li> <li>✓ Elaborar la propuesta me mejora para la atención al cliente en la gestión de calidad en las Micro y Pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurante: caso Cevichería Villa Del Mar S.A.C. Urbanización Mariscal Cáceres, distrito San Juan de Lurigancho, Lima, 2020.</li> </ul>	<p>Gestión de calidad</p> <p>Atención al cliente</p>	<p><b>Tipo de Investigación</b></p> <p>No experimental- transversal-descriptivo- De propuesta.</p> <p><b>Universo y población:</b> Mype rubro restaurantes analizado en la urbanización Mariscal Cáceres, SJL</p> <p><b>Muestra:</b> No probabilístico</p> <p><b>Técnicas y recolección de datos</b></p> <p><b>Técnica:</b> Encuesta (10 encuestados)</p> <p><b>Instrumento:</b> Cuestionario</p>

## **4.7 Principios éticos**

Los principios éticos corresponden al código de ética de la ULADECH.

### **Protección a las personas**

El siguiente proyecto se realizó de informes anteriores respetando las opiniones, la dignidad humana, la confidencialidad, y la privacidad de los investigadores, así como al público investigado, ya que la persona en toda investigación es el fin y no el medio.

### **Cuidado del medio ambiente y biodiversidad**

Las investigaciones que involucran al medio ambiente, plantas y animales, deben tomar medidas para evitar daños, respetando la dignidad y el cuidado del medio ambiente incluido las plantas y animales, para ello se debe realizar procesos de planificación, con el objetivo de evitar efectos negativos y maximizar los beneficios.

### **Justicia**

En este principio el investigador reconoce la equidad y la justicia de las personas que participan en la investigación derecho a acceder a sus resultados, de la misma forma se cumplirá mediante el trato adecuado antes, durante, después del proceso de recolección de datos.

### **Integridad científica**

Tener en cuenta que no solo se basa en la actividad científica, sino en sus actividades de enseñanza y el ejercicio profesional. La integridad del investigador resulta relevante en cuanto a la función de las normas deontológicas de su profesión. Asimismo, deberá mantener la

integridad científica al declarar los conflictos de interés que podría afectar el curso de un estudio o la comunicación de los resultados.

### **Libre participación y derecho a estar informado**

Todo investigador debe estar informado sobre los propósitos y finalidades de la investigación que se desarrollará. Toda investigación debe contar con la manifestación de voluntad, información verídica inequívoca y específica, ello le permitirá el uso de la información a otros sujetos para fines específicos.

### **Beneficencia y no maleficencia**

Se debe asegurar el bienestar de las personas que participan en las investigaciones. En ese sentido, la conducta del investigador debe responder a las siguientes reglas generales como, no causar daño, disminuir efectos negativos y generar beneficios.

## V. RESULTADOS

### 5.1 Resultados

**Tabla 1**

*Características relevantes de los trabajadores y representante legal en la micro y pequeña empresas del sector servicio, rubro restaurante: caso Cevichería Villa del Mar SAC-Urbanización Mariscal Cáceres, SJJL, Lima, 2020*

<b>Características –trabajadores</b>	<b>Frecuencia absoluta</b>	<b>Frecuencia relativa</b>
<b>Edad</b>		
18 -30	2	20
31 – 50	8	80
51 año más	0	00
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100</b>
<b>Género – trabajadores</b>		
Masculino	2	20
Femenino	8	8
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100</b>
<b>Grado-instrucción-Rep.</b>		
Sin instrucción	0	0

Primaria	0	0
Secundaria	10	10
Superior universitaria	0	90
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100</b>
<b>Profesión-representante</b>		
Lic. Administración	10	100
<b>Ninguna profesión</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100</b>
<b>Cargo-representante</b>		
Dueño	10	100
Contratado	0	0
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100</b>
<b>De la empresa-representante</b>	<b>Frecuencia absoluta(n)</b>	<b>Frecuencia relativa (%)</b>
<b>Tiempo-permanencia - rubro</b>		
0 a 4 años	0	0
4 a 7 años	10	100
8 años a más	0	0
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100</b>
<b>Trabajadores en la entidad</b>		
Familiares	9	90

No familiares	1	10
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100</b>
<b>Ingresos mensuales promedio</b>		
Hasta 36,670	10	100
Hasta 59580	0	0
Más de 60,500	0	0
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100</b>
<b>Constitución de la empresa</b>		
Persona natural	10	100
Empresa individual de responsabilidad limitada	0	0
Sociedad anónima abierta	0	0
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100</b>

*Nota:* datos tomados del cuestionario aplicado a la empresa, rubro restaurantes de Lima-San Juan de Lurigancho-Mariscal Cáceres-2020

**Tabla 2**

*La mejora en la atención al cliente para la gestión de calidad en la Micro y Pequeña empresa del sector servicio, rubro restaurante: caso Cevichería Villa Del Mar S.A.C. Urbanización Mariscal Cáceres, SJL-Lima, 2020.*

<b>Mejora continua</b>	<b>Frecuencia absoluta</b>	<b>Frecuencia relativa</b>
<b>Mejora continua en la atención al cliente</b>		
Muy pocas veces	1	10
Algunas veces	2	20
Casi siempre	4	40
Siempre	3	30
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100</b>
<b>Comunicación efectiva con sus clientes</b>		
Muy pocas veces	1	10
Algunas veces	2	20
Casi siempre	2	20
Siempre	5	50
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100</b>
<b>Precio del servicio factible para los clientes</b>		
Muy pocas veces	1	10
Algunas veces	2	20

