



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA
ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN

PROPUESTA DE MEJORA DE LA ATENCIÓN AL
CLIENTE COMO FACTOR RELEVANTE DE LA GESTIÓN
DE CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS
DEL SECTOR SERVICIOS, RUBRO RESTAURANTES DE
PRODUCTOS HIDROBIOLÓGICOS DEL DISTRITO DE
CASMA, 2020

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN

AUTOR

HUANCHACO MOTA, ANALI YULISSA

ORCID: 0000-0003-3359-0994

ASESOR

Mgtr. ESTRADA DIAZ, ELIDA ADELIA

ORCID: 0000-0001-9618-6177

CHIMBOTE – PERÚ

2023

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

HUANCHACO MOTA, ANALI YULISSA

ORCID: 0000-0003-3359-0994

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Perú

ASESOR

Mgtr. ESTDIAZ DIAZ, ELIDA ADELIA

ORCID: 0000-0001-9618-6177

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

JURADO

MGTR. CANCHARI QUISPE, ALICIA

ORCID: 0000-0001-6176-191X

MGTR: ROSILLO DE PURIZACA, MARIA DEL CARMEN

ORDID: 0000-0003-2177-5676

MGTR. LIMO VÁSQUEZ, MIGUEL ÁNGEL

ORCID: 0000-0002-7575-3571

JURADO EVALUADOR Y ASESOR

Mgtr. Canchari Quispe, Alicia

ORCID: 0000-0001-6176-191X

Presidente

Mgtr. Rosillo de Puerizaca, María Del Carmen

ORCID: 0000-0003-2177-5676

Miembro

Mgtr. Limo Vásquez, Miguel Ángel

ORCID: 0000-0002-7575-3571

Miembro

Mgtr. Estrada Díaz, Elida Adelia

ORCID: 0000-0001-9618-6177

Asesor

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, por haberme acompañado en todo momento ayudándome a aprender de mis errores y a no cometerlo otra vez, también darme la oportunidad de estudiar una carrera universitaria. Gracias por ser mi fortaleza, eres quien guía mi destino en cada momento.

A mi familia que gracias a sus consejos y palabras de aliento que me permitió a concluir este gran reto, de igual forma los docentes por la enseñanza y paciencia brindada y por los conocimientos compartidos.

DEDICATORIA

A Dios, tu amor y bondad no tiene fin, que permites sonreír ante todo mis logros pues son resultados de tu ayuda. Cuando caigo me pones a prueba, para mejorar y crecer en diferentes maneras logrando así ser mejor persona.

A mis padres Hugo Huanchaco y Luisa Mota, por el apoyo incondicional en todo momento, gracias por esas palabras de aliento que me enseñaron a no rendirme, de la misma manera a mis hermanos a Ronal, Michel, María que fueron mi mayor motivo para alcanzar mis objetivos, ellos que con cada granito de arena me impulsaron a ser mejor persona.

INDICE DE CONTENIDO

1. Caratula	i
2. Equipo de trabajo.....	ii
3. Hoja de firma del jurado y asesor	iii
4. Hoja de agradecimiento y/o dedicatoria	iv
5. Índice de contenido.....	v
6. Índice de tablas y figuras	vii
7. Resumen y Adstract.....	viii
I. Introducción.....	1
II. Revisión de literatura	7
2.1 Antecedentes	5
2.2 Bases teóricas de la investigación... ..	10
III. Hipótesis	17
IV. Metodología.....	18
4.1 Diseño de la investigación.....	18
4.2 Población y muestra.....	18
4.3 Definición y operacionalización de variables e indicadores.....	19
4.4 Técnica e instrumentos de recolección de datos	23
4.5. Plan de análisis	23
4.6 Matriz de consistencia	24
4.7 Principios éticos.....	25
V. Resultados.....	26
5.1 Resultados.....	26
5.2 Análisis de resultados	31
VI. Conclusiones.....	36
VII. Recomendaciones	
Referencias bibliográficas	38
Anexo	43

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos del distrito de Casma, 2020.....	26
Tabla 2 Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos del distrito de Casma, 2020.	27
Tabla 3 Características de la atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos del distrito de Casma, 2020.	28
Tabla 4 Características de la gestión de calidad que aplican las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes hidrobiológicos del distrito de Casma, 2020.....	29
Tabla 5 Propuesta de mejora en la atención de calidad para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes hidrobiológicos del distrito de Casma 2020.....	31

INDICE DE FIGURA

Figura 1	Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos del distrito de Casma, 2020.....	50
Figura 2	Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos del distrito de Casma 2020.....	51
Figura 3	Características de la atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos del distrito de Casma, 2020.....	52

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo general: Formular una propuesta para mejorar la atención al cliente como factor relevante que permite una gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos distrito de Casma, 2020. La metodología utilizada fue de diseño no experimental –transversal- descriptivo, se utilizó una población de 40 mypes y una muestra de 20, a quienes se les aplicó un cuestionario de 17 preguntas a través de la técnica de la encuesta. Obteniendo como resultados: el 55% de los representantes de las mypes de sector servicios rubro restaurante de Casma tiene entre 31 a 50 años, el 50% son de género femenino, el 65% de las personas que trabajan en la empresa son sus familiares, el 75% de tiene un conocimiento malo sobre la atención al cliente, el 50% cree que es importante la atención al cliente. De esta forma se concluye que las mypes de Casma están pasando por problemas de conocimiento en calidad y atención al cliente por lo que es importante aplicar estrategias que mejoren el conocimiento teórico y aplicación de la calidad de gestión en la atención al cliente.

Palabras clave: atención, calidad, cliente, gestión y Mypes.

ABSTRACT

The general objective of this research is: To formulate a proposal to improve customer service as a relevant factor that allows quality management in micro and small companies in the service sector, restaurants of hydrobiological products, district of Casma, 2020. The methodology used it was of non-experimental - transversal-descriptive design, a population of 40 mypes and a sample of 20 were used, to whom a questionnaire of 17 questions was applied through the survey technique. Obtaining as results: 55% of the representatives of the mypes of the service sector in the restaurant sector of Casma are between 31 and 50 years old, 50% are female, 65% of the people who work in the company are their relatives, 75% of have a bad knowledge about customer service, 50% believe that customer service is important. In this way, it is concluded that Casma's mypes are experiencing problems of knowledge in quality and customer service, so it is important to apply strategies that improve theoretical knowledge and application of management quality in customer service.

Keywords: service, quality, customer, management and Mypes.

I. INTRODUCCIÓN

Las MYPES son unidades económicas constituidas por una persona natural o jurídica bajo una forma de gestión empresarial que desarrolla actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes y prestación de servicios, que están establecidas entre 1 y 10 trabajadores, de acuerdo a la ley las MYPES pueden tener un monto máximo de 150 UIT en ventas anuales, las MYPES son las fuentes principales que generan empleo aproximadamente el 80% de la población labora en estos establecimientos y generan cerca del 45% de PBI, un aproximado del 70% de MYPES son informales por eso el estado fomenta a formalizarse mediante procedimientos de registros, supervisión, inspección donde se proporciona condiciones de equidad en sus trabajadores

En el estado de nuestro país no ha sido desconocido a la importancia de las pequeñas y medianas empresas para el incremento de nuestro país por ello se ha establecido normas para mejorar su crecimiento y desarrollo. En nuestro país funcionan abundantes programas públicos como también privados que apoyan a la pequeña y mediana empresa. Dentro del sector público los principiantes son evaluados por el ministerio de trabajo, Proción de empleo así mismo también el ministerio de la mujer y desarrollo social su mayor objetivo es mejorar la productividad y diferenciarse de la competencia así mismo también aplican diferentes estrategias para reducir la pobreza.

Las micro, pequeñas y mediana empresas representan el 99,4% del empresario nacional y generan alrededor del 63,4% de empleo. Es importante porque evidencia diferentes ángulos, el primero se enfoca en identificar cuáles son las principales fuentes de empleo la cual es una herramienta muy importante para promocionar empleos, este acceso es para aquellos que cuentan con bajos recursos, apesar de que

la micro , pequeñas y mediana empresas son muy importantes casi la totalidad tiene problema en la mala atención que brinda y permanecer en el sector donde se encuentre ubicado , uno de esos problemas es que ejercen lo que es la gestión de calidad en el uso de atención al cliente. Por eso estas dificultades no solamente son a nivel de nacional, local, sino también a nivel internacional

En España los restaurantes como Lasarte-Oria (País Vasco) ocupa el primer puesto y le nombran una de los mejores restaurantes de España por su calidad de atención al cliente, los trabajadores están bien capacitados para dar un buen trato a los consumidores, dentro de estas empresas hay una buena comunicación entre el líder y los colaboradores que al momento de entender brindan un buen servicio (Sandiego, 2018)

En México existen más 4,2 millones de unidades económicas oficialmente de lo cual este universo pertenece, el 99,8% son consideradas pequeñas y medianas empresas que están obligadas aportar 42% del producto bruto interno(PBI) con un objetivo que está generando un 78% de los colaboradores de este país, la calidad de servicio que se brinda son la adecuada por que buscan satisfacer la necesidades de los consumidores, y primordialmente ejercen la gestión de calidad, en esta país realizan estrategias esenciales en diferentes organizaciones para mejorar su nivel de competencias , las empresas están en contante capacitación con su colaboradores para mejorar la atención al cliente por medio de sus conocimientos (Arana, 2018).

En Colombia se caracterizan por representar una gran participación de las micro, pequeñas y medianas empresas, su productividad es de 96.4%, definen que (MiPymes) son unidades de explotación económica que emplea entre 10 y 200 trabajadores y sus activos totales son de 500 y 30.000 SMMLV eso hace que convierta en el principal cimiento de la actividad productiva nacional. Especificando en los

restaurantes se ve que su gestión de calidad es mejor sus platos que en otro país, porque muchas de las empresas prepararan comidas con productos del día lo cual hacen una diferenciación para las competencias aplicando diferentes métodos para mejorar el día y en cuanto al aspecto de los trabajadores, brindan una buena Atención ya que tienen contante capacitación (Montoya, 2018).

En Colombia las pequeñas empresas son las que emplean más a la población con un aproximado del 67 % a este país le ha costado mucho cambiar su economía y posicionarse en la economía internacional, este incremento se debe por una parte gracias a las MYPES por lo que generan gran producción, la importancia que tiene dentro del sector productivo es fundamental por lo general estos negocios están ubicados mayormente en la capital y algunos departamentos, las ventajas con las que cuentan son innumerables como conseguir rápidamente mano de obra ya que para estos establecimientos no se requiere tener muchos requisitos (Dinero, 2016).

En Bolivia las pequeñas empresas cumplen un rol fundamental en la economía, pero tiene una problemática en contexto de no tener información adecuada para hacer crecer estos negocios; la falta de conocimiento en los dueños de estos negocios familiares se refleja en decisiones no adecuadas e información de mala calidad; las causas principales de la baja productividad en las pequeñas empresas es por la falta de formación y capacitación en los empleados de estos establecimientos, son pocas las MYPES que tienen personal preparado y capacitado pues, la mayoría son informales, no pagan un salario justo y se reusan a pagar otro tipo de beneficios sin embargo esto está cambiando por el decreto que dicto el estado (Bueno, 2014).

En nuestro país radica en peso que posee según el instituto nacional de estadística e informática. indica que el 99,6% de las organizaciones que existen en nuestro país son macros, pequeñas y medianas empresas que producción es de 47%

del PBI. En nuestro país los contutores de las empresas se diferencian por el tamaño de la organización, su mayor objetivo de las micro y pequeñas empresas es brindar un buen trato del cliente para si poder lograr la fidelización y por último lo primordial es la reducción de la pobreza (Cañarí, 2017).

En el distrito de Casma donde se desarrolló la investigación , existen varios establecimientos de negocios como restaurantes hidrobiológicos distrito de casa , dedicadas a ventas de comida marinas y también bebidas para el consumo del cliente, sin embargo se desconoce si esta micro y pequeña empresa cuentan con una buena gestión de calidad en el servicio que ofrecen, en conclusión este trabajo de investigación trata de hacer conocer si estos establecimientos a través de su contador o administradores tiene conocimientos sobre como un colaborador debe brindar sus servicio de madera educada , amable pues eso con lleva al éxito empresarial.

En el distrito de Casma donde se realizará la siguiente investigación determinaremos las características de la Micro y Pequeñas organizaciones de los representantes y de la gestión de calidad atención al cliente por lo tanto se planteó el siguiente problema.

En el distrito de Casma se encuentran varios “restaurantes hidrobiológicos” ya sea macro o pequeñas empresas especializadas en la venta de comidas de hidrobiológicos en el cual su obstáculo es la gestión de calidad en atención al cliente: por falta de colaboradores no capacitados, falta de una buena comunicación. Por lo anteriormente manifestado, el enunciado de investigación es el siguiente:

¿Cuál es la propuesta de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos del distrito de Casma, 2020?

Asimismo, Para dar solución a dicha problemática, se planteó el siguiente objetivo general: Formular una propuesta de mejora de la atención al cliente como factor relevante para una gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos distrito de Casma, 2020.

Para alcanzar el objetivo general se planteó los siguientes objetivos específicos: Describir características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, Rubro restaurantes de productos hidrobiológicos del distrito de Casma, 2020. Determinar características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, Rubro restaurantes de productos hidrobiológicos del distrito de Casma,2020. Detallar las características de la atención al cliente como factor relevante para la gestión en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, Rubro restaurantes de productos hidrobiológicos del distrito de Casma, 2020. Describir las características de gestión de calidad que se está aplicando en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos del distrito de Casma ,2020. Elaborar una propuesta de mejora de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeña empresa del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos del distrito de Casma,2020

Este trabajo de información se justifica ya que concederá información y conocimientos importantes para identificar las principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas, orientado en las cevicherías de Casma, también se conocerá las características de las microempresas, por otra parte este trabajo de investigación proporciona el valor de implementar las características de la atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad, ya que al

obtener la satisfacción de los clientes, los negocios familiares lograran un beneficio adicional y eso atraerá nuevos comensales, y de esa manera se incrementará las ganancias de estos negocios. Otorga conocimientos que permitirá incrementar la calidad en atención al cliente. Contribuye a que las micro y pequeñas empresas mejoren constantemente realizando cambios en sus falencias. Asimismo, esta investigación, aporta conocimientos y sirve como ejemplo, es decir una base de consulta para sucesivos estudios de mayor trascendencia.

La importancia de las micro y pequeñas empresas en los dueños; es que le permites crear un negocio para salir adelante, logran tener más experiencia y cuándo se conviertan en grandes empresarios logran tener mayor participación en el mercado, asimismo pueden aprender a manejar una buena gestión empresarial y contar con experiencia para realizar negocios importantes. En la sociedad; cumplen un rol fundamental dentro de la economía de un país, son las fuentes principales que generan empleo, la mayoría de la población labora en estos establecimientos que ayuda a combatir la pobreza. En los estudiantes; les ayuda a emprender, tener una visión a futuro para crear su propio negocio, de empezar por algo pequeño y luego convertirlo en una organización bien establecida, con los conocimientos en su centro de estudios es más fácil lograr los objetivos planteados.

En la investigación se utilizó el diseño no experimental-transversal-descriptivo, fue no experimental, porque no se manipuló deliberadamente a la atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos del distrito de Casma, 2020. Únicamente se observó acorde a la realidad sin sufrir ningún tipo de modificaciones. Fue transversal, porque el estudio de la investigación caracterización de la atención al cliente como factor relevante para

la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, restaurantes de productos hidrobiológicos del distrito de Casma, 2020 , se desarrolló en un espacio de tiempo definido teniendo un inicio y fin concretamente el año 2019. Fue descriptivo, porque solo se describió las principales características de los representantes, de las micro y pequeñas empresas y las características de la atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos del distrito de Casma, 2020.

A su vez para el recojo de información se utilizó una población de 40 micro y pequeñas empresas, se utilizó una muestra de 20, a quienes se les aplicó un cuestionario de 25 preguntas, 5 de las primeras es referente a las características de los representantes de las microempresas, luego las 8 siguientes son referente a las características de las micro y pequeñas empresas, las 9 son referente la atención al cliente , y loss 8 últimos son sobre la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos del distrito de Casma,2020, esto a través de la técnica de la encuesta donde se obtuvieron los siguientes resultados: el 55% de los representantes de las mypes de sector servicios rubro restaurante de Casma tiene entre 31 a 50 años, el 50% son de género femenino, el 65% de las personas que trabajan en la empresa son sus familiares, el 75% de tiene un conocimiento malo sobre la atención al cliente, el 50% cree que es importante la atención al cliente. De esta forma la investigación concluye que las mypes de Casma del sector servicios, rubro restaurante de productos hidrobiológicos, están pasando por problemas de conocimiento en calidad y atención al cliente por lo que es importante aplicar estrategias que mejoren el conocimiento teórico y aplicación de la calidad de gestión en la atención al cliente.

II. Revisión de literatura

2.1 Antecedentes

Antecedentes Internacionales:

Variable 1. Atención al cliente

Mosquera (2018) en su investigación *Calidad de los servicios y satisfacción del cliente en el restaurante pizza burger diner, ubicado en la cabecera del departamento de Zacapa*. tuvo como objetivo general determinar la relación de la calidad del servicio con la satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil, a través de una investigación de campo para el diseño de estrategias de mejora del servicio al cliente. La metodología fue la investigación cualitativa, de tipo aplicada y con un diseño no experimental, por medio de entrevistas a profundidad dirigidas a los propietarios de la empresa y al personal del servicio y de limpieza, los resultados fueron que el 87% de los clientes no están ni de acuerdo, ni en desacuerdo en si recomendase el restaurante Rachy's a otras personas. En conclusión, a través del desarrollo de esta investigación, se evidenció que el servicio al cliente es muy importante en cualquier empresa, ya que depende de esto el éxito o el fracaso de la misma. Para una organización siempre es bueno que los clientes salgan satisfechos para que puedan recomendar el lugar por su buena comida y servicio.

Velásquez (2019) en su investigación *Propuesta de estrategias para mejorar la atención al cliente en un restaurante en Ecuador*, tuvo como objetivo general proponer estrategias para mejorar la atención al cliente en el restaurante, la metodología de investigación fue: tipo descriptiva, se utilizó una muestra censal ya que se entrevistó al dueño y administrador de la empresa, utilizándose como técnica la entrevista de esta forma se llegó a las siguientes conclusiones: El dueño y el administrador del restaurante quieren mejorar la calidad de atención al cliente, no

obstante se ven imposibilitados al no contar con el conocimiento para desarrollar políticas que mejoren la calidad de la atención, por otro lado el escaso personal profesional en gestión también está afectando ya que no cuentan con ideas y asesoría que le ayuden a mejorar la calidad de la atención, otro problema es la falta de recursos financieros, no le permiten mejorar su infraestructura. Así mismo, esto repercute en un mal proceso de atención donde los clientes llegan y no hay quien los invite a pasar o los atienda, además de personal no capacitado para brindar un buen servicio al cliente, ante ello se debe capacitar al gerente, y colaboradores de las empresas en temas de gestión de calidad y atención.

Avilés (2018) en su investigación denominada *“Diseño de un modelo de atención de calidad al cliente en un restaurante en Guayaquil”* donde se propuso como objetivo diseñar un modelo de atención de calidad del servicio al cliente por medio de estrategias que incrementará las ventas para el restaurante en Guayaquil, para ello se desarrolló una investigación de tipo aplicada, con un diseño no experimental descriptivo, además la muestra estuvo constituida por 121 clientes a quienes se le aplicó la encuesta, de esta forma se llegó a concluir que en el restaurante existe una regular atención del personal e infraestructura, sin embargo se debe mejorar en el trato de los empleados hacia el consumidor y limpieza del local donde el 52% lo calificó como regular, el 58% calificó el ambiente del local como regular, asimismo existe un tiempo de espera de atención corto donde el 94% calificó como una atención rápida debido a que cuentan con un personal suficiente para satisfacer cada área, se propuso desarrollar un plan de incentivos con capacitaciones para que el personal se sienta motivado a ejercer una buena atención a los clientes y mejorar la calidad de atención. Por consiguiente, se encontró una correlación con un R^2 de 0.99 de la calidad de atención en el aumento de ventas del restaurante.

