



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA
ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN

PROPUESTA DE MEJORA DEL SERVICIO AL
CLIENTE PARA LA GESTIÓN DE LA CALIDAD DE LA
MYPE RUBRO RESTAURANT CASO – RESTAURANT
BROASTERIA ALESSANDRO EN EL DISTRITO DE
AMBO, HUÁNUCO, 2021

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN

AUTORA

ZAMBRANO ORIZANO, THELMA ADELINA
ORCID: 0000-0002-1479-0942

ASESORA

Mgtr. ESTRADA DIAZ, ELIDA ADELIA
ORCID: 0000-0001-9618-6177

CAÑETE – PERÚ

2023

EQUIPO DE TRABAJO

AUTORA

Zambrano Orizano, Thelma Adelina

ORCID: 0000-0002-1479-0942

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Cañete, Perú

ASESORA

Mgtr. Estrada Diaz, Elida Adelia

ORCID: 0000-0001-9618-6177

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

JURADO

Mgtr. Canchari Quispe, Alicia

ORCID: 0000 0001 6176 191

Mgtr. Rosillo de Purizaca, Maria del Carmen

ORCID: 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 191
Presidente

Mgtr00. Rosillo de Purizaca, Maria del Carmen
ORCID: 0000 0003 2177 5676
Miembro

Mgtr. Limo Vásquez Miguel Ángel
ORCID: 0000-0002-7575-3571
Miembro

Mgtr. Estrada Diaz, Elida Adelia
ORCID: 0000-0001-9618-6177
Asesor

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Católica los
Ángeles de Chimbote por las
enseñanzas brindadas durante mis
años de educación universitaria y
que hoy en día me permiten ser
una profesional. Así como también
a cada uno de mis docentes que
con esfuerzo y esmero guiaron mis
pasos dentro de la universidad.

Debo agradecer de manera
especial y sincera al Mgtr. Estrada
Díaz, Elida Adelia por haberme
guiado en la elaboración de esta
tesis, bajo su dirección, su
confianza, su capacidad y apoyo
invaluable, por guiar mis ideas, no
solamente en el desarrollo de esta
tesis, sino también en mi
formación como investigadora.

DEDICATORIA

Al Padre Celestial

Por su apoyo espiritual y fortaleza incondicional, quién guía día a día por el buen camino brindándome la sabiduría y coraje para seguir logrando mis metas.

A mis padres

Por ser las personas que me ha acompañado durante toda mi vida y a un más en mi etapa universitaria y haberme apoyado con sus sabios consejos, sus valores, la motivación constante que me ha permitido ser una persona de bien y sobre todo por su amor incondicional.

A mi hija

Por ser la razón de sentirme tan orgullosa de culminar mi meta, por su apoyo y respaldo en este trayecto profesional.

Gracias a ellos por confiar siempre en mí.

INDICE DE CONTENIDO

1. Caratula.....	i
2. Equipo de Trabajo... ..	ii
3. Jurado evaluador y asesor.....	iii
4. Agradecimiento y/o dedicatoria	vi
5. Índice de Contenido.....	viii
6 . Índice tablas y figuras.....	vii
7. Resumen y abstract.....	xi
I. Introducción.....	1
II. Revisión de la literatura	5
2.1. Antecedentes.....	5
2.2. Bases teóricas.....	15
III. Hipótesis.....	26
IV Metodología	27
4.1. Diseño de la investigación.....	28
4.2. Población y muestra	28
4.3. Definición y operacionalizacion de las variables e indicadores... ..	30
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	32
4.5. Plan de análisis.....	32
4.6. Matriz de consistencia... ..	33
4.7. Principios éticos.....	34
V. Resultados... ..	36
5.1. Resultados.....	42
5.2. Análisis de los resultados... ..	42
VI. Conclusiones... ..	50
VII. Recomendaciones.....	52
Referencias bibliográficas... ..	63
Anexos	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Características del servicio al cliente para la gestión de la calidad de la Mype rubro restaurante caso – restaurante broasteria Alessandro del distrito de Ambo – Huánuco 2021.	35
Tabla 2 Características de la gestión de calidad de la Mype rubro restaurante caso – restaurante broasteria Alessandro del distrito de Ambo – Huánuco 2021. Elaborar la propuesta de mejora del servicio al cliente para la gestión de calidad de la Mype rubro restaurante caso – restaurante broasteria Alessandro del distrito de Ambo – Huánuco 2021... ..	35
Tabla 3 Propuesta de mejora del servicio al cliente para la gestión de calidad de la Mype rubro restaurante caso – restaurante broasteria Alessandro del distrito de Ambo – Huánuco 2021... ..	35