Casi siempre	3	30
Siempre	4	40
<b>Total</b>	10	100
<b>Capacitación</b>		
Muy pocas veces	0	0
Algunas veces	2	20
Casi siempre	3	30
Siempre	5	50
<b>Total</b>	10	100
<b>Técnicas para medir el rendimiento personal</b>		
La observación	10	100
La evaluación	0	0
La escala de puntuaciones	0	0
Evaluación 360	0	0
<b>Total</b>	10	100
<b>Estrategia para la mejora del rendimiento de la empresa</b>		
Si	10	100
A veces	0	0
No	0	0
<b>Total</b>	10	100

<b>Aplica gestión de calidad en el servicio</b>		
Siempre	2	20
A veces	7	70
Nunca	1	10
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100</b>
<b>Herramientas que utiliza para un servicio de calidad</b>		
Comunicación	6	60
Confianza	4	40
Retroalimentación	0	0
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100</b>
<b>Factores de calidad en la atención al cliente</b>		
Atención personalizada	6	60
Rapidez en el servicio	2	20
Instalaciones en el restaurante	2	30
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100</b>
<b>Resultados que se obtiene al realizar una buena atención</b>		
Clientes satisfechos	1	10
Fidelización a los clientes	6	60
Posicionamiento de la organización	2	20

Mayor ingreso	1	10
<b>Total</b>	10	100

*Nota:* datos tomados del cuestionario aplicado a la empresa, rubro restaurante de Lima-San Juan de Lurigancho-Mariscal Cáceres-2020.

### **Tabla 3**

*Elaborar la propuesta de mejora en la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurante: caso Cevichería Villa del Mar S.A.C urbanización Mariscal Cáceres, SJL-Lima, 2020.*

<b>Problemas encontrados- resultados</b>	<b>Surgimiento del problema</b>	<b>Acción de mejora</b>	<b>Responsable</b>
Dificultades de los trabajadores para implementar la gestión de calidad	Falta de iniciativa y motivación de los trabajadores	-clima laboral -Comunicación adecuada -capacitación cada cierto tiempo <b>Incentivos económicos</b> -bonos	Representante

		-comisiones -vacaciones	
Técnicas para medir el rendimiento del personal	Existen Mypes que solo utilizan la técnica de observación para medir el rendimiento del personal	<p>Las acciones de mejora sería utilizar otras técnicas para medir el rendimiento de los trabajadores como:</p> <p><b>Método de la puntuación</b></p> <p>Se establecen los ítems que se quieren valora del rendimiento del empleado</p> <p><b>Método de la descripción</b></p> <p>El responsable de RR. HH realice una lista donde describa actuaciones laborales en positivo y en negativo. Ello ayudará a cada empleado para que se ajuste a su manera al trabajo donde desempeñe mejor.</p> <p>métodos de reunión</p> <p>métodos de autoevaluación</p>	Representante

		método de trabajo en equipo o compañerismo  el método del cliente	
Falta de trabajo en equipo	El miembro del equipo no logra repartirse las funciones y trabajar en armonía.	Buena comunicación  Definir objetivos  Desarrollar habilidades del equipo  Reconocer y recompensar los logros  Aprovechar fortalezas de cada miembro del equipo.  Toma de decisiones firmes e inspirar el respeto.  Solucionar problemas oportunamente	Representante

*Nota:* datos tomados del cuestionario aplicado a la empresa, rubro restaurante de Lima-San Juan de Lurigancho-Mariscal Cáceres-2020.

## 5.2 Análisis de los resultados

### Tabla 1

**Objetivo específico 1:** con respecto a las principales características relevantes de los trabajadores y representante legales en las Micro y Pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurante: caso Cevichería Villa Del Mar S.A.C-SJL Lima; muestra sobre las características legales de los trabajadores y representante de las Mype del sector servicio, rubro restaurante. En la cual se observa que el 80% de los trabajadores que laboran en dicha empresa están en un rango de 31 a 50 años de edad, mientras que el 20% se encuentran entre 18 a 30 años de edad. Asimismo, el 80% de los que laboran son masculinos y la minoría son femeninos. El 70%. Por lo tanto de acuerdo al resultado el representante ocupa el grado superior universitaria, mientras que los trabajadores tienen secundaria culminada. Por otro lado, el representante de la empresa es licenciado en Administración, lo cual indica que tiene conocimiento sobre el mercado y siendo así el dueño o gerente de la empresa.

La tabla también muestra el tiempo de permanencia de la empresa en el rubro, donde el representante indica que se mantiene en el mercado 4 a 7 años, los que laboran en la compañía la mayoría son familiares y la minoría son lo contrario. También se observa un dato muy importante, lo cual son los ingresos mensuales de la empresa llegan hasta los 36,670 soles. Por Ultimo, la empresa está constituida como persona natural en la SUNAT. Ante el siguiente

resultado, podemos mencionar que la empresa cuenta con personas capacitadas para una mejor gestión ante diferentes dificultades que se puede presentar.