Variable 2. Gestión de calidad

Escobar y Goyes (2019) en su investigación de Estudio de modelos de gestión de calidad en restaurantes del cantón Playas, provincia del Guayas, tuvo como problema general: Analizar los procesos de gestión de calidad de los restaurantes del cantón Playas, provincia del Guayas. La metodología utilizada fue de diseño descriptivo - transversal. Para la recopilación de datos se trabajó con una población compuesta por los clientes de los distintos restaurantes seleccionados durante el período conformado por los meses de mayo, junio y julio del 2019, mientras que como muestra se consideró a 382 clientes, a quienes se les aplicó un cuestionario de 26 preguntas mediante la técnica de la encuesta Obteniendo los siguientes resultados: El 55,50% corresponde a una edad de entre 18-32 años de edad, el 56,28% pertenece al sexo masculino, el 69,61% manifiesta sentirse parcialmente en desacuerdo con que el restaurante cuenta con máquinas, equipos de apariencia moderna y atractiva, el 76,96% se encuentra totalmente de acuerdo con que las instalaciones del comedor son visualmente atractivas, el 80,10% indica sentirse de acuerdo con la apariencia adecuada y pulcra de los trabajadores, el 39,79% manifiesta que se encuentra parcialmente de acuerdo con que la comida brindada en el comedor luce apetecible, el 39,79% está parcialmente de acuerdo con que los utensilios con los que ingieren los alimentos se encuentran higiénicos, el 39,79% se encuentra parcialmente de acuerdo con que el personal muestra interés ante una queja por parte del cliente, el 38,22% se encuentra totalmente de acuerdo con que el mismo personal atiende al cliente durante todo el proceso de servicio, el 38,74% indica estar parcialmente en desacuerdo con el cumplimiento de los horarios establecidos, el 64,40% manifiesta sentirse de acuerdo con la comunicación del restaurante cuando no puede prestar el servicio que brinda con normalidad, el 52,88% se encuentra totalmente de acuerdo con la rapidez en el

servicio brindado por el restaurante, el 80,10% se encuentra parcialmente de acuerdo con que el personal este siempre dispuesto a ayudar, el 52,88% se encuentra totalmente de acuerdo con la comunicación oportuna del proceso por parte de los empleados del restaurante, el 64,40% manifiesta sentirse parcialmente en desacuerdo con el comportamiento del personal que se encuentra en el comedor y la confianza inspirada, el 45,55% señala sentirse parcialmente en desacuerdo con la amabilidad brindada por los empleados del restaurante encuestado, el 79,06% se encuentra parcialmente de acuerdo con el nivel de conocimientos de los empleados del restaurante para poder responder las preguntas realizadas por los clientes, el 52,88% se encuentra totalmente de acuerdo con la información detallada, así como el menú diario y las normas de las instalaciones del restaurante, el 63,35% indica sentirse parcialmente en desacuerdo con la atención personalizada brindada por el personal, el 59,16% se encuentra totalmente de acuerdo con los horarios de servicio conveniente para los clientes, el 80,10% se encuentra parcialmente de acuerdo con la capacidad del personal del restaurante para recibir inquietudes y sugerencias, el 80,10% manifiesta sentirse de acuerdo con la comprensión del restaurante por satisfacer las necesidades alimenticias de los clientes, el 51,83% se encuentra totalmente de acuerdo con la satisfacción de los clientes luego del uso del servicio brindado por el restaurante, el 80,10% se encuentra parcialmente de acuerdo con el confort debido al servicio que presta actualmente el restaurante, el 59,16% se encuentra totalmente de acuerdo con el 13 cumplimiento de las expectativas del consumidor en relación al servicio prestado, el 59,16% que se encuentra totalmente de acuerdo con aumentar el pago de los productos y servicios con la finalidad de realizar mejoras en el servicio brindado, el 80,10% manifiesta sentirse de acuerdo con la recomendación hacia el uso del restaurante a otras personas. En conclusión, se determinó que en el cantón playas, provincia de

Guayas se puede identificar el nivel de competitividad caracterizado por la apertura de restaurantes que implementan un modelo de gestión que permite brindar un correcto servicio al cliente y gestión de calidad de los alimentos que se brindan en el mismo.

López (2018) en su tesis *Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil*, planteó como objetivo: Determinar la relación de la calidad del servicio con la satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil, a través de una investigación de campo para el diseño de estrategias de mejora del servicio al cliente. La metodología de la investigación es mixto-cualitativo. Para la recolección de datos se trabajó con una población conformada por los clientes que consumen en el restaurante Rachy's en un período de recolección de información de datos de una semana, mientras que la muestra estuvo compuesta por 365 clientes, a quienes se les aplicó un cuestionario de 25 preguntas mediante la técnica de la encuesta. Obteniendo los siguientes resultados: El 50% de los clientes son de género masculino, el 70% está de acuerdo que las instalaciones son visualmente atractivas en el restaurante, el 67% está de acuerdo que el restaurante Rachy's cuenta con máquinas y equipos de apariencia moderna y atractiva, el 49% no está de acuerdo que el personal de servicio del restaurante tiene una apariencia adecuada y pulcra, el 70% está de acuerdo que la comida brindada en el restaurante luce apetitosa, el 68% no está de acuerdo ni en desacuerdo que los 14 utensilios, bandejas y cubiertos con los que se ingiere la comida son prestados con adecuado estado de limpieza, el 40% no está de acuerdo que cuando se tiene alguna queja o problema el personal del restaurante se muestra sincero, el 48% no está ni en acuerdo, ni en desacuerdo que el personal del restaurante realiza bien el servicio desde la primera vez, el 46% no está ni en acuerdo, ni en desacuerdo que el personal cumple con los horarios establecidos, el 47% está de acuerdo que el personal del restaurante

Rachy's le comunica cuando no va a presentar sus servicios, el 41% no está de acuerdo que el restaurante Rachy's ofrece un servicio rápido, el 40% no está de acuerdo que los empleados del restaurante siempre están dispuestos a ayudarlos, el 40% no está de acuerdo que el personal del restaurante les comunica como es el proceso para ser servidos, el 39% está de acuerdo que el comportamiento del personal del restaurante le inspira confianza, el 41% no está de acuerdo que los empleados del restaurante son amables, el 47% no está de acuerdo que el personal tiene conocimientos suficientes para responder sus preguntas, el 47% no está ni en acuerdo ni en desacuerdo que se ofrece información detallada sobre el menú diario y normas en las instalaciones del restaurante, el 46% no están de acuerdo que el personal del restaurante le brindan una atención personalizada, el 46% no está de acuerdo que el restaurante ofrece horarios de servicios convenientes a las necesidades de los clientes, el 44% no está de acuerdo que el personal del restaurante se muestra perceptivo ante sus inquietudes y sugerencias, el 36% no están de acuerdo que el restaurante comprende las necesidades alimenticias de sus clientes, el 79% no se encuentra ni de acuerdo, ni en desacuerdo con respecto a su satisfacción hacia el servicio del restaurante, el 88% se encuentra en una posición intermedia con respecto a sus sentimientos hacia el servicio que presta actualmente el restaurante, el 39% no está de acuerdo que el restaurante cumple con 15 sus expectativas, el 87% no está ni acuerdo, ni en desacuerdo en aumentar el pago que se realiza a cambio de mejoras del servicio, el 87% no está ni de acuerdo, ni en desacuerdo en si recomendaría el restaurante Rachy's a otras personas. Se concluyó que, referente al marco teórico se mencionaron algunas teorías, enfoques de la calidad, calidad del servicio, satisfacción al cliente, características de la calidad, modelos de medición de servicio, en donde se observó que es necesario tener una evaluación de calidad de servicio que permita controlar correctamente las actividades de la empresa.

Así como reducir las falencias del servicio para obtener mayores beneficios económicos.

Burgos (2017) en su investigación Desarrollo del sistema de gestión de calidad en el restaurante-bar Ouzo Agave Azul S.A.S. bajo los lineamientos de la norma ISO 9001:2015 y la norma técnica colombiana NTS-USNA 008, planteó como objetivo general: Desarrollar el sistema de gestión de calidad para el restaurante- bar Ouzo Agave Azul S.A.S (Santa Marta, Magdalena) bajo los lineamientos de la norma ISO 9001:2015 y la norma técnica colombiana NTS-USNA 008 que estandarice sus procesos y valore el riesgo del sistema. La metodología utilizada fue de tipo mixta, porque se recolectaron, analizaron, reportaron e interpretaron los datos cuantitativos y cualitativos. Para la recopilación de los datos se utilizó una población de 4500 clientes donde el tamaño de la muestra a considerar se calcula sobre el 13% es decir 367 clientes, a quienes se les aplicó un cuestionario compuesto por 8 preguntas mediante la técnica de la encuesta. Obteniendo los siguientes resultados: El 94% califica el restaurante como un lugar muy bueno o excelente en cuanto a la experiencia culinaria y el servicio en su totalidad, el 40% estaría dispuestos a recomendar y regresar al establecimiento, mientras que en entre las quejas presentadas por los clientes el 38% 16 señala que tienen inconformidad en cuanto a la atención/servicio que brinda el restaurante, el 21% en cuanto a la comida de calidad, el 14% sobre los tiempos de espera, el 12% en relación al ambiente del local, el 7% relacionado a los costos altos y el 7% menciona sobre otros motivos. Se concluyó que, la organización presenta falencias graves en aspectos de planificación para el sistema de gestión de calidad como consecuencia del recién inicio en el desarrollo del mismo y de la falta de conocimiento tanto de directivas como de trabajadores, por otro lado en cuestiones de evaluación del desempeño de la prestación del servicio y liderazgo se evidenció poco

progreso, en cuanto a que no se identificaron métodos específicos de evaluación ni los medios para obtenerla, por otro lado, se estableció de manera cualitativa que esta falta de control y medición derivada en la insatisfacción de los clientes sobre procesos específicos como la gestión del servicio al ingreso y durante los momentos claves del mismo.

Antecedentes Nacionales

Variable 1 atención al cliente

Villacorta (2019) en su investigación de estudio la *atención al cliente y plan de mejorar para las micros y pequeñas empresas del sector servicios restaurantes en Trujillo*, se propuso como objeto generar proponer un plan de mejora en la atención al cliente, para ello aplicó una investigación de nivel descriptivo, de tipo aplicada, y de diseño no experimental. Además, se utilizó como muestra a 11 restaurantes de Trujillo, donde sus representantes respondieron la encuesta, obteniendo los siguientes resultados: el 55% de los representantes de las empresas tienen entre 31 a 50 años, el 65% es de género masculino, el 55% tienen un grado de instrucción superior, y el 82% son dueños y el 54% tienen más de 7 años en el cargo. Además, respecto a las MYPES el 55% están más de 7 años en el mercado, el 91% tiene de 1 a 5 trabajadores, el 82% sus trabajadores son no familiares y el 100% lo han creado para generar dinero. De igual forma respecto a la gestión de calidad el 45% conoce el término y el 45% tiene cierto conocimiento, el 100% tiene conocimiento de la atención al cliente. El 92% aplica la gestión de calidad para que el cliente regrese, el 64% utiliza la comunicación y el 55% tiene rapidez en la entrega del producto y el 82% brinda una buena atención al cliente. Llegando a la conclusión de que una gestión de calidad contribuye a una buena atención al cliente.

Alejandro (2020) en su investigación La atención al cliente como factor relevante en la Gestión de la Calidad y Plan de mejora en las micros y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes del jirón Enrique Palacios del Distrito de Chimbote, 2019 presentada en la Universidad Católica de Los Andes de Chimbote para optar por el título profesional de Licenciado en Administración. Tuvo como objetivo general determinar las características de la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes del jirón Enrique Palacios del distrito 13 de Chimbote, 2019. Para el recojo de información se utilizó una población de 14 restaurantes escogiéndose el 100% como muestra a los que se les aplicó un cuestionario de 14 preguntas. El 85.71% de los representantes si considera la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad de su empresa. Se concluye que la mayoría de los representantes consideran que si es relevante el factor del cliente en la gestión de calidad, aplican la técnica moderna de la atención al cliente, miden el rendimiento de su personal a través de la observación, si conocen el termino de atención al cliente, consideran que la atención al cliente es fundamental para que este regrese, consideran que la atención personalizada a veces es fundamental para que el cliente regrese, así mismo la mala organización de sus trabajadores es un factor en la mala atención que brindan y finalmente han logrado la fidelización de sus clientes.

Bazán (2021) en su tesis Calidad de servicio y satisfacción al cliente en las Mypes del sector servicio rubro restaurantes Caso: Restaurant Los 3 Reyes-Santa María-Huaura, en Lima. año 2021, el presente trabajo de investigación tuvo como objetivo general determinar las características de la calidad de servicio y la satisfacción al cliente en las Mypes del sector servicio rubro Restaurantes caso: Restaurant 3 Reyes Santa María-Huaura, año 2021. En esta investigación la

metodología empleada fue de tipo cuantitativa, nivel de investigación de corte descriptivo, diseño no experimental- transversal, la población estuvo conformado por los comensales del restaurante tomando como muestra a 100 clientes, el cual se le aplico la encuesta como instrumento para la recolección de la información. Según 14 la investigación realizada se obtuvo como resultados el 60% afirmó que el objetivo para crear la micro empresa es para generar ganancias, el 60% afirmó que el tipo de la constitución de la empresa es persona jurídica, el 60% opinaron que algunas veces los volúmenes de la prestación de servicio hacen que sus costos sean más bajos, el 60% explicaron que casi siempre se realizan actividades y se establece el perfeccionamiento que generan experiencias con la finalidad de reducir costos, el 40% afirmaron que siempre en su empresa utilizaban nueva tecnología para reducir los costos, el 40% opinaron que casi siempre en la empresa diseñan los servicios para reducir costos, el 40% indicaron que casi siempre tienen accesos a los materiales necesarios para la ejecución de sus actividades permite bajar sus costos, el 40% afirmo que siempre su empresa se encuentra ubicada estratégicamente cerca a los clientes y ello permite reducir costos, el 80% afirmaron que siempre tenían una diferenciación del servicio de acuerdo a las características de prestación de servicios, el 77% se obtuvo una calificación regular en la calidad de servicio, el 75% manifestaron que después de recibir la atención en el establecimiento evidenciaron una satisfacción moderado, el 92.97% recibe una atención buena, el 59.38% de los clientes califica a la publicidad de estos restaurantes como ni buena ni mala y muy buena, el 75% se obtuvo una satisfacción moderada en la calidad de servicio. Se concluyó que para determinar la calidad de servicio de acuerdo con su satisfacción de los clientes encuestados que calificaron la calidad en un nivel regular el 63% evidencio una satisfacción moderada y a pesar de que solo un 2% que califico de mala la calidad de servicio evidencio una

satisfacción moderada. También se observó que la fortaleza del establecimiento es en la atención individualizada, en el ambiente y la limpieza del lugar. Sin embargo, sus debilidades se presentan en la rapidez del servicio, también la atención del personal muestra respeto en el proceso de atención 15 y en el caso de su debilidad es que no existe orden en la presentación de los alimentos dispuestos al servicio

Variable 2 Gestión De Calidad

Ticona (2018) en su investigación *Gestión de calidad con el uso de la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes campestres de la avenida centenario distrito de Santa María, Huacho* tiene como objetivo general determinar las principales características de la Gestión de Calidad con el uso del Marketing en las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio-rubro restaurantes Campestres de la avenida Centenario, Distrito de Santa María, Huacho 2018. La metodología fue la investigación de tipo descriptiva y diseño no experimental-transversal.; resultado que se obtuvo son los siguientes : el 53% de los encuestados tienen una edad entre 31 a 50 años de edad. El 80% de los encuestados cuenta con estudios superiores, el 53% son dueños de su propio negocio. Se concluye que el 80% de las micro y pequeñas empresas están en la condición de empresas formales, lo cual significa que cumplen con los requisitos que solicitan la Sunat, municipalidad y otras instituciones que establecen normas de negocios formales y así tener accesos a créditos y confianza del público en general.

Samanez (2019) en su investigación *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*, tiene como objetivo general determinar las principales características de la Gestión de Calidad en la atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro

restaurantes del distrito de Sayán, Provincia de Huaura año 2019, la metodología fue de tipo no experimental- transversal – descriptivo, se utilizó el cuestionario que se aplicó a los representantes de cada empresa. En cuanto a los resultados sobre si las micro y pequeñas empresas están aplicando una gestión de calidad se obtuvo la siguiente información: el 70% manifestó que no aplica una gestión de calidad y el 30% manifestó que si aplica una gestión de calidad pues los resultados no coinciden con los resultados obtenidos en los antecedentes de esta investigación. En cuanto a las edades la mayoría de los empresarios constituye un 64%, es decir están en una edad de 31 a 50 años, esto nos indica que las mayorías de las empresas están dirigidas por personas adultas y con experiencia en gestión del rubro. Concluyéndose que a pesar de la experiencia que tienen los dueños o representantes de las empresas,les cuesta mucho aplicar la gestión de calidad para mejorar la atención al cliente, en muchos casos debido a la dejades de los dueños, o falta de iniciativa, además de ser reacios a la inversión en gestión de calidad, pues creen que es un gasto y no una inversión.

Antecedentes Regionales

Variable 1. Atención al Cliente

Breas, L., & Castro, J. (2021) en su investigación “*Plan de mejora en el área de atención al cliente para argumentar la satisfacción al cliente de la cebichería San Gregorio*” en la ciudad de Trujillo para optar el título profesional de ingeniería Industrial, el objetivo general de la investigación fue proponer un plan de mejora en el área de atención para aumentar la satisfacción de los clientes en la cevichera San Gregorio. Con una investigación te tipo aplicada, a nivel explicativo, un diseño preexperimental y con un enfoque cuantitativo. La población son los clientes que solicitan pedidos a la empresa,siendo la muestra 217 clientes,se empleó la técnica de la entrevista y como instrumento el cuestionario. Se obtuvo los siguientes resultados:

Se aumentó el nivel de satisfacción en los elementos tangibles de la cevichera San Gregorio, mediante la propuesta de un plan de mejora en el área de atención, logrando un aumento del 34.3%, que inició con un 50.4% (pretest), antes de las mejoras y llegando a un 84.7% (postest). Se aumentó el nivel de satisfacción en la fiabilidad de la cevichera San Gregorio, mediante la propuesta de un plan de mejora en el área de atención, logrando un aumento del 10.0%, que inició con un 80.1% (pretest), antes de las mejoras y llegando a un 90.1% (postest). Se aumentó el nivel de satisfacción en la capacidad de respuesta de la cevichera San Gregorio, mediante la propuesta de un plan de mejora en el área de atención, logrando un aumento del 38.7%, que inició con un 45.8% (pretest), antes de las mejoras y llegando a un 84.7% (postest). Se aumentó el nivel de satisfacción en la seguridad de la cevichera San Gregorio, mediante la propuesta de un plan de mejora en el área de atención, 20 logrando un aumento del 9.5%, que inició con un 79.4% (pretest), antes de las mejoras y llegando a un 88.9% (postest). Se aumentó el nivel de satisfacción en la empatía de la cevichera San Gregorio, mediante la propuesta de un plan de mejora en el área de atención, logrando un aumento del 35.59%, que inició con un 50.2% (pretest), antes de las mejoras y llegando a un 86.1% (postest). Por lo tanto, se concluye que el Plan de mejora en el área de atención aumenta la satisfacción de los clientes en la cevichera San Gregorio, Trujillo en un 25.7%.

Rumiche, M. (2019) en su investigación “*Caracterización de la calidad del servicio y atención al cliente del restaurante cevichería los 7 Mares del distrito del Alto*” en la ciudad de Piura tuvo como objetivo general determinar las características de la Calidad del Servicio y Atención al Cliente del Restaurant Cevichería “Los 7 Mares” del Distrito de El Alto. La metodología fue de tipo descriptivo, nivel cuantitativo, diseño no experimental de corte transversal. Como población infinita tuvo

una muestra de 68 clientes encuestados para ambas variables. En el recojo de información se empleó la técnica de la encuesta utilizando como instrumento el cuestionario, conformado por 31 preguntas. Luego del procesamiento de datos se llegó a la conclusión: para las dimensiones de la calidad de servicio, 60.3% está de acuerdo con la pronta solución de los problemas lo que genera seguridad por la confianza inspirada; el 54.4% están de acuerdo con los equipos modernos y la pulcritud del personal como elementos tangibles; el 54.4% está de acuerdo con la empatía al recibir atención personalizada; el 44.1% está de acuerdo con la fiabilidad por realizar bien el servicio a la primera vez exento de errores; en la capacidad de respuesta el 42.6% está de acuerdo con el servicio rápido y la ayuda a los clientes. Como buenas prácticas en la atención al cliente, el 48.5% está de acuerdo con el trato cordial y conocimiento del personal, el 47.1% de acuerdo con el saludo de ingreso, el 42.6% de acuerdo con la higiene personal de los trabajadores. Se recomienda elaborar un plan de mejora para perfeccionar la calidad del servicio y atención al cliente que diferencie al restaurant de la competencia.