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. La vestimenta del personal tiene una apariencia pulcra	78
Figura 2. Los ambientes físicos de la empresa son visualmente atractivas	78
Figura 3. Los elementos de material de información son visualmente atractivo	79
Figura 4. Los empleados están siempre dispuesto a dar Información de los servicios que ofrece la empresa	79
Figura 5. Los empleados ofrecen rapidez del servicio	80
Figura 6. Usted se siente seguro y mantiene credibilidad de los servicios.....	80
Figura 7. El comportamiento de los empleados transmite confianza.....	81
Figura 8. Los empleados siempre cumplen lo que prometen a los clientes.....	81
Figura 9. Los empleados muestran interés por solucionar problemas del servicio prestado.....	82
Figura 10. La empresa muestra comprensión por sus clientes.....	82
Figura 11. La empresa ofrece una atención personalizada a sus clientes.....	83
Figura 12. Usted establece metas de calidad para su empresa.....	83
Figura 13. Usted Identifica la necesidades de sus clientes.....	84
Figura 14. Usted planifica las características de sus productos.....	84
Figura 15. Usted cuenta con un método para medir el desempeño real.....	85
Figura 16. Usted tiene Unidades de medida para el desarrollo de su producto.....	85
Figura 17. Usted siempre está dispuesto al mejoramiento de la calidad.....	86
Figura 18. Usted diagnostica las causas cuando sale mal sus producto.....	86
Figura 19. Usted realiza propuesta de mejora para tener mejor calidad.....	87

RESUMEN

Las Mypes en el rubro restaurantes juega un rol muy importante en el desarrollo económico de nuestro país, por ello, es necesario conocer y reconocer el servicio al cliente y gestión de la calidad para crear mayor rentabilidad y sostenibilidad en las Mypes y como objetivo general: Describir la propuesta de mejora del servicio al cliente para la gestión de calidad de la Mype rubro restaurant caso – restaurant broasteria Alessandro en el distrito de Ambo - Huánuco 2021. se utilizó una metodología de diseño no experimental- transversal- descriptivo- de propuesta, con una población de 50 clientes del restaurante broasteria Alessandro del distrito de Ambo utilizando como técnica la encuesta un cuestionario estructurado en base de 19 preguntas con alternativas o puntos tipo Likert; respecto a las variables de estudio fue dirigida a los clientes, los empleados están siempre dispuestos a dar información de los servicios que ofrece el restaurante broasteria Alessandro, obteniendo los siguientes resultados: el 70% indican muy pocas veces, el 12% algunas veces, el 14% indican casi siempre y el 4% indica siempre; los empleados ofrecen rapidez del servicios el 68% indican algunas veces, el 6% casi siempre, el 26% indican siempre, concluyendo que no existe una buena planificación para la atención de los clientes; por lo que se logra la satisfacción requerida.

Palabras clave: gestión de calidad, planificación, satisfacción al cliente.

ABSTRACT

Mypes in the restaurant industry play a very important role in the economic development of our country, therefore, it is necessary to know and recognize customer service and quality management to create greater profitability and sustainability in Mypes and as a general objective: Describe the proposal to improve customer service for quality management of the Mype category restaurant case - restaurant broasteria Alessandro in the district of Ambo - Huánuco 2021. A non-experimental-transversal-descriptive-proposal design methodology was used, with a population of 50 customers of the Alessandro broasteria restaurant in the Ambo district using a structured questionnaire based on 19 questions with alternatives or Likert-type points as a survey technique; Regarding the study variables, it was addressed to customers, employees are always willing to provide information on the services offered by the Alessandro broasteria restaurant, obtaining the following results: 70% indicate very rarely, 12% sometimes, the 14% indicate almost always and 4% indicate always; Employees offer speedy services, 68% indicate sometimes, 6% almost always, 26% always indicate, concluding that there is no good planning for customer service; so that the required satisfaction is achieved.