## **Tabla 2**

**Objetivo específico 2:** Relacionado a la mejora en la atención al cliente para la Gestión de Calidad en las MYPES del sector servicio, rubro restaurante: Cevichería Villa Del Mar S.A.C. SJL-Lima; muestra sobre la mejora en la atención al cliente para la gestión de calidad en las Micro y Pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurante. La primera es sobre la mejora continua en la atención al cliente el 40% de los encuestados mencionaron que casi siempre lo aplican dentro de la organización. Asimismo, EL 50% señalan que siempre existe la comunicación efectiva con sus clientes, el 40% mencionan siempre es factible los precios de los servicios que ofrecen, el 50% indican que siempre existe una capacitación continua con sus trabajadores. Además, el 100% de los encuestados señalan que la técnica para medir el rendimiento personal lo realiza mediante la observación. Del mismo modo, el 100% de los encuestados mencionan que si realizan la mejora continua en la atención al cliente. Por otro lado, el 70% señala que la empresa a veces aplica gestión de calidad en el servicio, sin embargo, el 60% mencionan que las herramientas que utilizan para un servicio de calidad es la comunicación, el 40% menciona que también es importante la confianza. Por otro lado, el 60% menciona que los factores de calidad en la atención al cliente es la atención personalizada. Por último, el 60% de los encuestados mencionan que mediante un buen servicio y atención a los clientes se obtiene buenos resultados logrando la fidelización a los clientes. Todo ello brinda un

resultado satisfactorio tanto a la empresa y a los trabajadores, generando una mejor rentabilidad, productividad en el mercado.

### **Tabla 3**

**Objetivo específico 3:** Con respecto a la propuesta de mejora para la atención al cliente en la gestión de calidad en las Micro y Pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurante: Cevichería Villa Del Mar S.A.C. SJL-Lima; para el dar respuesta al siguiente objetivo , se analizó y se detectó las problemáticas dentro del rubro, para implementar una mejor gestión de calidad, técnicas para medir el rendimiento del personal y las capacitaciones que se debe realizar para que la empresa tenga un crecimiento en el mercado, teniendo en cuenta que ello dependerá del compromiso del representante y el equipo de trabajo. Asimismo, se ha hallado el surgimiento de la problemática incluyendo al representante y trabajadores; para ello se ha detallado diferentes acciones de mejora, las cuales ayudará el desempeño laboral, la productividad y el clima laboral.

## **VI. Conclusiones**

### **Conclusión general**

La propuesta de mejora en la atención al cliente para la gestión de calidad Mypes del sector servicio, rubro restaurante: caso Cevichería Villa del Mar SAC-Urbanización Mariscal Caceres, SJL, Lima, 2020. Esta investigación se basa en brindar una información clara a las organizaciones de restaurantes buscando una mejora de calidad relacionado al servicio brindado a los clientes y la gestión de calidad, ello para evitar ciertos paradigmas que podría darse durante

el proceso de su desarrollo. Por otro lado, los resultados hallados en la tabla están orientados para que se tomen decisiones adecuadas por parte del representante de la empresa, ello con el objetivo de mejorar la gestión de calidad por medio de estrategias de fidelización.

### **Conclusiones específicas**

En cuanto a las características de los trabajadores y representante en las Mypes del sector servicio, rubro restaurante, la edad de los representantes se encuentra entre 31 a 50 años, donde el 80% son femeninos y el grado de instrucción que la mayoría tienen es la secundaria que representa el 70% del total. Asimismo, la profesión que tienen es que el 70% de los representantes no tienen ninguna profesión, mientras el 10% mencionaron que son Lic en Administración. Por último, el 100% de los colaboradores de dicha empresa mencionaron que son dueño. En base a todo lo mencionado, podemos decir que estas características son de suma importancia que se debe tener en cuenta, para que sea fácil de identificar de manera clara por sus clientes y poder fidelizar, y atraer más clientes.

Referente la mejora en la atención al cliente para la gestión de calidad en las Micro y Pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurante: caso Cevichería Villa del Mar SAC- Urbanización Mariscal Cáceres, SJL, Lima, 2020 permanecen entre 4 a 7 años, en su totalidad tienen entre 1 a 6 trabajadores, la mayoría de sus trabajadores son familiares, por otro sus ingresos mensuales promedio son hasta 36,670, esta a su vez está constituida como persona natural, porque son empresas pequeñas que vienen funcionando para poder atender las necesidades de sus respectivos zonas donde se encuentre ubicado, las mismas que realizan ventas

permanentes. En base de todo esto, estas características permiten cuanto ha permitido que permanezca en el mercado para que siga con esta tendencia.

Con respecto a la propuesta de mejora de la atención al cliente para la gestión de calidad en las Micro y Pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurante: caso Ceviichería Villa Del Mar S.A.C. Urbanización Mariscal Cáceres, SJL-Lima, 2020. Dentro de la empresa, la mejora continua en la atención al cliente lo realizan casi siempre, de la misma forma siempre existe la comunicación efectiva con los clientes y el precio del servicio es factible para los clientes. De la misma forma la capacitación a los clientes se realiza siempre, así mismo para medir el rendimiento personal lo aplica la observación, de esta manera nos da un buen resultado en la fidelización hacia los clientes. En consecuencia, a ello, propuestas de mejora son importantes dentro de la organización para que se mantenga en un buen funcionamiento tanto financieramente, así como económicamente. Además se podrá evitar cualquier inconveniente o sucesos que puede ocurrir en el futuro.

## **Aspectos complementarios**

### **Aspecto complementario general**

Es esencial que se pueda realizar nuevos estudios a dicha variable de la investigación, las cuales deben ser basadas a las opiniones de los clientes, esto ayudará tener claro sobre la percepción de los clientes que tienen con respecto a la empresa. Por lo tanto, es importante que una organización deba realizar estudios relacionados una a dos veces al año, ya que ello permitirá saber sobre las necesidades, gustos y preferencias de los clientes.

### **Aspectos complementarios específicos**

Buscar asesoría de profesionales (Licenciados en Administración, Economía, o carreras afines) en temas de gestión de calidad y la aplicación de estrategias empresariales, para que puedan mejorar la afluencia de clientes y con ellos los ingresos económicos.