Variable 2. Gestión de calidad

Samanez (2019) en su investigación *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*. Determinar las principales características de la Gestión de Calidad en Atención al Cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro restaurantes del Distrito de Sayán, Provincia de Huaura año 2019; y como objetivos específicos: Describir las principales características de los representantes de las micros y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes del Distrito de Sayán, Provincia de Huaura año 2019. Describir las principales características de las micros y pequeñas empresas del sector

servicio, rubro restaurantes del Distrito de Sayán, Provincia de Huaura 3 año 2019. Describir las principales características de la Gestión de Calidad en Atención al Cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes del Distrito de Sayán, Provincia de Huaura año 2019. Elaborar un plan de mejora a los resultados para la aplicación de la Gestión de Calidad en Atención al Cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes del Distrito de Sayán, Provincia de Huaura año 2019. En cuanto al tipo de investigación fue cuantitativa, nivel descriptivo y diseño de investigación no experimental – transversal – descriptivo. Se tomó una muestra de 30 Restaurantes, utilizando la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario; en la cual se llegó a los siguientes resultados: el 64% tienen una edad de entre 31 a 50 años. el 77% de los encuestados son del sexo masculino. el 37% cuentan con el grado de instrucción técnica. El 50% de los micros y pequeñas empresas tienen de 6 a 10 trabajadores. el 73% de las mypes son formales. el 54% tiene de entre 4 a 6 años en el rubro. el 70% manifestó que no aplica una Gestión de Calidad. el 37% manifiesta que no usa ninguna técnica de gestión. el 53% de las micro y pequeñas empresas tienen como prioridad los precios bajos. el 37% de las micro y pequeñas empresas tienen como prioridad ante sus clientes los potajes de calidad. el 40% de las micro y pequeñas empresas al contratar al personal prefiere dar oportunidad de trabajo a sus amigos. el 53% de las micro y pequeñas empresas no capacitan a sus colaboradores en atención al cliente. el 57% de las micro y pequeñas empresas no se adecua a ningún factor externo cambiante. el 44% manifestaron que una buena atención de calidad contribuye a un aumento de ventas para el negocio. La investigación tiene las siguientes conclusiones: En cuanto a que si las micro y pequeñas empresas están aplicando una Gestión de Calidad se obtuvo que el 70% no aplica una Gestión de Calidad, por lo que nos da a conocer que hay poco interés por

parte de los gestores en aplicar una adecuada gestión de calidad. Con respecto al uso de las técnicas de Gestión de Calidad en las micro y pequeñas empresas, se obtuvo que el 37% no usa ninguna técnica de gestión, esto indica que las empresas poco les interesa su aplicación y a veces por desconocimiento no lo usan. Con respecto a las prioridades para determinar la calidad de su empresa.

Luna (2018) en su investigación *Caracterización de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio– rubro restaurantes en el Distrito de Nuevo Tume, 2018*, tiene como objetivo general determinar las principales características de la gestión de calidad de las micros y pequeñas empresas del sector servicios - rubro restaurantes en el distrito de Nuevo Tume, 2018; la metodología de la investigación se ha desarrollado utilizando un diseño no experimental descriptivo, transversal; resultados, el 60,9% son de sexo masculino. el 52,2% tiene entre 18 y 30 años de edad, el 47,8% tiene un grado instrucción universitaria, el 43,5% tiene 3 años en actividad, el 65,2% cuenta con una capacidad entre 1 a 5 trabajadores, el 69,6% tienen formalizado sus mypes, el 65,2% mantienen a sus trabajadores de manera informal, el 100% no cuenta estándares de calidad iso, el 60,9% aplica una gestión de calidad, el 56,6% utiliza la mejora continua como una técnica de gestión, el 47,8% se considera como dueño ante sus trabajadores, el 78,3% realiza capacitación orientada al servicio, el 39,1% considera el precio es su prioridad ante sus proveedores. La 28 investigación concluye que la mayoría absoluta de las micros y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes de Nuevo Tume están formalizadas, la mayoría absoluta se desarrollan con un personal entre 1 a 5 trabajadores, pero en su mayoría absoluta mantienen a sus trabajadores en condición informal. La mayoría de los representantes de la micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes de Nuevo Chimbote, son de género masculino, la mayoría absoluta.

Barrientos (2017) en su investigación *Caracterización del financiamiento y gestión de calidad de las mypes, sector servicio rubro restaurantes Región Ayacucho, 2017*, tuvo como objetivo general Determinar las características del Financiamiento y Gestión de Calidad en las MYPEs, sector servicio rubro restaurantes en el distrito de San Jacinto, 2017. La metodología empleada fue de tipo descriptiva, nivel cuantitativo, diseño no experimental y de corte transversal, con una población finita conocida para la variable del financiamiento, y en el caso de la variable de gestión de calidad es infinita, siendo la muestra determinada por aplicación estadística de 68 clientes. Con la aplicación de la técnica de encuesta y el instrumento del cuestionario identificando preguntas para el nivel de cada objetivo específico. La investigación obtuvo los siguientes resultados, el 100% de los encuestados respondieron que sí utilizaron los aportes de los propios dueños, el 67% de los encuestados respondieron que si financian el capital de trabajo con las ventas del día, el 67% de los encuestados respondieron que en ciertas oportunidades si utilizan su patrimonio para financiar 46 créditos, el 100% de los encuestados respondieron que al inicio de sus operaciones del negocio No fue con dinero de terceros, el 67% de los encuestados respondieron que generalmente si adquieren dinero cuyo valor en la tasa de interés es baja, el 83% de los encuestados 29 respondieron que si es más beneficioso el financiamiento a corto plazo, el 33% respondieron que generalmente el capital de trabajo si lo obtienen del sistema financiero a corto plazo. Se llegó a la siguientes conclusiones, en relación al financiamiento los negocios han iniciado sus actividades con capital propio, el financiamiento de dinero es a corto plazo, la tecnología es escasa, referente a la gestión de calidad existe un nivel medio del cuidado del medio ambiente, el nivel de atención es alto y positivo en beneficio de los clientes, la atención al cliente es de nivel alto y positivo buscan mantener satisfecho al cliente, incluso tratan de identificar

anticipadamente las necesidades , gustos y preferencias de sus clientes.

Antecedentes Locales

Variable 1. Atención al Cliente

Valdiviezo (2018) en su investigación *Caracterización de la competitividad y calidad de atención al cliente en las Mype rubro restaurantes, Coishco, año 2018*, tuvo como objetivo general determinar qué características de la competitividad y calidad de atención al cliente existen en las MYPE del rubro restaurantes, Coishco, año 2018. Para cumplir con este objetivo se empleó la metodología de tipo descriptivo, con un nivel cuantitativo, se utilizó un diseño no experimental, se obtuvo los siguientes resultados que : Con respecto a la clasificación de los servicios brindados, se encontró niveles regulares (55%), en lo referente a la tecnología se encontró en óptimas condiciones (71%), en lo concerniente a las ofertas los niveles son demasiados bajos (73% de desaprobación), con respecto a la atención se encuentra en niveles de satisfacción elevados (87%) y en lo que respecta a la calidad se encontraron niveles aceptable (93%). La investigación llegó a las siguientes conclusiones, teniendo así 30 como conclusión general de este estudio que la competitividad de las MYPES del rubro Restaurantes. Así mismo la conclusión de la investigación se debe mencionar que la competitividad de los restaurantes se caracteriza por la eficiencia alcanzada, los adecuados niveles de calidad de servicio, los índices de tecnología y con relación a la calidad, esta se caracteriza por la buena atención al cliente, los altos niveles de satisfacción en los clientes y sobre todo los productos y servicios de calidad brindados.

Villalta (2019) en su investigación *Caracterización de la atención al cliente y capacitación de las mype rubro restaurantes de la calle Tacna, Santa, año 2017*, Tuvo como objetivo general establecer las características de la atención al cliente y la capacitación de las MYPE del rubro restaurantes, año 2017. Se empleó la metodología

de investigación de tipo descriptiva, de nivel cuantitativo y con diseño no experimental de corte transversal, siendo los resultados agrupados de acuerdo a los objetivos. Tuvo como resultado, El 54,5% tienen entre 31 a 50 años. El 59,1% son féminas. El 54,5% tienen grado universitario. El 54,5% son dueños. El 45,4% están 7 a más años. El 50% de las Micro y pequeñas empresas tienen 7 a más años. El 51,1% tienen de 1 a 5 21 trabajadores. El 59,1% son permanentes. El 90,9% creada para generar ganancias. El 90,9% conocen la capacitación. El 72,7% se capacitó en los últimos años, El 45,5% de 3 a más veces. El 100% lo considera una inversión. El 86,4% capacitan a su personal. El 68,2 en Atención al cliente. El 100% piensan que mejora el desempeño. Como conclusiones respecto a los factores de la atención al cliente, la mayoría de los clientes consideran adecuada la capacidad de respuesta de atención, que se emplean materia prima e insumos de calidad, y que se cuenta con personal calificado para la atención. En cuanto a las estrategias de atención al cliente; que la mayoría de clientes se 31 muestran satisfechos con la atención, evidencia esfuerzos por fidelizar a los clientes, se cuenta con diversidad de platos en la carta y que los precios son accesibles. Respecto a las necesidades de capacitación, determinó que las MYPE rubro restaurantes no planifican las capacitaciones, y muchas veces las capacitaciones no se relacionan con las metas u objetivos de los restaurantes. En relación a los medios de capacitación; que se identificaron por la mayoría de los trabajadores fueron los textos o separatas en la capacitación; también recibieron materiales didácticos detallados; la gran mayoría manifestó que sí se utilizaron materiales interactivos que facilitaron su aprendizaje.

Camacho (2019) en su investigación *Caracterización de la capacitación y la atención al cliente de las mype, rubro restaurantes del distrito de Nuevo Chimbote, año 2017*, tuvo como objetivo general Establecer las características de la capacitación y la atención al cliente; en la metodología de la investigación su nivel es descriptivo, con un

diseño no experimental, de corte transversal. En la investigación se obtuvo los siguientes resultados: El 54,5% tienen entre 31 a 50 años. El 59,1% son féminas. El 54,5% tienen grado universitario. El 54,5% son dueños. El 45,4% están 7 a más años. El 50% de las Micro y pequeñas empresas tienen 7 a más años. El 51,1% tienen de 1 a 5 trabajadores. El 59,1% son permanentes. El 90,9% creada para generar ganancias. El 90,9% conocen la capacitación. El 72,7% se capacitó en los últimos años, El 45,5% de 3 a más veces. El 100% lo considera una inversión. El 86,4% capacitan a su personal. El 68,2 en Atención al cliente. El 100% piensan que mejora el desempeño. La investigación concluye que: La mayoría de representantes tienen de 31 a 50 años, son féminas, con grado universitario, dueños y están de 7 a más años. La totalidad de las Micro y pequeñas empresas tienen 7 a más años, con 1 a 5 trabajadores, son 32 permanentes y creadas para generar ganancias. La mayoría de representantes conocen la capacitación, lo hicieron en los últimos años, de 3 a más veces, lo consideran una inversión, capacitan a su personal en Atención al cliente y piensan que mejora el desempeño de su empresa

Variable 2. Gestión de calidad

Paredes (2019) en su investigación *Gestión de calidad con el uso de atención al cliente en la micro y pequeñas empresas del sector servicios en Nuevo Chimbote*, para el desarrollo de esta investigación se propuso como objetivo determinar las características de mypes y la atención al cliente que realizan las mypes en el sector servicio, para ello se utilizó la investigación de nivel descriptivo trasversal, de tipo aplicada, y de diseño no experimental, además se utilizó la técnica de la encuesta que se aplicó a 10 representantes de las mypes del sector servicio obteniendo los siguientes resultados: el 60% tiene como representantes al género masculino, el 70% tiene un grado de instrucción superior, el 60% desempeña el cargo de administrador, referente al mypes el 80% tiene de 1 a 5 trabajadores, el 80% conoce el término gestión de

calidad, asimismo el 50% tiene poca iniciativa de implementar la gestión en su empresa, además el 100% si conoce el término atención al cliente, sin embargo desconocen la técnicas de gestión de calidad, tienen una mala organización, no utilizan técnicas modernas de atención. Por lo que se concluye que a pesar de que tienen un conocimiento superficial de la importancia de la atención al cliente los representantes no logran aplicarlo ni esforzarse por desarrollarlo en su institución.

Aquino (2020) En su investigación denominada *Gestión de calidad de atención al cliente en las mypes del sector servicios rubro restaurantes en nuevo Chimbote, Santa*. Para poder desarrollarlo se propuso como objetivo general describir las características de gestión de calidad en atención al cliente de las mypes, en ese sentido el nivel de la investigación fue descriptiva, de tipo aplicada y el diseño usado fue el no experimental-trasversal. Asimismo, se tuvo que encuestar una muestra de 15 representantes de las mypes, que ayudaron a poder describir los siguientes resultados: El 50% de los representantes de las mypes del rubro restaurantes tiene de 31 a 50 años, el 75% son de género masculino, el 50% tiene de a 5 trabajadores, el 100% considera que la atención al cliente es fundamental, y el 60% indica que brindan una buena atención lo cual ayuda a incrementar las ventas. De esta manera se llega a la conclusión que las mypes del rubro restaurante conocen sus negocios el término gestión de calidad, pero además lo aplican, logrando satisfacer las necesidades de sus clientes, sin embargo, les falta mucho por trabajar para seguir creciendo y continuar siendo competitivos, aunque van por un buen camino.

Yzaguirre (2019) en su investigación *Gestión de calidad en la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes cevicheras, en el casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2018*. tiene como objetivo general determinar las principales características de gestión en la atención al cliente

de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro cevichera, en el casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2018. La metodología fue la investigación de tipo Experimental – transversal – descriptivo, se aplicó la encuesta a 15 representantes de las empresas, como resultado se obtuvieron que la mayoría absoluta de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro cevicheras del casco urbano de la ciudad de Chimbote 2018, tienen entre 31 a 50 años, siendo dirigidas por el género masculino, asimismo la mayoría son profesionales universitarios, dueños de sus propios negocios y tienen entre 4 a 6 años de experiencia, sus trabajadores que son familiares; y la totalidad tiene como objetivo de recreación generar rentabilidad para seguir creciendo en la marca. De esta forma se concluye que a pesar de que los gerentes o representantes de las empresas tienen experiencia y conocimiento en el manejo de empresas, el contar con familiares como trabajadores dentro de la organización puede estar afectando el cumplimiento de roles y tareas dentro de la organización, pues muchas veces al sentirse seguros en la organización suelen dejar de cumplir a conciencia ciertas tareas.

2.2 Bases teóricas

Micro y pequeñas empresas (MYPE)

Las micro y pequeñas empresas son pequeños negocios iniciados por personas naturales y jurídicas considerando que las empresas o gestión empresarial indicada en la legislación vigente, su objetivo principal es realizar actividades de producción, extracción de bienes y servicios o prestación de servicio (Ley 20815, 2003, p.1).

Caracterización de las micro y pequeñas empresas:

Las micro y pequeñas empresas son constituidas, se encuentran ubicados en diferentes sectores productivos, comercio, servicio y también según el nivel de sus funciones de ventas anuales acuerdo a lo estipulado a la nueva establecida (Ley N°30056, 2013).

Microempresas: el número de colaboradores es de 1 a 10, inclusive todas sus ventas anuales suelen ser hasta un monto máximo de 150 unidad impositiva tributaria.

Pequeñas Empresas: el número de colaboradores es de 1 a 50 considerada así porque sus ventas anuales se encuentran por encima de los 150UIT y hasta máximo de 1700IUT.unidad impositiva tributaria cualquier incremento en el monto máximo de las ventas anuales que se encuentran estipuladas para las empresas grandes o pequeñas empresas tendrá por objetivo ser determinada por el derecho supremo señalado por el ministro de economía y finanzas como también por ministro de la producción cada 2 años. Son muy importantes para la mejora de la economía de nuestro país y es una de las principales fuentes para generar empleo en cada año asimismo también es un beneficio por que ayuda que el país se mantenga en balance entre las organizaciones de micro y pequeñas empresas (Oficina internacional del trabajo, 2015). Además, es importante precisar que la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes de comidas hidrobiológicas son personas jurídicas que

actualmente ellos mismos administran sus negocios.

Importancia:

La importancia de estos negocios de personas jurídicas o familiares es vital dentro de la sociedad ya que la mayoría de los negocios es para generar más trabajos a los ciudadanos y así disminuir la pobreza, los trabajadores están para solucionar actividades que se requiere dentro de cualquier organización en la cual reduce el proceso de productividad (Tello, 2014).

Variable 1. Atención al cliente

Atención al cliente

Es un servicio equitativo por una organización lo cual su único objetivo es vincularse con las necesidades de los clientes y enfocarse en satisfacerlas, también es denominado como una herramienta eficiente para interactuar con los clientes, brindando orientaciones adecuadas acerca de cualquier producto o servicio brindado (Moratonas, 2015)

Asimismo, la atención al cliente es un servicio para las micro y pequeñas empresas cuyo principal objetivo es relacionarse con los clientes para adelantar al gusto de su exigencia de los consumidores. Es muy útil socializarse dando sugerencias como también asesoramientos y garantizar un producto o servicio (Arenal, 2017)

Dimensiones de la atención al cliente.

Fontalvo (2020) considera que la atención al cliente debe de ser evaluada contantemente para ello existen varios métodos para su evaluación por ejemplo el six sigma, Servqual, el ciclo Deming, entre otro. No obstante, debido a que la atención es algo específico de servicio contiene componentes particulares que debe de ser medido sobre todo en cómo se está aplicando la atención al cliente desde quienes son los

encargados de dirigir a la organización, se habla del gerente. En este sentido se desprenden tres dimensiones para evaluar la atención al cliente, por medio de la evaluación cognitiva, técnica y estratégica.

Dimensión 1: evaluación cognitiva.

La evaluación cognitiva se encarga de medir las habilidades cognitivas del gerente especialmente de conocimiento que tiene en los temas de calidad, atención al cliente y su importancia (Parunyou y Nasreddine, 2017).

Dimensión 2: evaluación técnica.

La evaluación técnica del gerente en atención, tiene que, con la aplicación de los conocimientos teóricos en el campo empresarial, y también del uso de estrategias eficaces para mejorar la atención al cliente (Moratonas, 2015).

Dimensión 3: evaluación estratégica.

Y la evaluación estratégica que tiene que ver con la capacidad del gerente para comprender que elementos están afectando la atención al cliente, asimismo evaluación de los resultados obtenidos y la evaluación de la atención actual (Tejedor,2019).

Variable 2. Gestión de calidad

La gestión de calidad establece un método para todas las empresas, micro y pequeñas empresas en general a comprobar, a estudiar las condiciones que tiene los clientes, a fijar una sucesión que generen resultado positivo del cliente hacia los productos y tenerlos bajo verificación para que generen seguridad, confianza en la empresa como también a sus consumidores de su cabida para proporcionar productos que acaten las expectativas de los clientes. Es por eso que todos los negocios deben preocuparse en mejorar la calidad de sus productos dado que esto genera fidelidad, satisfacción del consumidor (Dang et al., 2021).

En tal sentido se define a la gestión de calidad como la aplicación de un conjunto de principios y técnicas administrativas para mejorar la conducción de la organización a fin de que la empresa brinde un producto y servicio de calidad que satisfaga las necesidades y expectativas de los clientes (Vélez y Vélez, 2021).

Asimismo, se ha podido revelar efectos de la calidad del servicio sobre la implicación psicológica dependían de la gestión del conocimiento del consumidor. Además, se encontraron los efectos mediadores de la calidad del servicio y la implicación psicológica en las relaciones entre la gestión de calidad y la lealtad del consumidor (Behnam et al., 2021)

Importancia del sistema de gestión de calidad:

La importancia de este sistema, permite a las organizaciones brindar servicios de calidad al cliente mediante técnicas, usar e implementar tecnologías que beneficien la mejora continua del servicio, para que de esa manera la empresa se posicione en el mercado y pueda contar con trabajadores especializados y desarrollen sus actividades de la manera más eficiente. Tanto los directivos de la empresa como los trabajadores tienen que conocer los distintos métodos o técnicas de gestión que benefician positivamente al manejo y desarrollo diario, es esencial el trabajo que realizan los empleados ya que son el pilar principal de una organización, juntar el conocimiento del hombre con las técnicas de gestión hace que la entidad sea más competitiva, eficiente, efectiva y se diferencie de su competencia (Teixeira et al., 2019)

Asimismo, Rateb et al. (2019) indica que toda organización debe cumplir con satisfacer las necesidades del cliente en las cuales deben de comprender cuales son los requisitos satisfactorios para que un consumidor se sienta muy cómodo y la organización obtenga su fidelización, así mismo, siempre debemos realizar capacitaciones a nuestros trabajadores.

La gestión de calidad en las organizaciones es muy importante ya que ayuda a disminuir el grado inseguridad en la ejecución de procesos, su primordial objetivo es la calidad siguiendo todos los pasos planificados y también mediante cuatro alternativas claves que son: clientes, productividad, costes, recursos humanos, cliente y trazabilidad que permitirá implantar un enfoque integral dentro de las organizaciones (Pascal et al., 2018).