Keywords: quality management, planning, customer satisfaction.

I. INTRODUCCIÓN

La presente tesis surge por motivos de una inestable gestión de calidad en la meta por alcanzar la satisfacción del cliente en la MYPE– Restaurante Broasteria Alessandro en el distrito de Ambo – Huánuco, por cual se determinó la propuesta de mejora del servicio al cliente para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas en el rubro restaurante caso – restaurante broasteria Alessandro del distrito de Ambo - Huánuco

En el mundo las Mypes presentan problemas en la gestión de calidad y la satisfacción al cliente, la gestión de la calidad en la actualidad es indispensable dentro de una organización, por sus múltiples funciones, dentro de ella alcanzar la satisfacción de los clientes, que brinde un continuo servicio óptimo y mejorado debe ser el objetivo, al respecto Chacón y Rugel (2018) menciona que: la cultura y la calidad total del continuo mejoramiento son aquellas metas organizacionales el cual nos permite dar o brindar mayor satisfacción al cliente o usuario del sistema o servicio, en el marco del contexto de su política organizacional. Una implantación del Modelo de la Calidad es un factor transformador en el cual se otorga el valor agregado a los servicios, con un impacto con el mejoramiento continuo, asimismo con la eficiencia organizacional, reingeniería y control de procesos, recursos óptimos, alto nivel del desempeño y productividad, creatividad.

En el Perú las Mypes en el sector servicio; poseen un destacable comportamiento dentro de la economía, sin embargo, conllevan muchos problemas como la falta de una adecuada gestión de calidad que ayude a alcanzar la satisfacción de los clientes, esto adicionado a otras problemáticas de nunca acabar hacen que las MYPE fracasen en menos de un año reflejando una alta mortandad. Dentro del sector

servicio existen muchas Mypes dedicadas al rubro restaurantes es decir a brindar servicios en un local, estas Mypes no logran alcanzar la satisfacción de los clientes por la inadecuada gestión de calidad, muchas veces por falta de conocimiento y falta de dedicación; adicionado a la poca importancia de las mismas, es así que a nivel nacional este sector y rubro necesitan la atención y capacitación respecto a la calidad como gestión para mejorar la satisfacción de sus clientes, al respecto Chacón y Rugel (2018) menciona que, es importante conocer sobre teorías de la calidad; las evoluciones hacia el modelo de una mejora continua, y su coincidencia en el sistemas de gestión de la calidad. Conocer la importancia de las certificaciones de calidad, en las distintas instituciones o empresas productoras de servicios y bienes, como un factor o valor agregado que nos permita incrementar el nivel de satisfacción de los usuarios o cliente finales.

Como también en la región Huánuco se cuenta con innumerables Mype y el sector servicio no es la excepción, asimismo en el distrito de Ambo se observa un significativo crecimiento de este sector, dentro del distrito se encuentra la Mype restaurante broasteria Alessandro del distrito de Ambo - Huánuco tiene dos años en el mercado empresarial, por ende hay muchos aspectos por mejorar; para alcanzar sus objetivos, es así que refleja algunos problemas en cuanto del servicio para la gestión de calidad que a continuación se describe: existen dificultades en el diseño y ejecución de los procesos del servicio del cliente, no cuenta con una gestión de rendimiento empresarial, debido a que lo manejan sin apoyo profesional por cual no obtienen concretas ventajas competitivas; por todos esos motivos no alcanzan la satisfacción plena de sus clientes, cabe resaltar que se percibe el esfuerzo por alcanzar objetivos de satisfacción pero su gestión de calidad es definitivamente

inadecuada y no permite tener un control para la mejora continua, al respecto Durán (2019) menciona que: la gestión de calidad es el conjunto de acciones, planificadas y sistemáticas, que son necesarias para proporcionar la confianza adecuada de que un producto o servicio va a satisfacer los requisitos dados sobre la calidad, en ese contexto se propuso el enunciado siguiente de problema: ¿Cuál es la propuesta de la mejora del servicio al cliente para la gestión de localidad de la Mype rubro restaurante caso – restaurante broasteria Alessandro del distrito de Ambo - Huánuco 2021?; con la finalidad de dar solución a lo indicado, se planteó como objetivo general: Describir la propuesta de mejoras del servicio al cliente para la gestión de localidad de la Mype rubro restaurante caso – restaurante broasteria Alessandro del distrito de Ambo - Huánuco 2021.