Fortalecer los procesos de capacitación del personal que brinda el servicio a los clientes, con el fin de que el personal tenga en cuenta la importancia de un buen servicio de calidad dentro de una organización. Así, promover el cumplimiento las obligaciones o reglas, la cual garantiza fidelidad a los clientes.

Implementar estrategias para generar mayor rentabilidad dentro de la organización, puesto que estos son los que reflejan la situación económica de la empresa y mostrar la viabilidad.

### **PROPUESTA DE MEJORA**

<b>Problemas encontrados- resultados</b>	<b>Surgimiento del problema</b>	<b>Acción de mejora</b>	<b>Responsable</b>
Dificultades de los trabajadores para implementar la gestión de calidad	Falta de iniciativa y motivación de los trabajadores	-clima laboral  -Comunicación adecuada  -capacitación cada cierto tiempo	Representante

		<p><b>Incentivos económicos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-bonos</li> <li>-comisiones</li> <li>-vacaciones</li> </ul>	
Técnicas para medir el rendimiento del personal	Existen Mypes que solo utilizan la técnica de observación para medir el rendimiento del personal	<p>Las acciones de mejora sería utilizar otras técnicas para medir el rendimiento de los trabajadores como:</p> <p><b>Método de la puntuación</b></p> <p>Se establecen los ítems que se quieren valora del rendimiento del empleado</p> <p><b>Método de la descripción</b></p> <p>El responsable de RR. HH realice una lista donde describa actuaciones laborales en positivo y en negativo. Ello ayudará a cada empleado para que se ajuste a su manera al trabajo donde desempeñe mejor.</p>	Representante

		<p>métodos de reunión</p> <p>métodos de autoevaluación</p> <p>método de trabajo en equipo o compañerismo</p> <p>el método del cliente</p>	
Falta de trabajo en equipo	El miembro del equipo no logra repartirse las funciones y trabajar en armonía.	<p>Buena comunicación</p> <p>Definir objetivos</p> <p>Desarrollar habilidades del equipo</p> <p>Reconocer y recompensar los logros</p> <p>Aprovechar fortalezas de cada miembro del equipo.</p> <p>Toma de decisiones firmes e inspirar el respeto.</p> <p>Solucionar problemas oportunamente</p>	Representante

## **PLAN DE MEJORA**

### **PLAN DE MEJORA LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA DEL SECTOR SERVICIO, RUBRO RESTAURANTE: CASO CEVICHERÍA VILLA DEL MAR SAC- URBANIZACIÓN MARISCAL CACERES, SJL, LIMA, 2020**

#### **Datos generales**

Nombre o razón social : Cevichería Villa Del Mar Sac  
Giro de la empresa : Servicio  
Dirección : Mariscal Caceres, paradero 7 de Central-Mercado Santa Rosa  
Nombre del representante : Francisco Marcial Perez Mercado

**Misión:** “Busca la excelencia en la preparación de la comida marina a través de insumos de calidad, en un ambiente agradable desarrollados por un equipo humano competente y comprometidos en proporcionar excelente servicio y satisfacción”.

**Visión:** “Ser reconocidos como el mejor restaurante de comida marina a nivel nacional, por los altos estándares de calidad en el servicio, innovación en el mercado y creando experiencias agradables hacia los clientes”.

#### **Valores organizacionales**

Respeto, Humildad, Honestidad, Trabajo en Equipo, Mejora Continua, Creatividad y Compromiso.

### **3. Objetivos empresariales**

#### **Objetivo general**

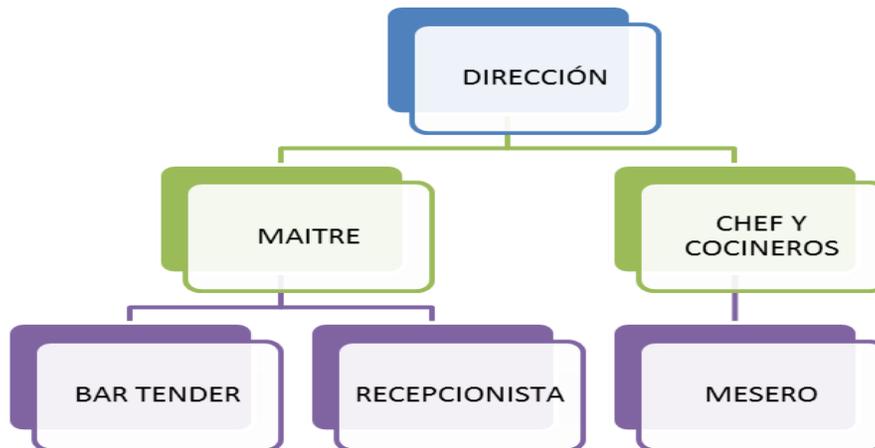
Determinar la mejora de la atención al cliente para la Gestión de Calidad en las Micro y Pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurante: caso Cevichería Villa Del Mar S.A.C. Urbanización Mariscal Cáceres, SJL-Lima, 2020-Lima, 2020

#### **Objetivos específicos**

- ✓ Describir las principales características relevantes de los trabajadores y representante legales en las Micro y Pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurante: caso Cevichería Villa Del Mar S.A.C. Urbanización Mariscal Cáceres, distrito San Juan de Lurigancho, Lima, 2020.
- ✓ Definir la mejora en la atención al cliente para la Gestión de Calidad en la MYPE del sector servicio, rubro restaurante caso: Cevichería Villa Del Mar S.A.C. Urbanización Mariscal Cáceres, SJL-Lima, 2020
- ✓ Elaborar la propuesta me mejora para la atención al cliente en la gestión de calidad en las Micro y Pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurante: caso Cevichería Villa Del Mar S.A.C. Urbanización Mariscal Cáceres, distrito San Juan de Lurigancho,Lima, 2020.