Principios de la gestión de calidad

Benzaquen (2018) indica que existen 4 principios principales establecidos por las normas ISO dentro de una organización para estandarizar los procedimientos de producción y la evolución de las organizaciones son:

El primero es la orientación al cliente, se refiere indicarle al cliente que es lo quiere adquirir y darle un para que vuelva a consumirlo. El segundo es la participación del personal donde los trabajadores deben estar muy capacitados para que pueden dar una buena imagen de cualquier organización. El tercero es el enfoque basado en procesos: una herramienta para conseguir la eficacia y eficiencias. Y el cuarto es la mejora continua donde el encargado o el administrador de la organización debe de realizar investigaciones para llegar hacer un restaurante exitoso (Benzaquen ,2018).

Objetivos de gestión de calidad.

Es aumentar la rentabilidad de los negocios sin reducir la satisfacción de los clientes como también brindando una buena atención y preparando deliciosos potajes al alcance de los consumidores. Aumentar rentabilidad asegurando el futuro del negocio, preparando buenos platos, diferenciándose de los competidores y maximizar la satisfacción del cliente (Diaz y Salazar, 2021).

Modelo de gestión de calidad.

Describe que el modelo de gestión de calidad es una herramienta empleada para mejorar la atención al cliente en los restaurantes, muchos de las micro y pequeñas empresas que existen no cumplen con las normas establecidas, y no siguen los pasos para que puedan llegar a un éxito eso se da por falta de conocimiento de los administradores de cualquier organización (Martínez y Pérez, 2018).

Dimensiones de la gestión de calidad.

Al mencionar las dimensiones de la gestión de calidad, se entiendo por los elementos que lo componen en este sentido, como el estudio tiene como propuesta formular un plan de gestión de calidad en la atención al cliente, lo más recomendable es utilizar dimensiones que permitan entender si las empresas suelen utilizar o aplicar un modelo que permita mejorar la gestión de calidad, en este sentido el modelo a utilizar es el ciclo Deming, el cual está compuesto por cuatro dimensiones que son: Planificar, Hacer, Verificar y Actuar (Manay et al., 2019).

Dimensión 1: Planificar.

En este paso, investiga la situación actual para comprender completamente la naturaleza del problema que se está resolviendo. Asegúrese de desarrollar un plan y un marco para trabajar, y especifique los resultados y resultados deseados(Manay et al., 2019).

Dimensión 2: Hacer

En la segunda etapa se identifica el problema real analizando los datos y definiendo e implementando un plan de solución. El ciclo PDCA se centra en cambios incrementales más pequeños que ayudan a mejorar los procesos con una interrupción

mínima. Debe comenzar con un piloto a pequeña escala para no interrumpir la organización si la solución no funciona como se esperaba (Manay et al., 2019).

Dimensión 3: Verificar.

Esta etapa consiste en monitorear el efecto del plan de implementación y encontrar contramedidas si es necesario para mejorar aún más la solución. Se debe realizar una verificación durante la implementación para asegurarse de que se cumplan los objetivos del proyecto. Realizar una segunda verificación al finalizar para permitir que se aborden los éxitos y los fracasos, y que se realicen ajustes futuros en función de las lecciones aprendidas (Manay et al., 2019).

Dimensión 4: Actuar.

En esta etapa se debe implementar las soluciones y recomendaciones. Se decide si la solución es efectiva, en ese sentido se toma la decisión de integrarla en las prácticas de trabajo estándar o abandonarla. Si lo abandona, debe preguntarse qué ha aprendido del proceso y reiniciar el ciclo (Manay et al., 2019).

2.3 Marco conceptual

Micro y pequeñas empresas

Las micro y pequeñas empresas del sector comercio del rubro restaurantes de productos hidrobiológicos en el distrito de Casma, son mayormente los administrados los propietarios o dueños, que a lo largo de los años han adquirido conocimientos y experiencias ya que muchos de ellos no tienen preparación y formación académica suficiente sin embargo no saben gestionar de manera correcta sus negocios y casi la mayoría desconoce del término gestión de calidad y no aplica las herramientas y técnicas que considere el mercado.

Variable 1.

Atención al cliente

Es un servicio de atención al cliente en la se utiliza diferentes métodos en una organización para poder relacionarse con los consumidores con el fin de que un cliente obtenga un producto en el momento y lugar adecuado, brindar un servicio que cumpla con los requisitos y expectativas de los consumidores.

Variable 2

Gestión de calidad

Conjunto de herramienta que permite administrar y dirigir correctamente a los trabajadores dentro de una organización.

III. Hipótesis

Hernández (2019) indica que, la hipótesis es una idea o un supuesto, que partir de ello inicia el proceso que tratamos de comprobar o definir, mediante observaciones o investigaciones para corroborar la falsedad o veracidad de una investigación o ensayos, de tal manera que se dan en estudios cuantitativos o experimentales de tal

forma que si es necesario implementar la hipótesis. Mientras que en los estudios descriptivos y cualitativos no requiere implementar de su aplicación, porque para determinar el comportamiento de la variable se puede realizar desde del de un cuestionario

Por lo tanto, en esta investigación titulada propuesta de mejora de la atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos del distrito de Casma, 2020: no se plantea hipótesis por ser una investigación descriptiva.

IV. METODOLOGÍA

4.1 Diseño de la investigación

Para la elaboración del siguiente trabajo de investigación se utilizó el diseño no experimental-transversal-descriptivo- de propuesta

No experimental

Hernández (2019) indica que, una investigación no experimental es donde no hacemos variar intencionalmente la variable independiente, investigación no experimental es observar fenómenos tal y como se dan en su contexto natural.

Fue no experimental, porque no se manipuló deliberadamente a la atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos de distrito de Casma, 2020. Únicamente se observó acorde a la realidad sin sufrir ningún tipo de modificaciones.

Trasversal

(Padilla, 2021) Indica que es un tipo de diseño observacional que nos permite recopilar y analizar variables específicas en la investigación de un problema, en tiempo determinado.

Fue transversal, porque el estudio de la investigación y caracterización de la atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos de distrito de Casma, 2020, se desarrolló en un espacio de tiempo definido teniendo un inicio y fin concretamente el año 2019.

Descriptivo

Mendoza (2020) indica que una investigación descriptiva es aquella que se encarga de describir, analizar e interpretar correctamente la información recabada de las variables, sin la intención de realizar modificaciones en sus características.

Fue descriptivo, por qué solo se describió las principales características y representantes de las micro y pequeñas empresas, las características de la atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos de distrito de Casma, 2020.

4.2 Población y muestra

Población:

(Segundo 2017) menciona que es el conjunto de personas u objetos de los que se desea conocer algo en una investigación. "El universo o población puede estar constituido por personas, animales, registros médicos, los nacimientos, las muestras de laboratorio, los accidentes viales entre otros.

Se utilizó una población de 40 micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos de distrito de Casma, 2020. La información se obtuvo a través de la técnica del sondeo (Ver anexo 3).

Muestra:

(Tamayo 2019) es un conjunto de operaciones que se realizan para estudiar la distribución de determinados caracteres en totalidad de una población universo, o colectivo partiendo de la observación de una fracción de la población considerada

Se utilizó una muestra de 20 micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos de distrito de Casma, 2020. La muestra obtenida fue por conveniencia, debido a que solo la cantidad establecida acepto participar en la investigación.

4.3 Definición y operacionalización de variables e indicadores

Aspecto complementario	Dedición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Respuestas	Fuente	Escala de medición	
Las micro y pequeñas empresas	Mendoza(2019) Son emprendedores que decidieron crear sus propios negocios basados en las experiencias y observaciones de los hechos, para salir adelante y sostener económicamente a su familia	Son personas de diferentes edades pueden ser de género masculino o femenino, algunos tienen un grado de instrucción básicas personas natural o jurídicas con el único fin de producir bienes y servicios	Aspecto sociodemográfico	Edad	1. Edad	Propietario	Razón	
				Genero	2. Genero		Nominal	
			Nivel de instrucción	Grado de institución	3. Grado de instrucción:			
					Experiencia gerente			Cargo
			Años	5. Tiempo que desempeña en el cargo				Razón

Aspecto Complementario	Definición Conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Fuente	Escala de medición
Características de las micro y pequeñas empresas.	Mendoza(2019) Las micro y pequeñas empresas son constituidas, se encuentran ubicados en diferentes sectores productivos, comercio, servicio y también según el nivel de sus funciones de ventas anuales acuerdo a lo estipulado a la nueva establecida	Son muy importantes para la mejora de la economía de nuestro país y es una de las principales fuentes para generar empleo cada año así mismo también es un beneficio por que ayuda a que el país se mantenga en balance entre las organizaciones de micro y pequeñas empresas	Tiempo de permanencia de la empresa	Años	6. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro	Propietario	Razón
			Características de los trabajadores	Número de trabajadores	7. Número de Trabajadores		
				Tipo de personal	8. Las personas que trabajan en su empresa		
			Objetivo empresarial	Objetivos de creación	9. Objetivo de creación		Nominal

Variable	Dedición conceptúa	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición
Variable 1 Atención al cliente	Es un servicio por una organización lo cual su único objetivo es vincularse con las necesidades de los cliente y enfocarse en satisfacerlas, así mismo es denominado como una herramienta eficiente para interactuar con los clientes brindando orientaciones adecuadas acerca de cualquier producto o servicio brindado (Moratonas, 2017)	Es muy importante conocer el término atención al cliente aplicando una adecuada gestión de calidad, brindándole al cliente satisfacción plena para que este regrese a la empresa y así mismo nos recomendé	Evaluación de la cognitiva	Conocimiento teórico	10. ¿Conoce el término atención al cliente?	Ordinal
				Conocimiento funcional	11. ¿Cree que la atención al cliente es fundamental para que éste regrese al establecimiento?	
			Evaluación técnica	Aplicación de la calidad en la atención al cliente	12. ¿Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes?	Nominal
Herramientas para mejorar la atención	13. ¿Herramientas que utiliza para un servicio de calidad?					

				Técnicas atención a los clientes	14. ¿Principales técnicas que utiliza para mejorar la calidad del servicio que brinda?	
			Evaluación estratégica	Evaluación de factores críticos en la atención	15. ¿Porque considera usted que se está dando una mala atención al cliente?	
				Evaluación de resultados	16. ¿Qué resultados ha logrado brindando una buena atención al cliente?	
				Evaluación de la atención actual	17. ¿La atención que brinda a los clientes es?	Ordinal

Variable	Dedición conceptúa	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición
Variable 2. Gestión de calidad	La gestión de calidad es la aplicación de un conjunto de principios y técnicas administrativas para mejorar la conducción de la organización a fin de que la empresa brinde un producto y servicio de calidad que satisfaga las necesidades y expectativas de los clientes (Vélez y Vélez, 2021).	Es el proceso que consiste en mejorar la calidad del servicio de las empresas, aplicando cuatro etapas o el ciclo Deming que son planificar, hacer, verificar y actuar.	Planificar	Definir el problema	18). ¿Se suele realizar periódicamente una evaluación del servicio para detectar los posibles problemas que se presentan al atender al público?	Ordinal
				Estudiar la situación actual	19) ¿Se estudia periódicamente la situación actual de la empresa a fin de conocer el nivel de competitividad de la empresa?	
				Analizar las causas potenciales	20) ¿Suele analizar las causas potenciales que normalmente afectan la calidad del servicio de su empresa?	
			Hacer	Desarrollo del plan de solución	21). ¿Sabe como realizar un plan para mejorar y solucionar los problemas que se encuentren en la atención que brinda al cliente?	
Veificar	verificar los resultados	22) ¿Sabe como evaluar los resultados de sus colaboradores, en términos de calidad?				

			Actuar	Prevenir la recurrencia de los problemas	23) ¿Una vez encontrado los problemas en la organización suelen utilizar estrategias para evitar que dichos problemas sean recurrentes?
				Documentar el procedimiento seguido	24) ¿Suelen tener documentados los procedimientos de las tareas y actividades de atención al cliente en la empresa, a fin de tener una evaluación de su cumplimiento?
				Planificar el trabajo futuro	25) A fin de tener un cultura de calidad en la gestión, ¿suelen planificar los futuros procesos de evaluación de la calidad de atención de la empresa?

4.4 Técnica e instrumentos de recolección de datos

Técnica

MENDOZA (2018) Las técnicas de investigación comprenden un conjunto de procedimientos organizados sistemáticamente que orientan al investigador en la tarea de profundizar en el conocimiento y en el planteamiento de nuevas líneas de investigación. Pueden ser utilizadas en cualquier rama del conocimiento que busque la lógica y la comprensión del conocimiento científico de los hechos y acontecimientos que nos rodean.

En este estudio se utilizó la encuesta como técnica para la recolección de datos respecto a las características de las micro y pequeñas empresas y sus variables como atención al cliente y gestión de calidad, la misma que fue dirigida a representantes de la micro y pequeñas empresas.

Instrumento

Monteroy (2019) mencionan que, el cuestionario es un herramienta que los investigadores emplean para la recolección de información. Está compuesto por un conjunto de preguntas basadas en las variables de estudio además facilita el análisis y comparación de los resultados.

Se empleó el cuestionario como instrumento para la recolección de datos sobre las características de micro y pequeñas empresas y sus variables como atención al cliente y gestión de calidad, el mismo que estuvo compuesto por 25 preguntas.

4.5. Plan de análisis

Después de haber concluido con la encuesta realizada, el segundo paso es recolectar la información que nos brindaron los encargados o representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes hidrobiológicos, y los programas que se emplearon fueron el Excel para elaborar las tablas y figuras que se obtuvieron a través del cuestionario y también se utilizaron el Microsoft Word donde se adjuntaron toda la información recaudada del distrito de Casma 2020

4.6 Matriz de consistencia

Titulo	Enunciado	Objetivos	Variable	Metodología	Población y muestra	Técnica e instrumento	Plan de análisis
Propuesta de mejora de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empres del sector servicio rubro restaurantes de productos hidrobiológicos del distrito de Casma, 2020	¿ cuál es la propuesta de mejorar la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro, restaurantes de productos hidrobiológicos del distrito de,Casma 2020?	<p align="center">Objetivo general:</p> <p>Formular una propuesta de mejora de la atención al cliente como factor relevante para una gestión de calidad en las micro y pequeña empresa del sector servicio, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos del distrito de Casma, 2020.</p> <p>Objetivos específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Describir características de los representantes de la micro y pequeñas empresas del sector servicio, Rubro restaurantes de productos hidrobiológicos del distrito de Casma, 2020. - Determinar características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, Rubro restaurantes de productos hidrobiológicos del distrito de Casma,2020. - Detallar las características de la atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, Rubro restaurantes de productos hidrobiológicos del distrito de Casma, 2020. - Describir las características de gestión de calidad que se está aplicando en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, Rubro restaurantes de productos hidrobiológicos del distrito de Casma,2020 - Elaborar una propuesta de mejora de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos del distrito de Casma,2020. 	<p>Variable 1 Atención al cliente</p> <p>Variable 2 Gestión de calidad</p>	<p>Diseño de la investigación</p> <p>No experimental-trasversal-descriptivo- de propuesta</p>	<p>Población – Muestra</p> <p>Se utilizó una población muestra compuesta por los propietarios de 20 micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos del distrito de casma,2020</p>	<p>Técnica Encuesta</p> <p>Instrumento Cuestionario</p>	<p align="center">Se utilizaron los siguientes programas informáticos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Microsoft Word - Microsoft Excel - Programa Acrobat Reader - Mendeley - Trunitin

4.7 Principios éticos

Principio de protección a las personas: se protegió debidamente a los representantes que participaron en la investigación, respetando su privacidad e identidad al no revelar públicamente su número de teléfono, nombre, dirección de domicilio, se escuchó y respeto sus opiniones, informó debidamente sobre el uso y destino de los datos obtenidos que brindaron mediante el consentimiento informado los cuales fueron usados para la ejecución de la investigación

Principios de protección a las personas.

Los individuos en cada investigación tienen que tener una protección acorde a la exposición que incurran y la posibilidad de tener un beneficio. en el campo de una investigación cuando se trabaja con individuos se debe respetar sus derechos, su dignidad consecuencia de esto el individuo participa de manera voluntaria en la investigación.

Cuidado del medio ambiente y la biodiversidad. Se tomó las medidas correspondientes para el cuidado y respeto del medio ambiente, para ello se evitó el uso de papel para la ejecución de los cuestionarios y firmas de los consentimientos informados, ya que todo este proceso se hizo por medio virtual. Asimismo, se hizo uso responsable de los equipos electrónicos empleados para la elaboración de este estudio evitando el consumo excesivo de energía eléctrica.

Libre participación y derecho a estar informado. Para la recolección de datos de este estudio se realizó bajo la libre participación de los representantes, a quienes mediante un consentimiento informado se les comunicó sobre el propósito y finalidad de la investigación.

Beneficencias y no maleficencia. Se debe garantizar el bienestar de los individuos que aportan en la investigación, el comportamiento del investigador no causa daño alguno.

Justicia. El investigador debe ser equitativo, razonable y no permitir que se realicen injusticias, esto conlleva que las persona participen voluntariamente.

Integridad científica. las actividades que realiza el investigador también se amplían a la información y a su ejercicio profesional.

Consentimiento informado y expreso. Se debe precisar con la manifestación de voluntad, comunidad independiente, indudable y específica en el cual los individuos como sujetos de la investigación concienticen en la información para una finalidad específica.

V. RESULTADOS

5.1 Resultados Tabla 1.

Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos del distrito de Casma, 2020.

Características	N	%
Edad del encuestado		
18 – 30 años	6	30.00
31 – 50 años	11	55.00
51 a más años	3	15.00
Total	20	100.00
Genero del encuestado		
Masculino	7	35.00
Femenino	13	65.00
Total	20	100.00
Grado de instrucción		
Sin instrucción	2	10.00
Educación básica	11	55.00
Superior no universitaria	7	35.00
Superior universitaria	0	0
Total	20	100.00
Cargo que desempeña		
Dueño	12	60.00
Administrador	8	40.00
Total	20	100.00
Tiempo que desempeña en el cargo		
0 a 3 años	2	10.00
4 a 6 años	15	75.00
7 a más años	3	15.00
Total	20	100.00

Nota. Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes hidrobiológicos del distrito de Casma.

Tabla 2

Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubrorestaurantes de productos hidrobiológicos del distrito de Casma 2020.

Características	N	%
Tiempo de permanencia en el rubro		
0 a 3 años	2	10.00
4 a 6 años	15	75.00
7 a más años	3	15.00
Total	20	100.00
Número de trabajadores		
1 a 5 trabajadores	0	0.00
6 a 10 trabajadores	20	100.00
11 a más trabajadores.	0	0.00
Total	20	100.00
Personas que trabajan en su empresa		
Familiares	13	65.00
Personas no familiares.	7	35.00
Total	20	100.00
Objetivo de creación		
Generar ganancia	11	55.00
Subsistencia	9	45.00
Total	20	100.00

Nota. cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes hidrobiológicos del distrito de Casma.

Tabla 3

Características de la atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos del distrito de Casma, 2020.

Características	N	%
Conocimiento teórico de atención al cliente		
Bueno	5	25.00
Regular	0	0.00
Malo	15	75.00
Total	20	100.00
Conocimiento funcional de la atención al cliente		
Bueno	10	50.00
Regular	0	0.00
Malo	10	50.00
Total	20	100.00
Aplicación de la calidad en la atención		
Importante	6	30.00
Poco importante	7	35.00
Nada importante	7	35.00
Total	20	100.00
Herramientas de atención a los clientes		
Comunicación	2	10.00
Confianza	6	30.00
Retroalimentación (Feedback)	3	15.00
Ninguno	9	45.00
Total	20	100.00
Técnicas de atención al cliente		
Atención personalizada	6	30.00
Rapidez en la entrega de los productos	7	35.00
Instalación del local moderno	7	35.00
Total	20	100.00
Evaluación de factores críticos		
No tiene suficiente personal	7	35.00
Por una mala organización de los trabajadores	13	65.00
Total	20	100.00
Evaluación de resultados del uso de una buena atención al cliente		
Clientes satisfechos	4	20.00
Fidelización de los clientes	9	45.00
Posicionamiento de la marca	3	15.00

Incremento de ventas	4	20.00
Total	20	100.00
<hr/>		
Evaluación actual de la atención al cliente		
Buena	4	20.00
Regular	16	80.00
Total	20	100.00

Nota. Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes hidrobiológicos del distrito de Casma.

Tabla 4

Características de la gestión de calidad que aplican las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes hidrobiológicos del distrito de Casma, 2020.