Para dar cumplimiento al objetivo general se determinaron tres objetivos específicos:

Describir las características del servicio al cliente de la Mype rubro restaurante caso – restaurante broasteria Alessandro en el distrito de Ambo - Huánuco 2021.

Describir las características de la gestión de calidad de la Mype rubro restaurante caso – restaurant broasteria Alessandro en el distrito de Ambo - Huánuco 2021.

Elaborar una propuesta de mejora del servicio al cliente para la gestión de calidad de la Mype rubro restaurante caso – restaurante broasteria Alessandro en el distrito de Ambo - Huánuco 2021

La presente Tesis se justifica teóricamente porque estudio las variables, servicio al cliente y la gestión de la calidad en el cual es de mucha importancia, por cuanto se deja material útil de consulta en conocimiento para los profesionales, micro y medianos empresarios, público en general y a los alumnos de la Universidad los Ángeles de Chimbote-ULADECH, como base de consulta e información para las

futuras investigaciones similares, metodológicamente se justifica porque permite difundir el estudio de investigaciones de un tipo cuantitativo como aporte a su difusión en la tendencia de estudios de caso, por último nos permite en calidad de alumno ampliar mis conocimientos en gestión de calidad y satisfacción del cliente, asimismo, nos permitirá obtener el grado de licenciado en administración.

En cuanto la investigación fue de diseño no experimental- transversal- descriptivo - de propuesta, la población fue los clientes del restaurante y broasteria Alessandro contando con 50 clientes como muestra. Se describió las características y definiciones de las variables y con apoyo de la estadística se realizó las tablas y cuadros, el diseño es descriptivo no experimental por cuanto la información se recolectó y se encontró en las fuentes de información documental - bibliográfica sin modificar o alterar las variables. Para el recojo de información se utilizó como técnica de la encuesta y el instrumento del cuestionario, que consta de 19 preguntas con alternativas o puntos tipo Likert respecto a las variables de estudio fue dirigida a los clientes restaurante caso – restaurante broasteria Alessandro del distrito de Ambo - Huánuco, como resultado se obtuvo que un 70% de los encuestados indican que los trabajadores muy pocas veces están dispuestos a dar información de los servicios que ofrece la empresa, así como también un 68% del total de los clientes encuestados indican que los empleados algunas veces ofrecen rapidez en el servicio y un 100% de los encuestados indicaron que no cuenta con un método para medir el desempeño real de los trabajadores, y se concluye que en el estudio realizado ciertas debilidades con referencia a la variable del servicio al cliente se encontró en un mayor porcentaje que los empleados no ofrecen una rapidez en el servicio, ni ofrecen una atención personalizada y rápida a los clientes, para ello es muy importante tener

en cuenta que la manera en que se atiende al cliente permitirá que su sentimiento de lealtad permanezca, así mismo la Broasteria Alessandro” no planifica las características de calidad, como también no identifican las necesidades de los clientes.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. Antecedentes

Antecedentes Internacionales

Variable 1. Servicio al cliente

Heinz (2019) en su tesis: *“propuesta de estrategias para mejorar la atención y el servicio al cliente en el restaurante Rosita ubicado en la ciudad de Guayaquil 2019”* La atención y servicio al cliente es uno de los aspectos más importantes a cuidar dentro de las empresas dedicadas al servicio de alimentación. El restaurante Rosita se encuentra ubicado en el norte de Guayaquil, y presenta deficiencias respecto al manejo de toma y despacho de pedidos en las horas pico y fines de semana, sumando a esto la presencia de competencia cercana y problemas debido a la poca visibilidad del local. Como objetivo principal de la investigación es proponer estrategias para el mejoramiento de los procesos productivos, la calidad del servicio en atención al cliente del restaurante Rosita, ubicado en la ciudad de Guayaquil su metodología que aplico fue el proceso mixto, el cual se encuentra enfocado en estudiar los fenómenos, desde un ambiente natural donde los individuos puedan desenvolverse con espontaneidad a través de los datos cualitativos y recolectar datos cuantitativos que permitan mejorar la interpretación de los resultados Los métodos de investigación utilizados son: La observación y el método cualitativo mixto concurrente A través de la evaluación de la percepción del servicio al cliente por medio del modelo SERVQUAL se determinaron las oportunidades de mejora en los

momentos de más afluencia de clientes, además de otros aspectos como la infraestructura y la falta uniformes del personal del restaurante. Obteniendo como Conclusiones. El modelo SERVQUAL aplicado en la presente investigación permitió identificar y valorar la percepción de la calidad del servicio al cliente del restaurante Rosita, además de mostrar las demás áreas que para los clientes muestran deficiencias que deben ser corregidas y que les generan algún tipo de malestar con respecto a su percepción del servicio al cliente.