## 1. Organigrama

*Organigrama estructural de la empresa:*



**Perfil y funciones de acuerdo al organigrama.**

Gerencia general	
Perfil	Funciones

Maitre	Encargado de planificar y organizar actividades en el restaurante
Mesero	Encargado de tomar el orden de los clientes y dar sugerencias de acuerdo a sus gustos
Chef y los cocineros	Se encarga de crear platillos nuevos que absorben el paladar de los clientes
Bar tender	Encargado de preparar todas las bebidas que el cliente desea
Recepcionista	Encargada de recibir a los clientes en la entrada

## 2. Diagnóstico general

Análisis interno de la empresa:

### **Análisis interno- Fortalezas**

- La calidad en la atención al cliente
- La rapidez en las atenciones
- Excelente zona geográfica respecto al mercado.
- Es una empresa familiar mayor control.

### **Debilidades**

La distribución de la planta es muy pequeña.

Todos los empleados son familiares no hay socios inversionistas.

Falta de contratación de personal.

No contamos con variedad de proveedores

Falta de promoción y publicidad

Los precios son altos en comparación con la competencia

Análisis externo de la empresa:

### **Análisis externo- Oportunidades**

- Evolución de la sociedad
- La distinción con la competencia

### **Amenazas**

-El escaso desarrollo de la zona

-La inversión inicial es muy elevada, sino hay mucha función, perderíamos la inversión

## REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Figueroa, J. J. (2014). *ATENCIÓN AL CLIENTE EN LOS SERVICIOS DE LA MUNICIPALIDAD DE MALACATÁN SAN MARCOS*. Quetzaltenango: Presentada a Coordinación de Facultad de.

Recuperado de: <http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2014/01/01/Chang-Juan.pdf>

BUSTAMANTE, K. G. (2017). *PROPUESTA DE MEJORA DE ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA EMPRESA LUMEN INGENIERÍA SAC*, 2017. PERÚ.

Recuperado de: [http://fp.educaragon.org/files/guia\\_calidad\\_web.pdf](http://fp.educaragon.org/files/guia_calidad_web.pdf)

COELLO, A. A. (2013). *CALIDAD DE LOS SERVICIOS Y SATISFACCIÓN DEL USUARIO*. Madrid.

Recuperado de: <https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/ley-que-modifica-diversas-leyes-para-facilitar-la-inversion-ley-n-30056-956689-1/>

Gama, K. L. (2018). *Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las Mypes del sector comercial, venta de repuestos para motocicletas, distrito de Yarinacocha, año 2018*. Pucalpa-Perú.

Recuperado de:

[https://www.researchgate.net/publication/299387472\\_Calidad\\_de\\_los\\_servicios\\_y\\_satisfaccion\\_del\\_usuario](https://www.researchgate.net/publication/299387472_Calidad_de_los_servicios_y_satisfaccion_del_usuario)

Gómez, L. M. (2017). Gestión de la calidad de servicio y la satisfacción del usuario en la Superintendencia Nacional de Migraciones. Lima 2016. Perú.

Recuperado de:

[https://books.google.com.pe/books?id=M5yGtQ5m4yAC&hl=es&source=gbs\\_navlinks\\_s](https://books.google.com.pe/books?id=M5yGtQ5m4yAC&hl=es&source=gbs_navlinks_s)

Mercedes Teruel Cabrerom, J. M. (2006). Guía para la implantación de un Sistema de Gestión de Calidad. Gobierno de Aragón.

Recuperado de:

<http://historico.pj.gob.pe/CorteSuprema/cij/documentos/ServicioAtencionCliente110708.pdf>

PAREDES, M. J. (2017). GESTIÓN DE CALIDAD EN ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO VENTA DE EQUIPOS DE SONIDO E INSTRUMENTOS MUSICALES, DISTRITO DE CHIMBOTE, 2017. Chimbote-Perú.

Recuperado de: <https://www.monografias.com/trabajos-pdf/calidad-enfocada-cliente/calidad-enfocada-cliente.pdf>

Parra, M. E. (2013). Importancia de la calidad del servicio al cliente. México.

Recuperado de:

[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/4770/MICRO\\_Y\\_PEQUENAS\\_E](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/4770/MICRO_Y_PEQUENAS_E)

MPRESAS\_REPRESENTANTE\_BARCO\_PAREDES\_MORIYOSHI\_JAIR.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Peresson, L. L. (2007). Sistema de Gestión de Calidad con enfoque al cliente. México.

Recuperado de:

<http://servicios.uss.edu.pe/bitstream/handle/uss/2283/Tesis%20de%20Arrascue%20Delgado%20y%20Segura%20Cardozo.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Samanez Ferrebú, L. (2019). GESTIÓN DE CALIDAD EN ATENCIÓN AL CLIENTE Y PROPUESTA DE MEJORA EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO, RUBRO RESTAURANTES DEL DISTRITO DE SAYAN, PROVINCIA DE HUAURA, AÑO 2019. CHIMBOTE-PERÚ.

Recuperado de:

[https://www.researchgate.net/profile/Maria\\_Teresa\\_Lepeley/publication/44517745\\_Gestion\\_y\\_calidad\\_en\\_educacion\\_un\\_modelo\\_de\\_evaluacion\\_Maria\\_Teresa\\_Lepeley/links/5ac7a7b94585151e80a3b389/Gestion-y-calidad-en-educacion-un-modelo-de-evaluacion-Maria-Teresa-Lepeley.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Maria_Teresa_Lepeley/publication/44517745_Gestion_y_calidad_en_educacion_un_modelo_de_evaluacion_Maria_Teresa_Lepeley/links/5ac7a7b94585151e80a3b389/Gestion-y-calidad-en-educacion-un-modelo-de-evaluacion-Maria-Teresa-Lepeley.pdf)

Torres, V. C. (2010). Calidad total en la atención al cliente. México: 1° edición.