Características	N°	%
<hr/>		
Evaluación para detectar problemas en el servicio		
Nunca	1	5.0
Casi nunca	13	65.0
A veces	6	30.0
Total	20	100.0
<hr/>		
Estudio de la situación actual		
Casi nunca	9	45.0
A veces	11	55.0
Total	20	100.0
<hr/>		
Análisis de las causas potenciales del problema		
Casi nunca	14	70.0
A veces	6	30.0
Total	20	100.0
<hr/>		
Desarrollo del plan de solución		
No	9	45.0
Mas o menos	10	50.0
Si	1	5.0
Total	20	100.0
<hr/>		
Verificación de resultados		
No	11	55.0
Mas o menos	8	40.0
Si	1	5.0
Total	20	100.0
<hr/>		
Prevención de problemas recurrentes		
Casi nunca	8	40.0
A veces	10	50.0

Siempre	2	10.0
Total	20	100.0
<hr/>		
Documentación de procedimientos		
No	11	55.0
A veces	7	35.0
Si	2	10.0
Total	20	100.0
<hr/>		
Planificación futura		
Nunca	1	5.0
Casi nunca	8	40.0
A veces	11	55.0
Total	20	100.0

Nota. Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes hidrobiológicos del distrito de Casma, 2020.

Tabla 5.

Propuesta de mejora en la atención de calidad para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes hidrobiológicos del distrito de Casma 2020

Indicadores	Problemas	Causas del problema	Consecuencias del problema	Acciones de mejora	Responsables
Conocimiento técnico en gestión	el 65% dala responsabilidad al mala organización de los trabajadores, no obstante, no tienen conocimiento que	Esto es debido a que el propietario no tiene conocimiento de cómo gestionar una empresa, ni sabe cuáles son las herramientas necesarios para dirigir correctamente una empresa.	<ul style="list-style-type: none"> · Baja calidad atención al cliente · Clientes insatisfechos · Reducción de ventas 	Deben de estudiar la carrera de administración de empresas o contratar a un profesional para que gestione la empresa de esta forma se logrará: <ul style="list-style-type: none"> · Aplicación de la herramientas de gestión · Habilidades para dirigir al personal. · Habilidades para motivar al personal · Habilidad de uso informático para monitorizar la empresa 	Propietarios o responsable legal de la empresa

	ellos son los responsables de la organización de su personal.				
Experiencia en gestión de empresas	el 75% sólo tiene entre 4 a 5 años de experiencia en el cargo.	Dicho problema surge debido a que los propietarios se creen suficientemente competentes para dirigir su negocio, no obstante, además del conocimiento es importante contar con experiencia para saber las decisiones que se tienen que tomar frente a distintas situaciones.	Decisiones poco acertadas <ul style="list-style-type: none"> · Liderazgo ausente · Organización si objetivos claros 	Los propietario deben contar con experiencia para dirigir su empresa, o en todo caso buscar asesoría de expertos en dirección de empresas, ello ayudará a que: <ul style="list-style-type: none"> · Se tomen mejores decisiones para la empresa. · Mayor capacidad de negociación con los proveedores. · Resaltar mejor los atributos del producto y servicio que ofrece la empresa. 	
Conocimiento teórico	El 55% de los que dirigen las empresas del sector servicios rubro restaurantes de productos hidrobiológicos	Esto es debido a la falta de formación de los propietarios de los restaurantes y la poca motivación para capacitarse a fin	<ul style="list-style-type: none"> · Falta control en la empresa · Desorganización · Baja productividad · Bajos niveles de 	Los representantes de las empresas deben buscar capacitación tanto para ellos como para sus colaboradores, esto permitirá que:	

	distrito de Casma tienen educación básica.	de saber dirigir mejor su empresa.	eficacia	<ul style="list-style-type: none"> · Uso de la metodología de calidad. · Uso de la matriz de factores de competitividad. · Uso del diagrama de procesos para mejorar el proceso de atención.
Evaluación para detectar las causas del problema de gestión de calidad	El 65% considera que casi nunca suele realizar evaluaciones para detectar los problemas en el servicio	Esto debido a que no utilizar técnicas y herramientas para detectar problemas como la matriz de causa raíz, o el diagrama de Pareto.	<ul style="list-style-type: none"> · Desconocimiento de los problemas que afectan la calidad del servicio · Desconocimiento de los problemas internos de la empresa 	Se debe utilizar herramientas de gestión para evaluar las causas del problema como, por ejemplo: <ul style="list-style-type: none"> · El diagrama de Ishikawa · Matriz de los 5 porqué · Evaluación del tike time · Elaboración del diagrama de Ishikawa
Desarrollo de un plan de solución	El 45% no desarrolla un plan de solución frente a los problemas que presenta la empresa	Debido al desconocimiento de la importancia de los planes y también de cómo realizarlo para solucionar los problemas de la empresa.	<ul style="list-style-type: none"> · Baja organización · Baja competitividad · Baja motivación 	Las empresas deben contar con un plan que ayude a solucionar los problemas detectados para ello es imprescindible definir. <ul style="list-style-type: none"> · Misión y visión empresarial · Objetivos del plan

				<ul style="list-style-type: none"> · Metas del plan · Herramientas de control 	
Verificación de resultados	El 55% de los propietarios no realiza la verificación de los resultados de la organización	Debido a no utilizar las técnicas de evaluación de rendimiento de los colaboradores ya que la mayoría de los propietarios dirige su empresa de forma empírica.	<ul style="list-style-type: none"> · Desconocimiento del avance o crecimiento de las ventas de empresa · Desconocimiento del rendimiento de los colaboradores 	Los gerentes de las empresas deben saber utilizar las siguientes herramientas para verificar los resultados: <ul style="list-style-type: none"> · Hoja de verificación · Histogramas · Diagrama de Pareto 	
Prevención de problemas recurrentes	El 50% de los propietarios a veces realiza la prevención de los problemas recurrentes.	Falta de visión acerca de lo importante que es solucionar los problemas de la empresa, ya que estos no permiten brindar un servicio de calidad, y no permite el crecimiento de la empresa.	<ul style="list-style-type: none"> · Baja calidad del servicio · Pérdidas económicas · Desprestigio de la marca 	Para realizar la prevención de los problemas también deben existir lo siguiente: <ul style="list-style-type: none"> · Supervisión de las actividades de producción. · Supervisión de las actividades de atención al cliente. · Hoja de verificación · Hoja de control · Libro de reclamos 	

Nota: Elaboración Propia

5.2 Análisis de resultados

Hasta este punto se ha observado lo importante que es la gestión de la calidad en las organizaciones, sobre todo, para mejorar la atención que brindan las empresas a los clientes, ya que esto repercute no sólo en la imagen de la empresa sino también en su rentabilidad, pues un cliente satisfecho por una buena atención lo más probable es que siga comprando a la empresa en el transcurso del tiempo.

En este sentido en la investigación evaluó el desempeño de las mypes del sector servicios rubro restaurantes de productos Hidrobiológicos del distrito de Casma, dicha evaluación se logró gracias a los objetivos específicos y luego se formuló una propuesta de mejora.

En este sentido se encontró en el objetivo específico 1 es cual trataba de describir caracterizaciones de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, Rubro restaurantes de productos hidrobiológicos del distrito de Casma, 2020. Asimismo, se encontró que el 55% de los representantes de las mypes de sector servicios rubro restaurante de Casma tiene entre 31 a 50 años, el 50% son de género femenino, el 55% tiene educación básica, el 60% son dueños y el 75% tiene entre 4 a 6 años de desempeño del cargo. Dichos resultados concuerdan con lo encontrado por Villacorta (2019) donde también encontró que en las empresas del rubro restaurante de Trujillo los representantes tienen entre 31 a 50 años, asimismo respecto al grado de instrucción en su mayoría el 55% tiene una instrucción superior, el 65% son de género masculino, el 82% son dueños y el 54% tienen más de 7 años en el cargo. Esta situación nos refleja que existe variedad respecto al género que comandan los restaurante pues no sólo son mujeres las que incursionan en este rubro sino también se ve un porcentaje considerable de hombres en Trujillo, asimismo es este tipo de negocios normalmente son los dueños encargados de dirigirlos, por lo que es importante que estos se capaciten para poder conducir correctamente a la empresa hacia el éxito y puedan desarrollar estrategias de gestión de calidad y atención al cliente que les ayude a poder seguir creciendo.

Dicha afirmación es corroborada por Dang et al. (2021) donde indica que es importante que los empresarios se esfuercen por mejorar la calidad de sus servicios o productos para generar fidelidad y satisfacción del cliente lo cual repercute en el crecimiento de la empresa.

Respecto al objetivo específico 2 se propuso determinar las características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, Rubro restaurantes de productos hidrobiológicos del distrito de Casma ,2020. Encontrándose como hallazgos que el 75% de las empresas tiene entre 4 a 6 años de permanencia en el rubro, el 100% tienede 6 a 10 trabajadores, el 65% de las personas que trabajan en la empresa son sus familiares, el 55% creó la empresa para generar ganancias y un 45% para subsistir.

Dichos resultados difieren por lo encontrado en la investigación de Paredes (2019) donde afirma que las empresas del sector servicios de Nuevo Chimbote, el 80% tienende 1 a 5 trabajadores. Y por Villacorta quien también encontró que el 82% de sus trabajadores no son familiares, y el 100% fueron creado para generar dinero. De esta forma se puede percibir las empresas del sector servicios del rubro restaurante de Casma a diferencia de las empresas de Nuevo Chimbote y Trujillo, se caracterizan por contar con más trabajadores y de estos la mayoría son sus familiares, lo cual refleja que el bajo rendimiento de las empresas se debe a que muchas veces el familiar se olvida que debe cumplir con su trabajo para el que fue contratado e incluso puede esperar que su jefe sea permisivo y tenga especial consideración con ellos por ser familiar lo que termina afectando la productividad.

Dicha afirmación es constatada con lo encontrado en la teoría de Benzaquen (2018) donde indica que uno de los principios principales de la gestión de calidad eslaparticipación del personal donde estos deben participar de forma proactiva en la atención y servicio hacia los clientes, acción que muchas veces se pierde en el personalfamiliar lo que termina afectando la calidad del servicio.

Respecto al objetivo específico 3 detallar las características de la atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, Rubro restaurantes de productos hidrobiológicos del distrito de Casma, 2020. Se pudo encontrar que los representantes de las mypes del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos del distrito deCasma, el 75% tiene un conocimiento teórico malo de la atención al cliente ya que nosabe el significado de este término y sólo el 25% lo conoce, asimismo el 50% tiene un conocimiento malo sobre la utilidad que es la atención al cliente en la empresa y el otro 50% si conoce su utilidad, el 35% considera como nada importante aplicar la

calidad en la atención al cliente, el otro 35% considera poco importante y el 30% considera importante. Además, en las herramientas de atención al cliente el 45% considera que no utiliza ninguno y el 30% utiliza la confianza de brindar un producto saludable y seguro a sus clientes, en cuanto a la técnica de atención el 35% considera la instalación del local, el otro 35% considera la rapidez en la entrega y el 30% considera la atención personalizada. En la evaluación de los factores críticos el 65% atribuye a la mala organización de los trabajadores y en la evaluación del uso de una buena atención, el 45% considera que logra la fidelización del cliente, asimismo en la autoevaluación de la atención el 80% considera que es regular y el 20% considera que es buena. Dichos resultados son contrastados por lo encontrado por Paredes (2019) donde manifestó que las mypes del sector servicios en Nuevo Chimbote conocen el término atención al cliente, asimismo también se encontró que desconocen las técnicas de gestión de calidad, no tienen una técnica moderna de atención. Concordando con Aquino (2020) quien consideró que el 60% indica que brindar una buena atención ayuda al incremento de las ventas. De esta forma se puede observar que el hecho de conocer el concepto de atención al cliente y calidad de servicio no implica que lo desarrollen, ya que a muchos le cuesta aplicar pues trabajan pensando sólo en el día a día y no se percatan del entorno competitivo que hoy se enfrentan las empresas donde el que brinde un mejor servicio y atención de calidad son las que sobrevivan en el mercado.

Dicha afirmación es reforzada por la teoría de Pascal et al. (2018) quien demuestra que la gestión de calidad es muy importante ya que ayuda a disminuir el grado de inseguridad en la ejecución de los procesos productivos, y de atención al cliente de esta forma, se garantiza un óptimo servicio que satisfaga las exigencias del consumidor.

Finalmente se desarrolló el objetivo general el cual fue formular una propuesta para mejorar la atención al cliente como factor relevante que permite una gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos distrito de Casma. Para formular dicha propuesta se tuvo en cuenta los problemas evidenciados en las mypes del sector, el 55% de los que dirigen las empresas del sector servicios rubro restaurantes de productos hidrobiológicos distrito de Casma tienen educación básica, el 35% tiene superior pero no es universitaria y el 10% no tiene ningún tipo de

instrucción. Así mismo, el 60% son los mismos dueños que se encargan de dirigir la empresa y el 75% sólo tiene entre 4 a 5 años de experiencia en el cargo, el 65% de trabajadores de la empresa son familiares. Se evidenció falta de conocimiento teórico por parte del 75%, y sólo el 25% conoce la atención al cliente, esto demuestra la falta de preparación de las personas que están dirigiendo la empresa, también se encontró que el 50% no conoce cómo funciona la atención al cliente y su importancia. En base a ellos se propuso incrementar el nivel de calidad de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos del distrito de Casma, 2020. Para ello es necesario que se incrementen las habilidades gerenciales de los dueños o gerentes, siendo necesario un plan de capacitación en áreas de conocimiento administrativo gerencial, también realizar un plan de capacitación en áreas como calidad de atención y un plan para especializar a los dueños y gerentes en la calidad de atención. Dicha propuesta basada en la calidad, contribuirá a mejorar la atención, en este sentido el éxito de esta propuesta es corroborada por Velásquez (2019) quien ante los problemas de falta de conocimiento en la aplicación de una gestión de calidad y mejora de la atención sugirió capacitar a gerentes y trabajadores en temas de gestión de calidad y atención. Asimismo, Avilés (2018) encontró una relación de 0.99 de la calidad de atención en el aumento de ventas del restaurante por lo que dicho hallazgo confirma lo importante de estar capacitado en la calidad de la atención, pues no sólo será percibido por el cliente, sino que también atraerá a nuevos clientes. Dichas afirmaciones son corroboradas por la teoría de Teixeira et al. (2019)

que indica que tanto los directivos de la empresa como los trabajadores tienen que conocer los distintos métodos o técnicas de gestión que benefician positivamente al manejo y desarrollo diario, es esencial el trabajo que realizan los empleados ya que son el pilar principal de una organización, juntar el conocimiento del hombre con las técnicas de gestión hace que la entidad sea más competitiva, eficiente, efectiva y se diferencie de su competencia. De esta forma se determina que, si las empresas ponen en marcha planes de capacitación en mejora de la atención de los clientes, teniendo en cuenta la calidad de gestión, tanto para los gerentes y los trabajadores esto repercutirá favorablemente el funcionamiento de la empresa al contar con clientes satisfechos que recomiendan los productos o servicios de la empresa

VI. CONCLUSIONES

Se determinó que las características de los representantes de las mypes del sector servicios rubro restaurante de productos hidrobiológicos de Casma, el 55% tiene entre 31 a 50 años, el 50% son de género femenino, el 55% tiene educación básica, el 60% son dueños y el 75% tiene entre 4 a 6 años de desempeño del cargo.

Se llegó a la conclusión que a las características de las mypes del sector servicios rubro restaurantes de productos hidrobiológicos de Casma, el 75 % de las empresas tienen entre 4 a 6 años de permanecías en el rubro, el otro 100% tiene de 6 a 10 trabajadores, el 65% de las personas que trabajan en la persona son familiares, el 55% creo la empresa para generar ganancias y un 45% lo creo para subsistir .

Se logró determinar que la atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio ,Rubro restaurantes de productos hidrobiológicos del distrito de Casma es que el 75% tiene un conocimiento teórico malo de la atención al cliente ya que no sabe que el significado de este término y sólo el 25% lo conoce, asimismo el 50% tiene un conocimiento malo sobre la utilidad que es la atención al cliente en la empresa y el otro 50% si conoce su utilidad, el 35% considera como nada importante aplicar la calidad en la atención al cliente. Además, en las herramientas de atención al cliente el 45% considera que no utiliza ninguno. En la evaluación de los factores críticos el 65% atribuye a la mala organización de los trabajadores, asimismo en la autoevaluación de la atención el 80% considera que es regular y sólo el 20% considera que es buena.

Se determinó que a la gestión de calidad de las mypes se encontró que muchos de los propietarios tienen desconocimiento y no aplican el proceso para mejorar la calidad de gestión, donde el 65% casi nunca realiza evaluaciones para detectar problemas, el 45% no desarrolla un plan y el 55% no realiza la verificación de sus resultados.

Finalmente de acuerdo al objetivo general que fue formular una propuesta para mejorar la atención al cliente como factor relevante permite una gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos distrito de Casma, se concluyó que si las empresas ponen en marcha planes de capacitación en mejora de la atención de los clientes, teniendo en cuenta la calidad de gestión, tanto para los gerentes y los trabajadores esto repercutirá favorablemente funcionamiento de la empresa al contar con clientes satisfechos que recomiendan los productos o servicios de la empresa.

VII. RECOMENDACIONES

Incentivar a los dueños y gerente de las mypes del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos distrito de Casma a especializarse en cursos o temas similares a la administración de negocios, para así ejecutar una buena gestión de calidad y buena técnica de atención al cliente, ya que eso ayudará a que las micro y pequeñas empresas tengan mayor rendimiento en sus negocios, mayor ingreso y permanecer más tiempo en rubro.

Desarrollar el compromiso de los trabajadores mediante su participación en las tomas de decisiones, donde el representante de la organización debe contar con la capacidad suficiente para recibir y analizar cada una de las opiniones o recomendaciones que se les presente. Para ello puede implementar un conjunto de técnicas de gestión dentro de ello esta : el debate, la mesa redonda, la lluvia de ideas. De tal manera que, empleando estas técnicas, las organizaciones podrán involucrar y comprometer a su personal a cumplir con las metas y objetivos organizacionales.

Implementar un plan capacitación ya que la gestión de calidad es muy fundamental en las empresas, de tal modo que los colaboradores estiran plenamente capacitados e informados sobre el gran beneficio que aporta al brindar un buen servicio, siempre llevando en cuenta que la capacitación conlleva una mejor producción, por ello los trabajadores deben de contar con una buena preparación para así satisfacer las necesidades de los consumidores.

Ejecutar en plan de mejora de atención al cliente en la micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos del distrito de Casma .

Plan para mejorar la calidad de atención en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos distrito de Casma.

1. Datos generales

- **Nombre o razón social:** Micro y pequeñas empresas del rubro productos hidrobiológicos distrito de Casma.
- **Giro de la empresa:** Servicios
- **Dirección:** Distrito de Casma - Perú
- **Nombre del representante:** Propietarios de restaurantes de productos hidrobiológicos.
- **Historia:**

Los restaurantes de productos hidrobiológicos, regularmente micros y pequeñas empresas que se dedican preparar platillos en base pescados y mariscos como, porejemplo, ceviche, arroz con mariscos, chicharrón de pescado, jugoso, ceviche de tigre, parihuela, sudados entre otros. Asimismo, dicho servicio incluye la calidad del platillo y también la calidad de atención de los mozos y personal de seguridad y limpieza, ya que si dichos elementos estratégicos cumplen con las expectativas del cliente se podría decir que están brindando un servicio de calidad a las familiasperuanas y extranjeras.

2. Misión

Brindan una experiencia y servicio único al ingresar el local y degustar los distintos platillos que se preparan a los comensales, caracterizados por la calidad el la preparación de dichos platillos marinos, la calidad del personal de atención y la calidad del mobiliario e instalaciones del local.

3. Visión

Ser la empresa líder en participación y posicionamiento de mercado del rubro restaurantes de productos hidrobiológicos a nivel nacional, caracterizado por un producto y atención de calidad.

4. Objetivos

- Tener una cultura de calidad y mejora continua, al atender a los clientes a fin de que sientan a gusto y puedan recomendar nuestro servicio.

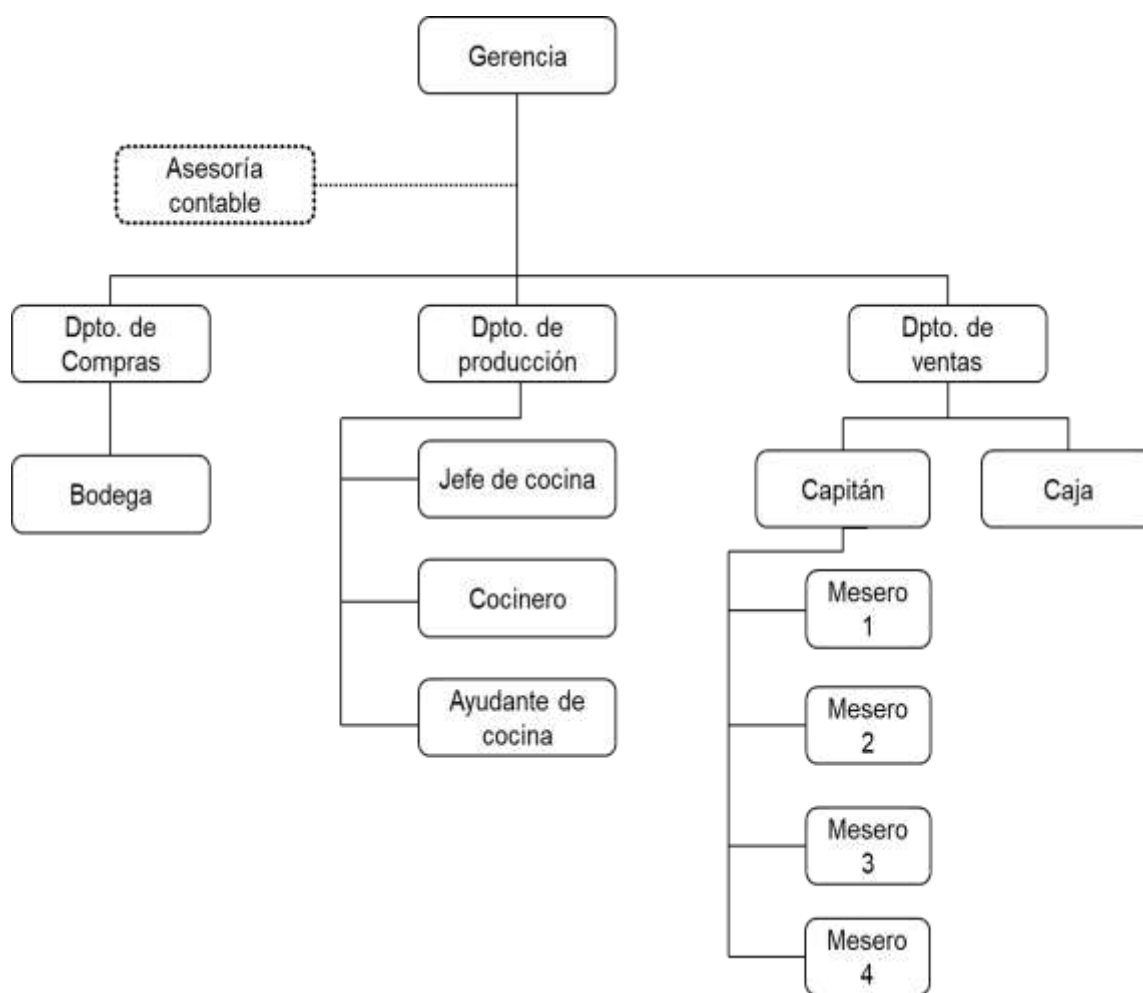
Mejorar continuamente la atención que se le brinda al cliente, brindando un trato personalizado a cada uno de ellos.

- Seguir innovando y mejorando la sazón de los platillos que se preparan para los clientes.
- Implementar un local cada vez más cómodo para los clientes y consumidores que quieran degustar los platillos que ofrece el restaurante.

5. Productos y/o servicios

Las micro y pequeñas empresas restaurantes de productos hidrobiológicos se encargan a la elaboración y venta de platillos como: ceviche, arroz con mariscos, chicharrón de pescado, jugoso, ceviche de tigre, parihuela, sudados entre otros.

6. Organigrama



6.1 Descripción de funciones.

Gerencia	
Cargo	Gerencia general
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> - Licenciado en Administración de empresas - Experiencia mínima 2 años en cargos a fines - Habilidades: Toma de decisiones, liderazgo, trabajo bajo presión, asertividad, sociable. - Uso de herramientas informáticas de administración de nivel avanzado - Capacidad para desarrollar e implementar planes de mejora en la empresa.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> - Representante legal y jurídico del restaurante - Diseñar objetivos a corto, mediano y largo plazo - Definir estrategias - Distribuir funciones y responsabilidad tomando en cuenta la capacidades y habilidades del colaborador - Evaluación del personal - Evaluación periódica de la situación competitiva de la empresa
Cargo	Contador
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> - Licenciado en contabilidad - Experiencia mínima 2 años en cargos a fines - Responsabilidad para cumplir con los plazos para presentar la información contable - Ética al manejar la información de la empresa - Especial conocimiento en temas tributarios y contables
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> - Elaboración de las declaraciones mensuales de las obligaciones tributarias - Elaborar los principales libros contables - Realizar el pago de los tributos - Elaborar la información financiera de forma periódica - Elaboración y pago de planillas de remuneración

Departamento de compras	
Cargo	Bodeguero
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> - Licenciado en Administración de empresas - Experiencia mínima 2 años en cargos a fines - Habilidades: Trabajo bajo presión, capacidad analítica - Uso de herramientas informáticas de nivel logístico
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> - Elaboración de lista de proveedores - Realizar el proceso de adquisición de materia prima - Realizar el proceso de adquisición de máquinas y equipos - Planificación de compras

Departamento de producción	
Cargo	Jefe de cocina
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> - Licenciado en gastronomía - Experiencia de un 1 año en puestos similares - Habilidades de trabajo bajo presión, capacidad para resolver problemas. - Especialidad en área de alimentos, bebidas y cocina.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> - Controlar la seguridad e higiene en el lugar de trabajo - Distribuir las tareas por el personal a cargo - Disponer del menú a elaborar - Solicitar al área de compras los insumos para la elaboración de platillos - Verificación de la calidad de los materiales a utilizar - Supervisar que el personal use adecuadamente las instalaciones y equipos del restaurante - Instruir al personal en la elaboración de los platillos - Corroborar que los platillos que se van a servir tengan la presentación correcta
Cargo	Cocinero
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> - Licenciado en gastronomía - Experiencia de un año en puestos similares

	<ul style="list-style-type: none"> - Capacidad para preparar cantidades grandes de alimentos. - Trabajo bajo presión - Trabajo en equipo - Conocimiento es preparación de platillos de comida marina
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> - Preparación de los platillos conforme a las especificación del chef - Solicitud para preparar los platillos marinos - Verificar la calidad de los insumos suministrados - Colaborar en armonía con el ayudante de cocina en la limpieza del área de cocina
Cargo	Ayudante de cocina
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> - Mínimo bachiller en gastronomía - Experiencia de 6 a 12 meses en actividades similares - Habilidad manuales, rapidez y trabajo bajo presión - Alto nivel de manejo de equipos de cocina
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> - Ayudar en todas la actividad culinarias al cocinero - Preparar los utensilios de cocina para la jornada laboral - Ayudar en la elaboración de la lista de platillos del día - Asegurar que el ambiente de trabajo esté limpio - Realizar corte y preparaciones variadas - Realizar el cierre del servicio de cocina

Departamento de ventas	
Cargo	Capitán
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> - Licenciado en gastronomía - Experiencia de un 1 año en puestos similares - Habilidades de trabajo bajo presión, capacidad para resolver problemas. - Especialidad en área de alimentos, bebidas cocina
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> - Realizar inventario periódico de lo insumos y materiales del restaurante. - Supervisar el rendimiento del personal a su cargo - Vigilar la calidad del servicio - Dar la bienvenida a los clientes y acomodarlos en una mesa

	<ul style="list-style-type: none"> - Tomar la lista de pedidos - Ayudar al mesero cuando sea necesario
Cargo	Mesero
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> - Mínimo Bachiller - Experiencia de un año en puestos similares - Habilidades manuales - Trabajo bajo presión - Responsabilidad - Trato cortés - Voluntad de servicio - Conocimiento en atención al cliente - Conocimiento en servicio de comedor - Conocimiento básico en gastronomía
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> - Brindar información sobre el menú al cliente - Tomar el pedido - Servir al comensal el plato que solicitó - Preguntar a los comensales por postres o bebidas - Recoger los utensilios de la mesa - Limpiar las mesas - Ayudar en la limpieza del local
Cargo	Cajero
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> - Mínimo bachiller en administración o contabilidad - Experiencia de 6 a 12 meses en actividades similares - Habilidad en conteo y cambio de dinero - Trato cortés - Conocimiento en manejo de caja - Conocimiento en herramientas informáticas de contabilidad
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> - Elaboración de facturas - Cobrar las facturas - Registro de ventas diarias - Cuadros de caja diarios - Entrega de dinero para gastos pequeños - Justificación de egresos

7. Diagnostico general

<p>ANÁLISIS FODA</p>	<p>Oportunidades</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Publicidad por internet 2. Elevado número de proveedores 3. Facilidad crediticia 4. Servicio a domicilio 5. Exigencia del cliente 6. Apoyo del gobierno para mejorar la productividad 	<p>Amenazas</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Incremento de la competencia 2. Competencia que ofrezca comida más económica 3. Aumento de niveles de inseguridad 4. Crisis económica 5. Variabilidad de los costos de materia prima 6. Productos sustitutos
<p>Fortalezas</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Años de permanencia en el mercado 2. Ubicación estratégica 3. Fidelidad de clientes 4. Precios accesibles al mercado 5. Variedad de menú 6. Buen ambiente de trabajo 	<p>Estrategias F-O</p> <ul style="list-style-type: none"> - Crear contenido publicitario basado en la experiencia y buenas recomendaciones del cliente (F1, F3 y O1) - Utilizar la ubicación céntrica de la empresa para brindar servicio de delivery (F2, F4). - Aprovechar la exigencia del cliente para ofrecer una variedad de platillos con un sabor único (F5 y O5). 	<p>Estrategias F-A</p> <ul style="list-style-type: none"> - Fortalecer el concepto de la experiencia que se tiene en el rubro a fin de mitigar las estrategias de la competencia (F1 y A1, A2). - Mantener activa a la cartera de cliente fieles para que sostengan los ingresos del restaurante a pesar de la crisis económica (F3 y A4). - Combinar los precios accesibles a los distintos platillos que se preparen a fin de que se pueda generar una percepción de que dichos platillos están pensados para todos los gustos (F4, F5 y A6).
<p>Debilidades</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Escasa capacitación del personal 2. Falta de publicidad 3. Falta de conocimiento técnico en calidad 4. Falta de capital de trabajo 5. Falta de planificación 	<p>Estrategias D-O</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aprovechar los programas de capacitación del gobierno para potenciar las habilidades del personal (D1, O6). - Realizar publicidad digital a fin de captar más clientes (D2, O1). - Contratar a un especialista en administración de restaurante para que 	<p>Estrategias D-O</p> <ul style="list-style-type: none"> - Capacitar al personal para que nuestro servicio se diferencie de la competencia por un servicio exclusivo de y de calidad (D1, A1). - Diseñar una publicidad donde se garantice la calidad de los productos y la salud de los comensales (D2, A2). - Diseñar un plan de contingencia cuando los costos de materia prima se

6. Falta de organización	brinde capacitación al gerente y al personal y contribuya a la generación de un plan para la organización y gestión de calidad (D3, D5, D6 y O3).	lleguen a elevar por la veda (D5, A5).
--------------------------	---	--

Nota. Elaboración propia.

8. Indicadores de una buena gestión.

Indicadores	Evaluación de indicadores dentro de la Mypes
Conocimiento técnico en gestión	Los propietarios no tienen conocimiento técnico del uso de herramientas de gestión, como son el análisis situacional de la empresa, elaboración de Matriz FODA, entre otros.
Experiencia en gestión de empresas	Los propietarios tienen poca experiencia en la gestión de empresas.
Conocimiento teórico	El nivel de educación y formación respecto a temas administrativos y contables es bajo en las empresas.
Evaluación para detectar las causas del problema de gestión de calidad	El gerente no suele realizar evaluaciones para detectar las causas de los problemas de calidad en la empresa
Desarrollo de un plan de solución	No se ha desarrollado un plan para mejorar la situación actual de las empresas
Verificación de resultados	No se suele evaluar los resultados y desempeño de los miembros de la organización
Prevención de problemas recurrentes	A pesar los problemas recurrentes, no existe un plan que ayude a evitar dichos problemas generados por la mala atención.

Nota. Elaboración propia.

9. Problemas

Indicadores	Problemas	Causas del problema
Conocimiento técnico en gestión	El 50% no conoce cómo funciona la atención al cliente y su importancia. Es por ello que algunos consideran que la	Esto es debido a que el propietario no tiene conocimiento de cómo gestionar una empresa, ni

	<p>confianza es una herramienta relevante para la atención al cliente y el 45% no utiliza ninguna herramienta para mejorar su atención que brinda. Además, el 65% da la responsabilidad a la mala organización de los trabajadores, no obstante, no tienen conocimiento que ellos son los responsables de la organización de su personal.</p>	<p>sabe cuales son las herramientas necesarios para dirigir correctamente una empresa.</p>
<p>Experiencia en gestión de empresas</p>	<p>El 60% son los mismos dueños que se encargan de dirigir la empresa y el 75% sólo tiene entre 4 a 5 años de experiencia en el cargo.</p>	<p>Dicho problema surge debido a que los propietarios se creen suficientemente competentes para dirigir su negocio, no obstante, además del conocimiento es importante contar con experiencia para saber las decisiones que se tienen que tomar frente a distintas situaciones.</p>
<p>Conocimiento teórico</p>	<p>El 55% de los que dirigen las empresas del sector servicios rubro restaurantes de productos hidrobiológicos distrito de Casma tienen educación básica, el 35% tiene educación superior pero no es universitaria y el 10% no tiene ningún tipo de instrucción</p>	<p>Esto es debido a la falta de formación de los propietarios de los restaurantes y la poca motivación para capacitarse a fin de saber dirigir mejor su empresa.</p>
<p>Evaluación para detectar</p>	<p>El 65% considera que casi nunca realizar evaluaciones para detectar</p>	<p>Esto debido a que no utilizar técnicas y herramientas para</p>

las causas del problema de gestión de calidad	los problemas en el servicio	detectar problemas como la matriz de causa raíz, o el diagrama de Pareto.
Desarrollo de un plan de solución	El 45% no desarrolla un plan de solución frente a los problemas que presenta la empresa	Debido al desconocimiento de la importancia de los planes y también de cómo realizarlo para solucionar los problemas de la empresa.
Verificación de resultados	El 55% de los propietarios no realiza la verificación de los resultados de la organización	Debido a no utilizar las técnicas de evaluación de rendimiento de los colaboradores ya que la mayoría de los propietarios dirige su empresa de forma empírica.
Prevención de problemas recurrentes	El 50% de los propietarios a veces realiza la prevención de los problemas recurrentes.	Falta de visión acerca de lo importante que es solucionar los problemas de la empresa, ya que estos no permiten brindar un servicio de calidad, y no permite el crecimiento de la empresa.

10. Establecer soluciones.

10.1 Establecer acciones de mejora

Indicadores	Problemas	Acciones de mejora
Conocimiento técnico en gestión	65% da la responsabilidad a la mala organización de los trabajadores, no obstante, no tienen conocimiento que ellos son los responsables de la organización de su personal.	<p>Deben de estudiar la carrera de administración de empresas o contratar a un profesional para que gestione la empresa de esta forma se logrará:</p> <ul style="list-style-type: none"> · Aplicación de la herramientas de gestión · Habilidades para dirigir al personal. · Habilidades para motivar al personal · Habilidad de uso informático para monitorizar la empresa
Experiencia en gestión de empresas	75% sólo tiene entre 4 a 5 años de experiencia en el cargo.	<p>Los propietario deben contar con experiencia para dirigir su empresa, o en todo caso buscar asesoría de expertos en dirección de empresas, ello ayudará a que:</p> <ul style="list-style-type: none"> · Se tomen mejores decisiones para la empresa. · Mayor capacidad de negociación con los proveedores. · Resaltar mejor los atributos del producto y

		servicio que ofrece la empresa.
Conocimiento teórico	El 55% de los que dirigen las empresas del sector servicios rubro restaurantes de productos hidrobiológicos distrito de Casma tienen educación básica.	Los representantes de las empresas deben buscar capacitación tanto para ellos como para sus colaboradores, esto permitirá que: <ul style="list-style-type: none"> · Uso de la metodología de calidad. · Uso de la matriz de factores de competitividad. · Uso del diagrama de procesos para mejorar el proceso de atención.
Evaluación para detectar las causas del problema de gestión de calidad	El 65% considera que casi nunca realizar evaluaciones para detectar los problemas en el servicio	Se debe utilizar herramientas de gestión para evaluar las causas del problema como, por ejemplo: <ul style="list-style-type: none"> · El diagrama de Ishikawa · Matriz de los 5 porqué · Evaluación del tike time · Elaboración del diagrama de Ishikawa
Desarrollo de un plan de solución	El 45% no desarrolla un plan de solución frente a los problemas que presenta la empresa	Las empresas deben contar con un plan que ayude a solucionar los problemas detectados para ello es imprescindible definir. <ul style="list-style-type: none"> · Misión y visión empresarial

		<ul style="list-style-type: none"> ·Objetivos del plan ·Metas del plan ·Herramientas de control
Verificación de resultados	El 55% de los propietarios no realiza la verificación de los resultados de la organización	<p>Los gerente de las empresas deben saber utilizar las siguientes herramientas para verificar los resultados:</p> <ul style="list-style-type: none"> ·Hoja de verificación ·Histogramas ·Diagrama de Pareto
Prevención de problemas recurrentes	El 50% de los propietarios a veces realiza la prevención de los problemas recurrentes.	<p>Para realizar la prevención de los problemas también deben de existir lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> ·Supervisión de las actividades de producción. ·Supervisión de las actividades de atención al cliente. ·Hoja de verificación ·Hoja de control ·Libro de reclamos

11. Recursos para la implantación de las estrategias

N°	Estrategias	Recursos humanos	Recursos Económicos	Recursos Tecnológicos	Tiempo
1	<p>Deben de estudiar la carrera de administración de empresas o contratar a un profesional para que gestione la empresa de esta forma se logrará:</p> <ul style="list-style-type: none"> · Aplicación de la herramientas de gestión · Habilidades para dirigir al personal. · Habilidades para motivar al personal · Habilidad de uso informático para monitorizar la empresa 	Propietario y gerente	S/. 2,000.00	Internet, Computadora.	4 meses
2	<p>Los propietario deben contar con experiencia para dirigir su empresa, o en todo caso buscar asesoría de expertos en dirección de empresas, ello ayudará a que:</p> <ul style="list-style-type: none"> · Se tomen mejores decisiones para la empresa. · Mayor capacidad de negociación con los proveedores. · Resaltar mejor los atributos del producto y servicio que ofrece la empresa. 	Propietario y gerente	S/. 1,000.00	Internet, Computadora.	4 meses
3	<p>Los representantes de las empresas deben buscar capacitación tanto para ellos como para sus colaboradores, esto permitirá que:</p> <ul style="list-style-type: none"> · Uso de la metodología de 	Propietarios	S/. 3000.00	Internet, Computadora.	8 semanas

	<p>calidad.</p> <ul style="list-style-type: none"> · Uso de la matriz de factores de competitividad. · Uso del diagrama de procesos para mejorar el proceso de atención. 				
4	<p>Se debe utilizar herramientas de gestión para evaluar las causas del problema como, por ejemplo:</p> <ul style="list-style-type: none"> · El diagrama de Ishikawa · Matriz de los 5 porqué · Evaluación del tike time · Elaboración del diagrama de Ishikawa 	Propietarios	S/. 1,500.00	Internet, Computadora.	8 semanas
5	<p>Las empresas deben contar con un plan que ayude a solucionar los problemas detectados para ello es imprescindible definir.</p> <ul style="list-style-type: none"> · Misión y visión empresarial · Objetivos del plan · Metas del plan · Herramientas de control 	Propietarios	S/.4,000.00	Internet, Computadora.	4 semanas
6	<p>Los gerente de las empresas deben saber utilizar las siguientes herramientas para verificar los resultados:</p> <ul style="list-style-type: none"> · Hoja de verificación · Histogramas · Diagrama de Pareto 	Propietarios	S/. 1,500.00	Internet, Computadora.	4 semanas
7	<p>Para realizar la prevención de los problemas también deben de existir lo siguiente:</p>	Propietarios	S/. 1,500.00	Internet, Computadora.	4 semanas

	<ul style="list-style-type: none"> · Supervisión de las actividades de producción. · Supervisión de las actividades de atención al cliente. · Hoja de verificación · Hoja de control · Libro de reclamos 				
--	---	--	--	--	--

Nota. Elaboración propia.