Recuperado de:

[https://books.google.es/books?id=xXdBBinORegC&dq=atencion+al+cliente,+gestion++de+calidad&lr=&hl=es&source=gbs\\_navlinks\\_s](https://books.google.es/books?id=xXdBBinORegC&dq=atencion+al+cliente,+gestion++de+calidad&lr=&hl=es&source=gbs_navlinks_s)

Trebejo Galindo, R. (2019). La atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad y plan de mejora en las Micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro metalmecánica, en el distrito de Huacho, 2019. Chimbote-Perú.

Ishikawa, K. (1989). Introducción al control de calidad. México.

Recuperado de: <https://www.ecoediciones.com/wp-content/uploads/2016/09/Sistemas-de-gestio%CC%81n-de-calidad-1ra-Edicio%CC%81n.pdf>

Juran, G. y. (1983). Manual de control de la calidad (vol.2). Barcelona-España: Reverté.

Recuperado de: [https://www.reverte.com/libro/manual-de-control-de-la-calidad-2-vol-obra-completa\\_81597/](https://www.reverte.com/libro/manual-de-control-de-la-calidad-2-vol-obra-completa_81597/)

Ortiz, G. O. (2015). Sistema de Gestión de Calidad: teoría y práctica bajo la norma ISO 2015. Ecoe.

Recuperado de: <https://www.ecoediciones.com/wp-content/uploads/2016/09/Sistemas-de-gestio%CC%81n-de-calidad-1ra-Edicio%CC%81n.pdf>

Pascual Barreto, L. L. (2018). Caracterización de la Gestión de Calidad bajo las normas ISO9001 en las Mycro y pequeñas empresas del sector servicio,rubro restaurantes (pollerías) del distrito de Huaras, 2015. Huaras-Perú.

Recuperado de: HYPERLINK

"[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/5244/GESTION\\_DE\\_CALIDAD\\_NORMA\\_ISO\\_9001\\_PASCUAL\\_BARRETO\\_LUCIA\\_LISZETH.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/5244/GESTION_DE_CALIDAD_NORMA_ISO_9001_PASCUAL_BARRETO_LUCIA_LISZETH.pdf?sequence=1&isAllowed=y)"

## **ANEXOS**

### **Anexo “A” Cuestionario**

**PARA EVALUAR LA PROPUESTA DE MEJORA EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD DE LAS MYPES DEL SECTOR SERVICIO, RUBRO RESTAURANTE.**

REFERENTE A LAS CARACTERÍSTICAS DEL REPRESENTANTE Y LOS TRABAJADORES DE LAS MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA, SECTOR SERVICIO, RUBRO RESTAURANTE

1. Edad
  - a) 18 – 30 años
  - b) 31 – 50 años
  - c) 51 a más años
2. Genero
  - a) Masculino
  - b) Femenino
3. Grado de instrucción
  - a) Sin instrucción
  - b) Educación básica
  - c) Superior no universitaria
  - d) Superior universitaria

4. Profesión

- a) Lic. Administración
- b) Contador público
- c) Ingeniero Civil
- d) Otros
- e) Ninguna profesión

5. Cargo

- a) Dueño
- b) Administrador

6. Tiempo de permanencia en el rubro

- a) 0 a 4 años
- b) 4 a 7 años
- c) 8 años a más

7. Trabajadores en la entidad

- a) Familiares
- b) No familiares

8. Ingresos mensuales promedio

- a) Hasta 36,670
- b) Hasta 59580
- c) Más de 60,500

9. Constitución de la empresa

- a) Persona natural
- b) Empresa individual de responsabilidad limitada
- c) Sociedad de responsabilidad limitada
- d) Sociedad anónima cerrada
- e) Sociedad anónima abierta

RESPECTO A LA MEJORA EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO, RUBRO RESTAURANTE

10. ¿Realiza mejora continua con respecto al servicio brindado?

- a) Nunca
- b) Muy pocas veces
- c) Algunas Veces
- d) Casi Siempre
- e) Siempre

11 ¿Utiliza comunicación afectiva con sus clientes?

- a) Nunca
- b) Muy pocas veces
- c) Algunas Veces
- d) Casi Siempre
- e) Siempre

12. ¿El precio brindado del servicio es factible para los clientes?

- a) Nunca
- b) Muy pocas veces
- c) Algunas Veces
- d) Casi Siempre
- e) Siempre

13. ¿Los personales del restaurante son capacitados para brindar un buen servicio a los clientes?

- a) Nunca
- b) Muy pocas veces
- c) Algunas Veces
- d) Casi Siempre
- e) Siempre

14. ¿Qué técnicas se usa para medir el rendimiento personal?

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

15. Se aplica el término de Gestión de Calidad?

- a) Si

- b) A veces
- c) No

16. ¿Cuáles son las herramientas que utiliza la empresa para un servicio de calidad?

- a) Comunicación
- b) Confianza
- c) Retroalimentación

17. ¿Factores de calidad en la atención al cliente

- a) Atención personalizada
- b) Rapidez en el servicio
- c) Instalaciones en el restaurante

18. ¿Resultados que se obtiene al realizar una buena atención?