12. Cronograma de actividades

N°	Estrategias	Inicio	Termino	Enero				Febrero				Marzo				Abril			
				1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	<p>Deben de estudiar la carrera de administración de empresas o contratar a un profesional para que gestione la empresa de esta forma se logrará:</p> <ul style="list-style-type: none"> · Aplicación de la herramientas de gestión · Habilidades para dirigir al personal. · Habilidades para motivar al personal · Habilidad de uso informático para monitorizar la empresa 	02/01/2023	30/04/2023	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
2	<p>Los propietarios deben contar con experiencia para dirigir su empresa, o entodo caso buscar asesoría de expertos endirección de empresas, ello ayudará a que:</p> <ul style="list-style-type: none"> · Se tomen mejores decisiones para la empresa. · Mayor capacidad de negociación con los proveedores. · Resaltar mejor los atributos del producto y servicio que ofrece la empresa. 	02/01/2023	30/04/2023	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
3	<p>Los representantes de las empresas deben buscar capacitación tanto para ellos como para sus colaboradores, esto permitirá que:</p> <ul style="list-style-type: none"> · Uso de la metodología de calidad. · Uso de la matriz de factores de competitividad. · Uso del diagrama de procesos para mejorar el proceso de atención. 	02/01/2023	30/04/2023	X			X	X			X	X			X	X			X
4	<p>Se debe utilizar herramientas de gestión para evaluar las causas del problema como, por ejemplo:</p> <ul style="list-style-type: none"> · El diagrama de Ishikawa · Matriz de los 5 porqué 	02/01/2023	30/04/2023		X	X			X	X			X	X			X	X	

	<ul style="list-style-type: none"> · Evaluación del tike time · Elaboración del diagrama de Ishikawa 																	
5	<p>Las empresas deben contar con un plan que ayude a solucionar los problemas detectados para ello es imprescindible definir.</p> <ul style="list-style-type: none"> · Misión y visión empresarial · Objetivos del plan · Metas del plan · Herramientas de control 	02/01/2023	30/01/2023	X	X	X	X											
6	<p>Los gerente de las empresas deben saber utilizar las siguientes herramientas para verificar los resultados:</p> <ul style="list-style-type: none"> · Hoja de verificación · Histogramas · Diagrama de Pareto 	02/01/2023	28/02/2023	X		X		X		X								
7	<p>Para realizar la prevención de los problemas también deben de existir lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> · Supervisión de las actividades de producción. · Supervisión de las actividades de atención al cliente. · Hoja de verificación · Hoja de control · Libro de reclamos 	02/01/2023	28/02/2023	X		X		X		X								

Referencias bibliográficas

- Aquino, R. (2020). *Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de la avenida pacífico, del distrito de Nuevo Chimbote, provincia del santa, año 2018* [Tesis de licenciamiento, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote]. Repositorio ULADECH
http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/24029/ATE_NCION_CALIDAD_AQUINO_MORALES_ROXANA_ELIZABETH.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Alegrando (202). La atención al cliente como factor relevante en la Gestión de la Calidad y Plan de mejora en las micros y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes del jirón Enrique Palacios del Distrito de Chimbote, 2019. (Tesis inédita de pregrado) Universidad Católica de Los Andes de Chimbote. <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/21138>
- Arana, D. (2018, 31 de enero). Pymes mexicanas, un panorama para 2018. Forbes.
<https://www.forbes.com.mx/pymes-mexicanas-un-panorama-para2018/>
- Arenal, C. (2017). *Gestión de la atención al cliente / consumidor*. Amazon.
- Avilés, E. (2018). *Diseño de un modelo de gestión de calidad de servicio a los clientes para el restaurante "La finquita"* [Tesis de licenciamiento, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil]. Repositorio institucional UCSG.
<http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/10360>
- Breas carranz, Bazán .H (2021) Plan de mejora en el área de atención al cliente para aumentar la satisfacción del cliente de la cebichería San Gregorio.
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/85467/Breas_CLCCastro_YJC-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Behnam, M., Pyun, D., Doyle, J., & Delshab, V. (2021). The impact of consumer knowledge on profitable consumer loyalty through perceived service quality and psychological involvement in non-profit sport clubs. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 22(2), 407-427. <https://doi.org/10.1108/IJSMS-03-2020-0039>
- Benzaquen, J. (2018). La ISO 9001 y la administración de la calidad total en las empresas peruanas. *Universidad & empresa*, 20(35), 281-312.

- <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.6056>
- Bueno, V. (2014). *Atención al cliente* [Tesis de licenciamiento, Universidad mayor de San Andrés]. Repositorio institucional umsa
<https://repositorio.umsa.bo/handle/123456789/1930?show=full>
- Burgos, D.J (2017). Desarrollo del sistema de gestión de calidad en el restaurantebearOuzo Agave Azul S.A.S. bajo los lineamientos de la norma ISO 9001:2015 y la norma técnica colombiana NTS-USNA 008. Universidad Libre de Colombia.
https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/10591/DOCUMENTO_FINAL.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Cañarí, A. (2017, 8 de enero). *Las PYMES peruanas en el marco de los acuerdos comerciales*. USIL. <https://facultades.usil.edu.pe/derecho/carrera-de-relaciones-internacionales/las-pymes-peruanas-en-el-marco-de-los-acuerdos-comerciales/>
- Camacho (2019). Caracterización de la capacitación y la atención al cliente de las mype, rubro restaurantes del distrito de nuevo chimbote, año 2017. Tesis Pregrado. Facultad de Administración. Universidad Católica los Ángeles de chimbote
- Escobar, J. G y Goyes J. V. (2019). Estudio de modelos de gestión de calidad en restaurantes del Cantón Playas, Provincia del Guayas. Universidad de Guayaquil.
[http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/46078/1/Estudio de modelos de gestión de calidad en restaurantes del Cantón Playas%2C Provinciadel Guayas.pdf](http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/46078/1/Estudio%20de%20modelos%20de%20gesti%C3%B3n%20de%20calidad%20en%20restaurantes%20del%20Cant%C3%B3n%20Playas%2C%20Provincia%20del%20Guayas.pdf)
- Dang, V., Nguyen, N., & Wang, J. (2021). The impact of retailers' indoor environmental quality on consumer purchase decision. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 49(6), 772-794.
<https://doi.org/10.1108/IJRDM-04-2020-0130>
- Diaz, G., & Salazar, D. (2021). La calidad como herramienta estratégica para la gestión empresarial. *PODIUM*, 1(39), 19-36.
<https://doi.org/10.31095/podium.2021.39.2>

- Dinero, (2016, 14 de enero). *MiPymes generan alrededor del 67% del empleo en Colombia*.
Dinero.
[:https://www.dinero.com/edicionimpresa/pymes/articulo/evolucion-y-situacion-actual-de-las-mipymes-encolombia/222395](https://www.dinero.com/edicionimpresa/pymes/articulo/evolucion-y-situacion-actual-de-las-mipymes-encolombia/222395)
- El Búho,(2019, 10 de febrero). *Arequipa con mayor número de MYPES*.
<https://elbuho.pe/2019/02/arequipa-mayor-numero-empresas/>.
- Ley 20815 del 2003 (2003, 3 de julio). *Ley de promoción y formalización de la micropequeña empresa*. SUNAT.
<http://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/normas/ley-28015.pdf>
- Ley 30056 (2013, 2 de julio). *Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial*. Congreso de la República. Diario el peruano N°498461 <https://www.leyes.congreso.gob.pe/Documentos/Leyes/30056.pdf>
- López, D. (2018). *Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil*. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. In Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.
<http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/9867/1/T-UCSG-POS-MAE160.pdf>
- Manay, V., Cribillero, Y. y Pesantes, E.(2019). Aplicación de ciclo Deming para la mejora de la productividad en una empresa de transportes. *Revista Científica EPígmalión, 1(2)*.
<https://doi.org/10.51431/epigmaliion.v1i2.538>
- Martínez, P., & Pérez, F. (2018). Aplicación de los Modelos de Gestión de Calidad a la Tutoría Universitaria. *Revista Complutense de Educación, 29(3)*, 33-50.
<https://redined.educacion.gob.es/xmlui/bitstream/handle/11162/172050/53541-4564456552166-3-PB.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Montoya ,(2018). *Supervivencia de las MiPymes: un problema por resolver, Recuperado*:<https://www.asobancaria.com/wp-content/uploads/1145.pdf>
- Moratonas, O. (2015). *Se atiende. Las tres dimensiones de la atención al cliente*. ISSU.
<https://issuu.com/elvisitu/docs/988460684473>
- Mosquera, D. (2018). *Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil* [Tesis de licenciamiento, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil]. Repositorio institucional de UCSG.
<http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/9867/1/T-UCSG-POS->

- Oficina internacional del trabajo, (2015). *Pequeñas y medianas empresas y creación de empleo decente productivo*. Conferencia internacional del trabajo, informe 4. https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_norm/---relconf/documents/meetingdocument/wcms_358292.pdf
- Paredes, R.(2019) *Gestión de calidad con el uso de atención al cliente y propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro lavadero de autos, distrito de Nuevo Chimbote* [Tesis de licenciamiento, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote]. Repositorio ULADECH http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/14648/ATENCION_CALIDAD_PAREDES_ZEGARRA RONALD_JONATHAN.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Parunyou, J., & Nasreddine, Z. (2017). Montreal Cognitive Assessment (MoCA): Concept and Clinical Review. *Cognitive Screening Instruments*, 1(11), 139- 195. https://doi.org/10.1007/978-3-319-44775-9_7
- Pascal, B., Cedric, M., & Georges, H. (2018). From a Quality Management System (QMS) to a Lean Quality Management System (LQMS). *The TQM Journal*, 30(1), 20-42. <https://doi.org/10.1108/TQM-06-2016-0053>
- Rateb, S., Asma, I., & Amayreh, I. (2019). The relationship between total quality management(TQM) implementation and organization performance evidence from the airlines companies in UAE. *International Journal of Information, Business and Management*, 11(1), 58-73. https://www.researchgate.net/profile/Rateb-Sweis/publication/329830194_THE_RELATIONSHIP_BETWEEN_TOTAL_QUALITY_MANAGEMENT_TQM_IMPLEMENTATION_AND_ORGANISATION_PERFORMANCE_EVIDENCE_FROM_THE_AIRLINES_COMPANIES_IN_UAE/links/5c25befb299bf12be39e053d/THE-RELATIO Samanez, 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* [Tesis de licenciamiento, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote]. Repositorio ULADECH <http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/11533/ATEN>

quence=1

Sandiego, J. (2018). *Las pymes son clave en el tejido empresarial, pero ¿qué es una pyme en realidad? Hablemos de empresa.*

<https://hablemosdeempresas.com/pymes/que-es-una-pyme/>

Sekulits, K. (2017). *Alemania, un gigante lleno de atractivo para las pymes.*

Expansión.

<http://www.expansion.com/pymes/2017/09/28/59ccd747ca47412c2>

[78b463e.html](http://www.expansion.com/pymes/2017/09/28/59ccd747ca47412c278b463e.html)

Teixeira, A., Chiappetta, C., & Hengky, J. (2019). The importance of quality management for the effectiveness of environmental management: evidence from companies located in Brazil.

Total Quality Management & Business Excellence, 30(11), 1338-1349.

<https://doi.org/10.1080/14783363.2017.1368377>

Tejedor, V. (2019). Evaluación del desempeño de la atención. *Revista Faeco Sapins*, 2(2),

64-75.

https://revistas.up.ac.pa/index.php/faeco_sapiens/article/view/703

Tello, S. (2015). Importancia de la micro, pequeñas y medianas empresas en el desarrollo del país.

Revista de la facultad de derecho y ciencias políticas, 12(14), 178-199.

<http://dx.doi.org/10.21503/lex.v12i14.623>

Ticona, R. (2019). *Gestión de calidad con el uso del marketing en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes campestres de la avenida centenario distrito de Santa María, Huacho 2018* [Tesis de licenciamiento, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote]. Repositorio ULADECH

http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/10117/GESTION_DE_CALIDAD_MARKETING_TICONA_CAMASCA_ROSITA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

[ION_DE_CALIDAD_MARKETING_TICONA_CAMASCA_ROSITA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/10117/GESTION_DE_CALIDAD_MARKETING_TICONA_CAMASCA_ROSITA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

[equence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/10117/GESTION_DE_CALIDAD_MARKETING_TICONA_CAMASCA_ROSITA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Valdiviezo, D. (2018). El nivel de satisfacción de la atención al cliente en el Restauranteel

Kioskito, Yejupilco, Mexico, ¿2018

<http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/95292/Tesis%20Dulce%20Claudia.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

[ulce%20Claudia.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/95292/Tesis%20Dulce%20Claudia.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Velásquez, A. (2019). *Propuesta de estrategias para mejorar la atención al cliente en el Restaurante rosita Ubicado en Guayaquil* [Tesis de licenciamiento,

Universidad de Guayaquil]. Repositorio institucional de UG.
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/42607/1/TESIS%20ANNY%20RAFELA%20VELASQUEZ%20VERA%20%e2%80%9cPROPUESTA%20D>

Vélez, G. L. G., & Vélez, M. R. (2021). El sistema de gestión de calidad con ISO 9001:2015 como estrategia para el mejoramiento de los procesos de la Comercializadora ITM. Polo del Conocimiento: Revista científico-profesional, 6(4), 270-294.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7927020>

Villalta, F. (2019). Caracterización de la atención al cliente y capacitación de las myperubro restaurantes de la calle tacna, santa, año 2017. Tesis Pregrado. Facultad de Administración.

Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

<http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/63.500.58232/6932/>

Atención_al_cliente_mype.pdf?sequence=1&isallowed=yE%20ESTRATEGIAS%20PARA%20MEJORAR%20LA%20ATENCI%3%93N%20Y%20EL%20SERVICIO%20AL%20CLIENTE%20EN%20EL%20RESTAURA.pdf

Villacorta, H. (2019). *Gestión de la calidad en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurante, urbanización Los Jardines, Trujillo 2018* [Tesis de licenciamiento, Universidad Católica los Ángeles de

Chimbote]. Repositorio ULADECH

<http://bibliotecavirtualoducal.uc.cl/vufind/Record/oai:localhost:123456789-1555674>

Yzaguirre, E. (2019). *Gestión de calidad en la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías, en el casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2018* [Tesis de licenciamiento, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote].

Repositorio ULADECH <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/9872>

Anexo 2: Presupuesto

Presupuestos desembolsables (estudiantes)			
Categorías	Base	% numero	Total (s/.)
Suministros			
Impresiones	0.20	2	0.40
Lapiceros	0.20	2	0.40
Hoja bond A-4	0.50	2	1.00
SERVICIOS			
uso de tuniting	50.00	2	1.00
Sub total	50.00	10	7.20
Gasto de viaje			
Pasaje para recolectar información	2.00	5	10.00
Sub total	2.00	5	10.00
Total de presupuesto desembolsable	104.9	28	30

Presupuesto no desembolsable (universitario)			
SERVICIO	BASE	%NUMERO	TOTAL
Búsqueda de información en base de datos	25	3	75.00
Uso de internet	30	3	90.00
Soporte de información (módulo de información de ERP university MOIC)	25	2	50.00
Publicidad de artículos en repositorios institucional	40	2	80.00
SUBTOTAL			295
RECURSOS HUMANOS			
asesoría personalizada (5horas por semana)	63	4	252.00
SUBTOTAL			252.00
total de presupuesto no desembolsables			652
TOTAL (S/.)			947.00

Anexo 3. Cuadro de sondeo

ITEM	NOMBRES	RAZÓN SOCIAL	DIRECCIÓN
01	BERNABE RAMIRES DANIEL	RESTAURANTE SEVICHERIA “EL SI SEÑOR”	P.J SAN ISIDRO
02	MENDOZA DIAZ MICHEL	RESTAUTANTES SEVICHERIA “EL TIO VALIENTE”	P.J SAN ISIDRO
03	MARTINES LOPEZ	RESTAURANTES CEVICHERIAS “LUISA “	AV . HUARAZ - CASMA
04	FLORES CASTILO MIGUEL	RESTAURANTES CEVICHERÍA “ POSEIDÓN “	A.V PERU 1515
05	CHAVES MOTA MARTINES	RESTAURANTES CEVICHERÍAS “OSO BEJAR “	A.VSAN MARTINES 222
06	COLOMBINO MEJIA RAUL	RESTAURANTES CEVICHERÍAS “CARLO MIDAS “	A . V CASMA 026661
07	MARTINES REYES HUGO	RESTAURANTES CEVICHERIAS “EL GANGREJO DEL MAR ”	A.V CALLE DEL POLMO
08	MENDOZA CASTILLO ERICA	RESATAURANTES CEVICHERIAS EL NUEVO SABOR CASMEÑO ”	A.V CALLE MEJIA N° 13
09	REYES CASANOVA MARTÍN	RESTAURANTES CEVICHERÍAS “EL ENCUENTRO ”	A.V BOLIBAR 391
10	FLORES MEDINA GLADIS	RESTAURANTES CEVICHERIAS“ MAR CRIOLLO”	A.V PERU
11	DIEGO PEREZ MICHEL	RESTAURANTES CEVICHERÍAS “SABOR CAMEÑO”	A,V SAN RAFAEL
12	HUERTA MEJIA MARIO	RESTAURANTES CEVICHERIAS “EL NUEVO SABOR CASMEÑO“	A.V MEJIA
13	MENDES MORALES JEREMIAS	RESTAURANTES CEVICHERÍAS “EL TIO SAM ”	A.V HUARMEY 132
14	FLORES MILLA MARCOS	RESTAURANTES CEVICHERIAS “BRISAS DEL MAR ”	A.V HUARAZ

15	MENDOZA DÍAS RAFAEL MEDINA	RESTAURANTE CEVICHERÍA “EL ENCANTO”	A.V. PERÚ
16	CABALLEO MOTA ALEX	RESTAURANTE CEVICHERÍA “MAR CRIOLLO ”	A.V HUARAZ 521
17	ALVARES MOTA YULISSA	RESTAURANTES CEVICHERIAS “LA GAMBA”	A.V HUARMEY
18	CASTRO MORALES JEREMIAS	RESTAURANTE CEVICHERIA “DON TIBURÓN ”	A.V SAN RAFAEL
19	HUINCHA MORALES KATY	RESTAURANTE CEVICHERÍAS “ EL BUEN SABOR ”	A.V PERU
20	MENDOZA CADILLO JARUMI	RESTAURANTES CEVICHERÍAS “ EL SABOR DEL CHINO ”	A.V SAN RAFAEL

Anexo 4: Consentimiento informado



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE
PROTOCOLO DE CONSETIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTA
(ciencias sociales)

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

La presente investigación se titula: Propuesta de mejora de la atención al Cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos del distrito de Casma, 2020 y dirigido por Huanchaco Mota, Anali Yulissa investigador de la Universidad Católica Los Ángeles De Chimbote.

El propósito de la investigación es para obtener el título profesional de licenciada en administración. Para ello se le invita a participar en una encuesta que le tomara 10 minutos de su tiempo.

Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpir en cualquier momento sin que ello 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 mi persona al teléfono 929115282 se desea, también podrá escribir al correo motayulissa37@gmail.com.pe, también a la docente estrada@uladech.edu.pe, para recibir mayor información. Asimismo para consultas sobre aspecto éticos, puede comunicarse con el comité de ética de la investigación de la universidad católica los Ángeles de Chimbote.

Nombre: MENDOZA DIAZ MICHEL

Fecha: 19-10-2020

Correo electrónico: mendoza0@gmail.com

Firma del participante: [Firma manuscrita]

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



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE
PROTOCOLO DE CONSETIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTA

(ciencias sociales)

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

La presente investigación se titula: Propuesta de mejora de la atención al Cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos del distrito de Casma, 2020 y dirigido por Huanchaco Mota, Anali Yulissa investigador de la Universidad Católica Los Ángeles De Chimbote.

El propósito de la investigación es para obtener el título profesional de licenciada en administración. Para ello se le invita a participar en una encuesta que le tomara 10 minutos de su tiempo.

Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpir en cualquier momento sin que ello 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 mi persona al teléfono 929115282 se desea, también podrá escribir al correo mofayulissa17@hotmail.com.pe, también a la docente estrada@uladech.edu.pe, para recibir mayor información. Asimismo para consultas sobre aspecto éticos, puede comunicarse con el comité de ética de la investigación de la universidad católica los Ángeles de Chimbote.

Nombre: MARTINES LOPEZ

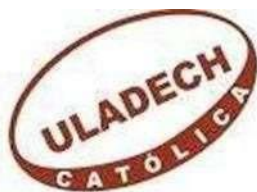
Fecha: 19-10-2020

Correo electrónico: lopez14@gmail.com

Firma del participante: [Firma]

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

Anexo 5: Instrumento de recolección de datos



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

El presente cuestionario tiene como finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación titulado:: Propuesta de mejora de la atención al Cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos del distrito de casma, 2020. Para obtener El título de licenciada en administración. Se le agradece anticipadamente la información que usted proporcione

I.GENERALIDADES

1.1 Referente a los representantes de las micro y pequeñas empresas.

Edad

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

Genero

- a) Masculino
- b) Femenino

Grado de instrucción

- a) Sin instrucción
- b) Educación básica
- c) Superior no universitaria
- d) Superior universitaria

Cargo que desempeña

- a) Dueño
- b) Administrador

Tiempo que desempeña en el cargo

- a) 0 a 3 años
- b) 4 a 6 años
- c) 7 a más años

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

Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro

- a) 0 a 3 años
- b) 4 a 6 años
- c) 7 a más años

Número de Trabajadores

- a) 1 a 5 trabajadores
- b) 6 a 10 trabajadores
- c) 11 a más trabajadores.

Las personas que trabajan en su empresa son:

- a) Familiares
- b) Personas no familiares.

Objetivo de creación

- a) Generar ganancia
- b) Subsistencia

1.3 Referente a las técnicas administrativas: atención al cliente

¿Conoce el termino atención al cliente?

- a) Si
- b) No
- c) Tengo cierto conocimiento.

¿Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes?

- a) Si
- b) No
- c) A veces

¿Cree que la atención al cliente es fundamental para que éste regrese alestablecimiento?

- a) Si
- b) No

Herramientas que utiliza para un servicio de calidad.

- a) Comunicación de los servicios que ofrecemos
- b) Confianza al cumplir con lo prometido
- c) Retroalimentación o feedback
- d) Ninguno

¿Principales técnicas que utiliza para mejorar la calidad del servicio que brinda?

- a) Atención personalizada
- b) Rapidez en la entrega de los productos
- c) Instalación del local moderno
- d) Ninguna

La atención que brinda a los clientes es:

- a) Buena
- b) Regular
- c) Malo

¿Porque considera usted que se está dando una mala atención al cliente?

- a) No tiene suficiente personal.
- b) Por una mala organización de los trabajadores.
- c) Si brindan una buena atención al cliente.

¿Qué resultados ha logrado brindando una buena atención al cliente?

- a) Clientes satisfechos
- b) Fidelización de los clientes
- c) Posicionamiento de la empresa
- d) Incremento en las ventas.

1.4 Referente a la gestión de calidad

18). ¿Se suele realizar periódicamente una evaluación del servicio para detectar los posibles problemas que se presentan al atender al público?

- a) Nunca
- b) Casi nunca
- c) a veces
- d) Casi siempre
- e) Siempre

19) ¿Se estudia periódicamente la situación actual de la empresa a fin de conocer el nivel de competitividad de la empresa?

- a) Nunca
- b) Casi nunca
- c) a veces
- d) Casi siempre
- e) Siempre

20) ¿Suele analizar las causas potenciales que normalmente afectan la calidad del servicio de su empresa?

- a) Nunca
- b) Casi nunca
- c) a veces
- d) Casi siempre
- e) Siempre

21). ¿Sabe cómo realizar un plan para mejorar y solucionar los problemas que se encuentren en la atención que brinda al cliente?

- a) Sí
- b) Mas o menos
- c) No

22) ¿Sabe cómo evaluar los resultados de sus colaboradores, en términos de calidad?

- a) Sí
- b) Mas o menos
- c) No

23) ¿Una vez encontrado los problemas en la organización suelen utilizar estrategias para evitar que dichos problemas sean recurrentes?

- a) Nunca
- b) Casi nunca
- c) a veces
- d) Casi siempre
- e) Siempre

24) ¿Suelen tener documentados los procedimientos de las tareas y actividades de atención al cliente en la empresa, a fin de tener una evaluación de su cumplimiento?

- a) Sí
- b) A veces
- c) No

25) A fin de tener un cultura de calidad en la gestión, ¿suelen planificar los futuros procesos de evaluación de la calidad de atención de la empresa?

- a) Nunca
- b) Casi nunca
- c) a veces
- d) Casi siempre
- e) Siempre

Anexo 6: Validación de instrumentos de recolección de datos

INFORMES DE OPINION DE EXPERTOS DEL ~STRUMENTOS DE
:NVESTIGACION

L DATOS GENERALES

1.1 Apellidos y nombres del informante(experto): Estrada Dias, Elidad Adelia

1.2 Grado academico : Magister en Administracion

1.3 Profesion : Licenciado en Administracion

1.4 Institucion donde labora : Univeridad Catolica De Chimbote

1.5 Cargo que desempeña: Docente

1.6 Denominacion del instrumento: Cuestionario de atencion al cliente y gestion de calidad.

1.7 Autor del instrumento: Huanchaco Mota, Anali Yulissa

1.8 Carrera: Administracion

II Validacion:

Iteras correspondientes al instrumento

N° de Item	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimension de la variable	No	El ítem contribuye a medir el indicador planeado	No	El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorias establecidas	No	
1. Edad							
2. Genero	X		X		X		
3. Grado de instruccion:	X		X		X		
4. Cargo que desempeña	X		X		X		
5. Tiempo que desempeña en el cargo	X		X		X		
6. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro	X		X		X		
7. Número de Trabajadores	X		X		X		
8. Las personas que trabajan en su empresa	X		X		X		
9. Objetivo de creación	X		X		X		

10. ¿Conoce el termino atención al cliente?	X		X		X		
11. ¿Cree que la atención al cliente es fundamental para que éste regrese al establecimiento?	X		X		X		
12. ¿Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes?	X		X		X		
13. ¿Herramientas que utiliza para un servicio de calidad?	X		X		X		
14. ¿Principales técnicas que utiliza para mejorar la calidad del servicio que brinda?	X		X		X		
15. ¿Porque considera usted que se está dando una mala atención al cliente?	X		X		X		
16. ¿Qué resultados ha logrado brindando una buena atención al cliente?	X		X		X		
17. ¿La atención que brinda a los clientes?	X		X		X		
18). ¿Se suele realizar periódicamente una evaluación del servicio para detectar los posibles problemas que se presentan al atender al público?	X		X		X		
19) ¿Se estudia periódicamente la situación actual de la empresa a fin de conocer el nivel de competitividad de la empresa?	X		X		X		

20) ¿Suele analizar las causas potenciales que normalmente afectan la calidad del servicio de su empresa?	X		X		X		
21) ¿Sabe <u>como</u> realizar un plan para mejorar y solucionar los problemas que se encuentren en la atención que brinda al cliente?							
22) ¿Sabe <u>como</u> evaluar los resultados de sus colaboradores, en términos de calidad?	X		X		X		
23) ¿Una vez encontrado los problemas en la organización suelen utilizar estrategias para evitar que dichos problemas sean recurrentes?	X		X		X		
24) ¿Suelen tener documentados los procedimientos de las tareas y actividades de atención al cliente en la empresa, a fin de tener una evaluación de su cumplimiento?	X		X		X		
25) A fin de tener un <u>cultura</u> de calidad en la gestión, ¿suelen planificar los futuros procesos de evaluación de la calidad de atención de la empresa?	X		X		X		



Estrada Diaz, Elida Adelia
CLAD: N° 14640

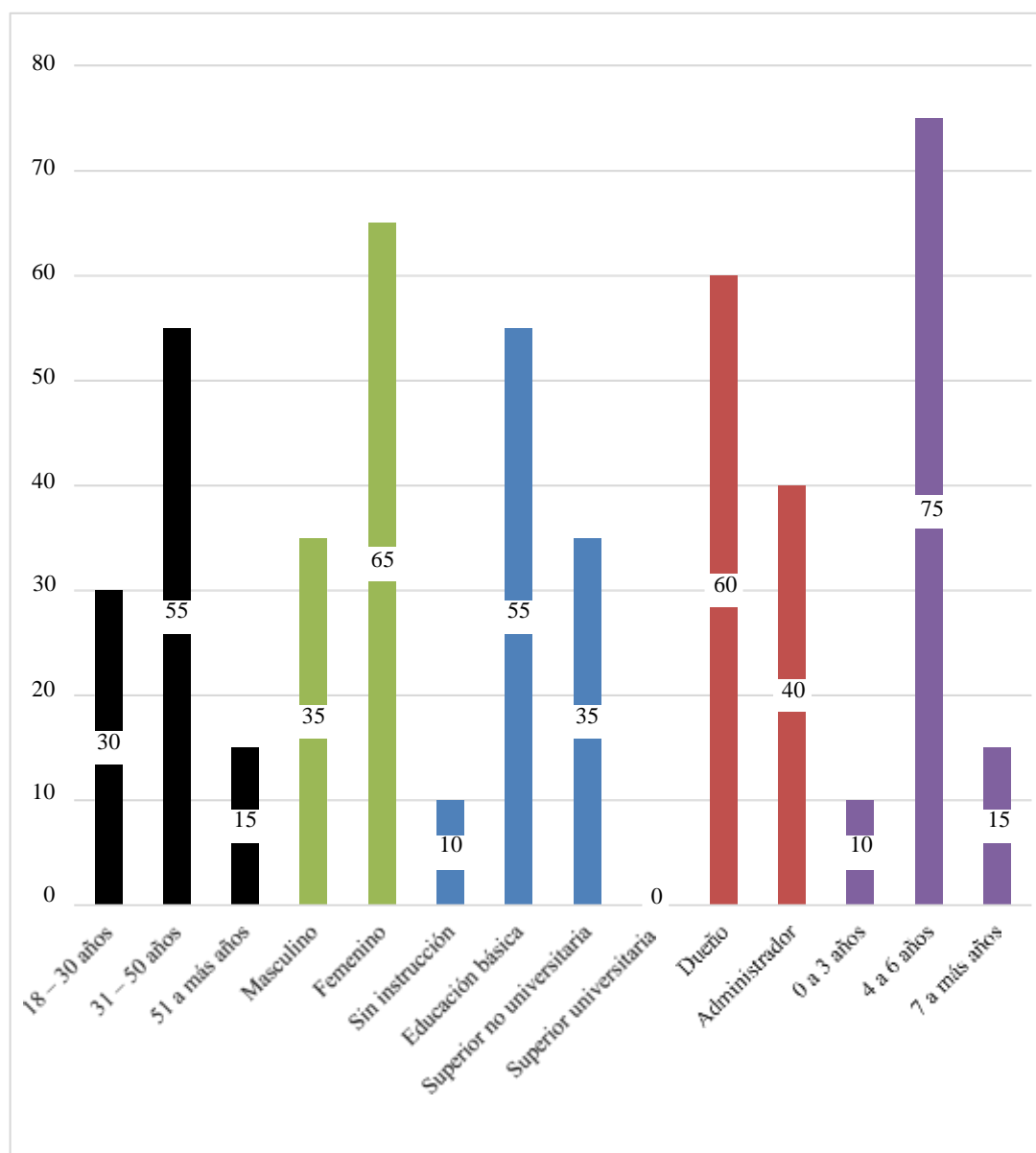
Anexo 7 : Hoja de tabulación

Encuestado	Preguntas																								
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P12	P11	P13	P14	P16	P17	P15	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24	P25
1	2	1	2	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	3	2	3	2	1	3	3	3
2	2	1	2	1	2	2	2	1	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2	3	3	1	1	3	2	2
3	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	1	2	3	1	1	2	2	1	3	2	2	2	3	1	3
4	2	2	2	1	2	2	2	1	1	2	1	2	4	1	2	2	2	3	3	2	1	2	3	3	2
5	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	3	4	1	2	2	2	2	3	3	2	1	3	2	2
6	1	2	2	1	2	2	2	2	1	2	2	3	2	1	2	2	2	3	3	2	1	1	3	2	2
7	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	3	4	1	1	1	2	2	3	2	2	1	3	1	3
8	1	2	2	1	2	2	2	2	1	2	2	3	3	3	2	4	1	2	3	2	2	2	3	1	3
9	2	2	2	1	2	2	2	2	1	2	2	3	3	3	2	4	1	2	2	2	3	1	4	2	2
10	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	4	1	2	3	3	1	2	4	2	2
11	1	2	3	2	2	2	2	1	1	2	2	2	4	3	2	4	1	3	2	2	1	1	2	2	1
12	2	1	3	1	2	2	2	1	1	2	2	1	4	3	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2
13	1	1	3	2	2	2	2	1	1	1	2	2	4	3	2	3	2	3	3	2	1	3	2	1	2
14	3	1	3	2	3	3	2	1	1	1	1	1	4	3	1	3	2	2	2	3	2	2	2	2	3
15	3	1	3	2	3	3	2	1	2	1	1	3	4	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	1	3
16	3	2	3	2	1	3	2	1	2	1	1	3	2	2	2	3	2	2	3	2	1	1	3	1	3
17	1	2	3	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2	3	2	2	1	1	2	1	3
18	2	2	1	1	2	1	2	1	2	2	1	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	1	3	1	3
19	2	2	2	2	3	1	2	1	1	2	1	1	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	1	3
20	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	4	2	2	2	2	2	3	3	2	1	2	1	3

Anexo 8: figuras

Figura 1

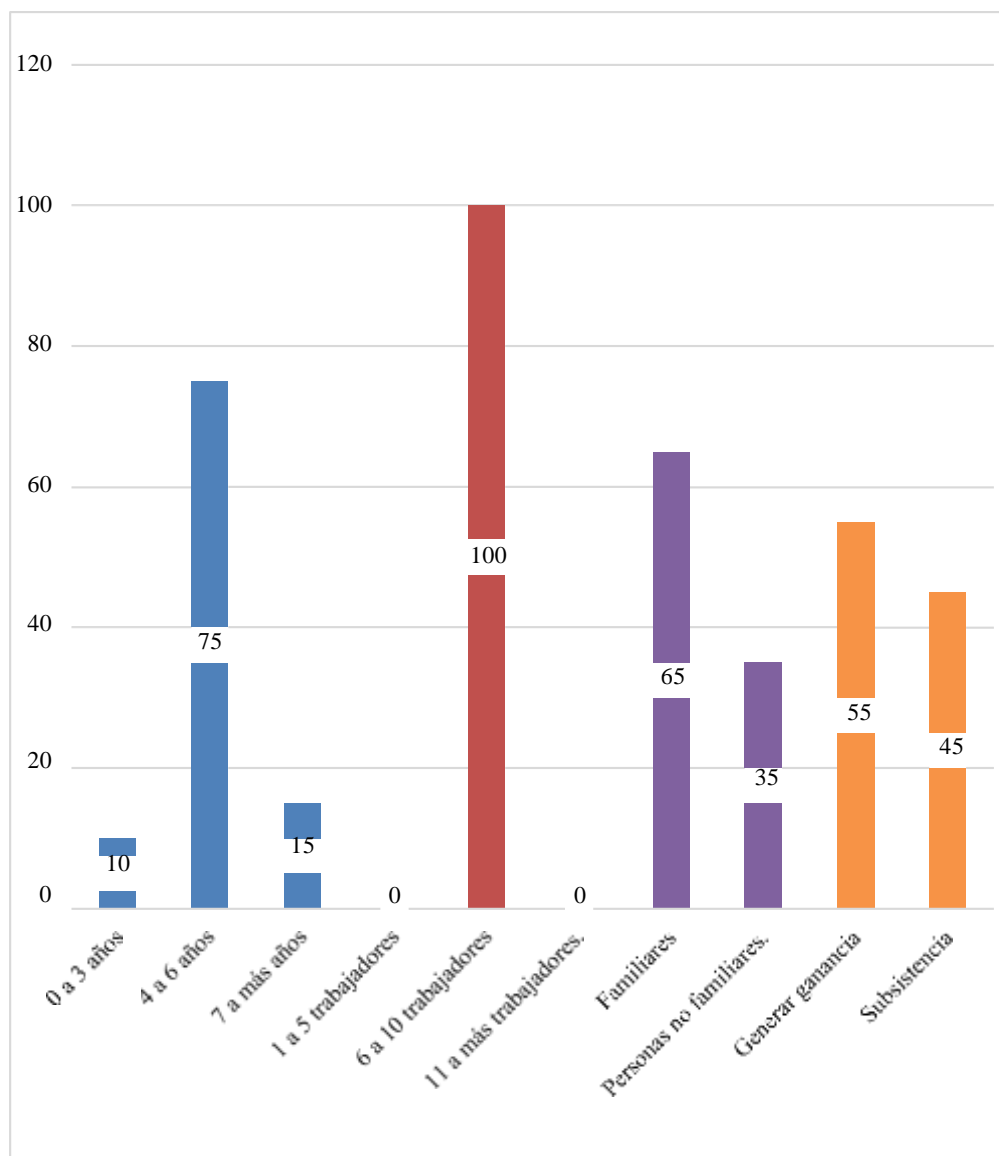
Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos del distrito de Casma, 2020.



Nota. Figura elaborada en base a la tabla 1.

Figura 2

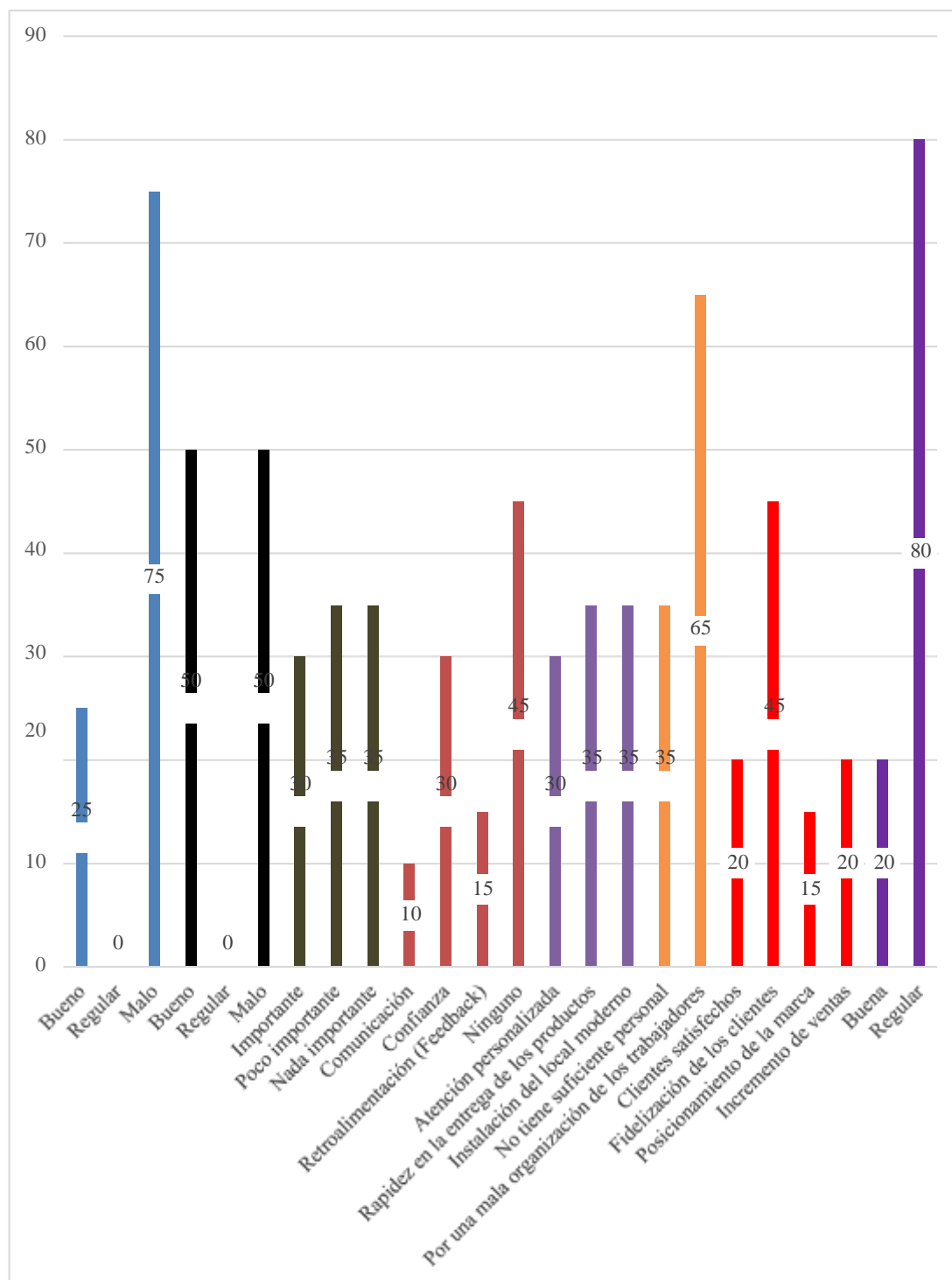
Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubrorestaurantes de productos hidrobiológicos del distrito de Casma 2020.



Nota. Figura elaborada en base a la tabla 2.

Figura 3

Características de la atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos del distrito de Casma, 2020.



Nota. Figura elaborada en base a la tabla 3.

TURNITIN 2

INFORME DE ORIGINALIDAD

5%

INDICE DE SIMILITUD

5%

FUENTES DE INTERNET

4%

PUBLICACIONES

0%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1

repositorio.uladech.edu.pe

Fuente de Internet

5%

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias < 4%

Excluir bibliografía

Activo