- a) Clientes satisfechos
- b) Fidelización a los clientes
- c) Posicionamiento de la organización
- d) Mayor ingreso

RESPECTO A LA PROPUESTA DE MEJORA EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO, RUBRO RESTAURANTE

19. ¿Realiza selección del personal de buen rendimiento?

- a) si
- b) no

20. ¿Diseña el programa de capacitación?

a) si

b) no

21. ¿Verifica el cronograma del plan de mejoramiento?

a) si

b) no

22. ¿Realiza toma de decisiones y soluciones a los problemas?

a) si

b) no

23. ¿Diseña un plan de incentivos de acuerdo al cumplimiento de las metas?

a) si

b) no

24. ¿Implementa plan de mejora y seguimiento al mismo?

a) si

b) no

## Anexo “B”: Evidencias de validación de instrumento



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

### INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

- **DATOS GENERALES:**
  - Apellidos y nombres del informante [Experto]: MOZOMBITE ARMAS JOSE WILSON
  - Grado Académico: MAGISTER EN ADMINISTRACIÓN PÚBLICA
  - Profesión: LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN
  - Institución donde labora: HOSPITAL DE SAN JUAN DE LURIGANCHO
  - Cargo que desempeña: JEFE DE SERVICIOS GENERALES
  - Denominación del instrumento: PROPUESTA DE MEJORA EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO, RUBRO RESTAURANTE: CASO CEVICHERIA VILLA DEL MAR SAC-URBANIZACIÓN MARISCAL CACERES, S.J.L, LIMA, 2020.
  - Autor del instrumento: ROJAS QUINTO AMANDA
  - Carrera: Administración

- **VALIDACIÓN:**

Ítems correspondientes al instrumento de CUESTIONARIO

Variable 1: Gestión de Calidad

N° de ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
<b>Dimensión 1: MEJORA CONTINUA</b>							
	X		X		X		
¿Cuáles son las herramientas que utiliza la empresa para un servicio de calidad?	X		X		X		
<b>Dimensión 2: ESTRATEGIA</b>							
¿Diseña el programa de	X		X		X		

capacitación?							
. ¿Cuáles son las herramientas que utiliza la empresa para un servicio de calidad?	X		X		X		

Ítems correspondientes al Instrumento 2. Variable: Atención al Cliente

Nº de ítem	Validez de contenido El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		Validez de constructo El ítem contribuye a medir el indicador planteado		Validez de criterio El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		Observaciones
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
	<b>Dimensión 1: FIDELIZACIÓN</b>						
¿Resultados que se obtiene al realizar una buena atención?	X		X		X		
¿Factores de calidad en la atención al cliente?	X		X		X		
<b>Dimensión 2: CREDIBILIDAD</b>							
¿Verifica el cronograma del plan de mejoramiento?	X		X		X		
¿Implementa plan de mejora y seguimiento al mismo?	X		X		X		

Otras observaciones generales:



Firma

Magt. Mozombite Armas José

Nota: adjuntar

Matriz de operacionalización de las variables

## Matriz de consistencia

PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLES	METODOLOGÍA
<p><b>Problema General</b></p> <p>¿Cuál es la mejora de la atención al cliente para la Gestión de Calidad en la MYPE del sector servicio, rubro restaurante caso: Cevichería Villa Del Mar S.A.C. Urbanización Mariscal Cáceres, SJL-Lima, ¿2020?</p>	<p><b>Objetivo General</b></p> <p>Determinar si la mejora de la atención al cliente permite una Gestión de Calidad en las Micro y Pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurante: caso Cevichería Villa Del Mar S.A.C. Urbanización Mariscal Cáceres, SJL-Lima, 2020</p> <p><b>Objetivos Específicos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Describir las principales características relevantes de los trabajadores y representante legales en las Micro y Pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurante: caso Cevichería Villa Del Mar S.A.C. Urbanización Mariscal Cáceres, distrito San Juan de Lurigancho, Lima, 2020.</li> <li>✓ Definir la mejora en la atención al cliente para la Gestión de Calidad en las MYPES del sector servicio, rubro restaurante caso: Cevichería Villa Del Mar S.A.C. Urbanización Mariscal Cáceres, SJL-Lima, 2020.</li> <li>✓ Elaborar la propuesta me mejora para la atención al cliente en la gestión de calidad en las Micro y Pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurante: caso Cevichería Villa Del Mar S.A.C. Urbanización Mariscal Cáceres, distrito San Juan de Lurigancho, Lima, 2020.</li> </ul>	<p>Gestión de calidad</p> <p>Atención al cliente</p>	<p><b>Tipo de Investigación</b></p> <p>No experimental- transversal-descriptivo- De propuesta.</p> <p><b>Universo y población:</b> Mype rubro restaurantes analizado en la urbanización Mariscal Cáceres, SJL</p> <p><b>Muestra:</b> No probabilístico</p> <p><b>Técnicas y recolección de datos</b> <b>Técnica:</b> Encuesta (10 encuestados)</p> <p><b>Instrumento:</b> Cuestionario</p>



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

### INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

- **DATOS GENERALES:**
  - Apellidos y nombres del informante (Experto): AZABACHE ARQUINIO, CARMEN ROSA
  - Grado Académico: GRADO ACADEMICO
  - Profesión: LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN
  - Institución donde labora: UNIVERSIDAD NACIONAL ANTUÑEZ DE MAYOLO
  - Cargo que desempeña: DIRECCIÓN DE DESEMPEÑO INSTITUCIONAL OFICINA DE PLANIFICACIÓN
  - Denominación del Instrumento: PROPUESTA DE MEJORA EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO, RUBRO RESTAURANTE: CASO CEVICHERIA VILLA DEL MAR SAC-URBANIZACIÓN MARISCAL CACERES, SJL, LIMA, 2020.
  - Autor del Instrumento: ROJAS QUINTO AMANDA
  - Carrera: Administración
- **VALIDACIÓN:**

Ítems correspondientes al Instrumento 1. Variable: gestión de la Calidad

Nº de Ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
<b>Dimensión 1: MEJORA CONTINUA</b>							
• Atención al cliente	X		X		X		
• Desempeño	X		X		X		

Dimensión 2: ESTRATEGIA							
• Promoción	X		X		X		
• Comunicación	X		X		X		

Ítems correspondientes al Instrumento 2. Variable: Atención al Cliente

Nº de ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: FIDELIZACIÓN							
• Seguridad	X		X		X		
• Conformidad	X		X		X		
Dimensión 2: CREDIBILIDAD							
• Empatía	X		X		X		
• Confianza	X		X		X		

Otras observaciones generales:

  
 Mgr. Carmelo José Azabache  
 Arquero  
 DNI N° 31676893



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

### INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

- **DATOS GENERALES:** SILVA JUARES RAQUEL
  - **Apellidos y nombres del informante (Experto):** MAGISTER EN GERENCIA EMPRESARIAL
  - **Grado Académico:** LICENCIADA EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
  - **Profesión:** UNIVERSIDAD NACIONAL DE FRONTERA
  - **Institución donde labora:** DOCENTE
  - **Denominación del instrumento:** PROPUESTA DE MEJORA EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO, RUBRO RESTAURANTE: CASO CEVICHERÍA VILLA DEL MAR SAC-URBANIZACIÓN MARISCAL CACERES, SJL, LIMA, 2020.
  - **Autor del instrumento:** ROJAS QUINTO AMANDA
  - **Carrera:** Administración

- **VALIDACIÓN:**

Ítems correspondientes al Instrumento de PROPUESTA DE MEJORA

N° de ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
<b>Problemal: Dificultades de los trabajadores para implementar la Gestión de Calidad</b>							
Identificación del problema	X		X		X		
Causa del problema	X		X		X		
Soluciones encontrados al problema	X		X		X		

Problema 2: Falta de técnicas para medir rendimiento personal							
Identificar problemas	X		X		X		
Causa del problema	X		X		X		
Soluciones encontrados al problema	X		X		X		
Problema 3: Falta de trabajo en equipo							
Identificar problemas	X		X		X		
Causa del problema	X		X		X		
Soluciones encontrados al problema	X		X		X		

Otras observaciones generales:



M. Sc. Raquel Silva Juárez  
 LICENCIADA EN INGENIERÍA INDUSTRIAL  
 UTELA 2016

Firma

Magt. Silva Juárez Raquel

DNI: 62846914

Nota: adjuntar

Propuesta de mejora

PROPUESTA DE MEJORA

Problemas encontrados- resultados	Surgimiento del problema	Acción de mejora	Responsable
Dificultades de los trabajadores para implementar la gestión de calidad	Falta de iniciativa y motivación de los trabajadores	-clima laboral -Comunicación adecuada -capacitación cada cierto tiempo <b>Incentivos económicos</b> -bonos -comisiones -vacaciones	Representante
Técnicas para medir el rendimiento del personal	Existen Mypes que solo utilizan la técnica de observación para medir el rendimiento del personal	Las acciones de mejora sería utilizar otras técnicas para medir el rendimiento de los trabajadores como:  <b>Método de la puntuación</b>  Se establecen los ítems que se quieren valora del rendimiento del empleado  <b>Método de la descripción</b> El responsable de RR. HH realice una lista donde describa actuaciones laborales en positivo y en negativo. Ello ayudará a cada empleado para que se ajuste a su manera al trabajo donde desempeñe mejor. métodos de reunión métodos de autoevaluación método de trabajo en equipo o compañerismo el método del cliente	Representante
Falta de trabajo en equipo	El miembro del equipo no logra repartirse las funciones y trabajar en armonía.	Buena comunicación Definir objetivos Desarrollar habilidades del equipo Reconocer y recompensar los logros Aprovechar fortalezas de cada miembro del equipo. Toma de decisiones firmes e inspirar el respeto. Solucionar problemas oportunamente	Representante

## Anexo "C": Consentimiento informado



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

### PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

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

La presente investigación se titula **PROPUESTA DE MEJORA EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO, RUBRO RESTAURANTE: CASO CEVICHERIA VILLA DEL MAR SAC-URBANIZACIÓN MARISCAL CACERES, SJL, LIMA, 2020** y es dirigido por Amanda Rojas Quinto, investigador de la Universidad Católica Los Angeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es **Elaborar la propuesta de mejora de la atención al cliente para la Gestión de Calidad en las Micro y Pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurante: caso Cevichería Villa del Mar S.A.C. urbanización Mariscal Cáceres, SJL-Lima, 2020.**

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de un informe detallado con propuestas de mejoras para su negocio. Si desea, también podrá escribir al correo [yulirojas24@hotmail.com](mailto:yulirojas24@hotmail.com), para escribir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el comité de Ética de la investigación de la Universidad Católica los Angeles de Chimbote.

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

Nombre: **OBANDO HUAMAN Lourdes**

Fecha: 18 de octubre de 2021

Correo electrónico: [abandohuamanilourdes@gmail.com](mailto:abandohuamanilourdes@gmail.com)

Firma del participante:

Firma del investigador (o encargado de recoger información):

**COMITÉ INSTITUCIONAL DE ÉTICA EN INVESTIGACION-ULADECH**