Choes (2020) “*La gestión de la calidad y el servicio al cliente como factor de competitividad en las empresas de servicios – Ecuador*” en sus tesis tiene como objetivo analizar la gestión de calidad, su relación con el servicio al cliente y detalla los efectos positivos que pueden manifestarse en las empresas con la implementación de estas variables como factores de competitividad. La gestión de la calidad es considerada una filosofía de trabajo y no una estructura definida en la organización sino como una forma de trabajo interiorizada en cada persona que da servicio a un cliente no importa si es interno o externo. El éxito de una empresa depende en esencia de la demanda de sus clientes, que tiene el propósito de incidir de forma positiva en la gestión de la calidad, su hecho y éxito en empresas de servicios. La metodología empleada está sustentada en el enfoque cualitativo para realizar exploración documental-bibliográfica sobre el tema. Los resultados obtenidos expresan de forma clara y precisa como la gestión de calidad puede ser conceptualizada según la perspectiva de los autores como un proceso, un sistema, una estrategia, una necesidad, entre otros. Se concluye después de lograr la sistematización sobre el tema, que la gestión de la calidad en la actualidad se ha convertido en un instrumento indispensable para las empresas de servicio y para

alcanzarla deben sortear obstáculos externos e internos para satisfacer las demandas de las personas y juega un rol preponderante en el mantenimiento de la organización en el mercado de los negocios de tal manera que se cree una filosofía de servicio que busque superar las perspectivas de los clientes.

Variable 2. Gestión de Calidad

Chacón y Rugel (2018) en su tesis titulada: “*Revisión Teorías, Modelos y Sistemas de Gestión de Calidad*”. Tuvo como objetivo: “determinar el impacto de la implementación del mejoramiento continuo de la calidad a través de la compilación de diferentes estudios realizados a nivel mundial”. La metodología utilizada fue de tipo cualitativo, nivel descriptivo de revisión sistemática, diseño no experimental, llegando a las siguientes conclusiones: la calidad demostrada o dada tiene una influencia en la satisfacción del cliente o usuario, en cuanto a la fidelidad con el servicio o un producto, mientras la percepción sea un juicio duradero, en el cumplimiento expresivo o estándar preconcebida. La calidad tiene que ser diseñada, elaborada, por medio de una implantación o cambio de una cultura organizacional, transformándose en un modelo técnico procedimental, sino en un modelo estándar mental orgánico para adquirir la excelencia, cabe indicar que la excelencia no se limita para cumplir con los requisitos, más por el contrario es ir más allá, de ese modo las esferas tomadas para la calidad precisan un impacto positivo en nuestra productividad, rentabilidad y sostenibilidad corporativa, con ello se minimiza los impactos ambientales organizacionales a su vez los riesgos laborales. La calidad del servicio mejora nuestra posición y nivel competitiva del mercado cambiante tanto internacional como local, cabe indicar que dicha posición o nivel establece el éxito corporativo de una marca, empresa o institución a nivel mundial, la investigación

citada será de utilidad para conocer la importancia de la gestión de calidad debe ser bien aplicada para que influya positivamente en la satisfacción del cliente.

Vallejo (2018) en su tesis titulada: “*Propuesta de un sistema de gestión de la calidad basado en la norma internacional ISO 9001:2015 en la empresa DST Academy*”. Tuvo como objetivo general: Diseñar un sistema de gestión de la calidad basado en la norma internacional ISO 9001:2015 en la empresa DST Academy. La metodología utilizada fue de tipo cualitativo, nivel explicativo, documental, diagnóstico y de diseño no experimental, llegando a las siguientes conclusiones: Que el desarrollo de una política de calidad para el sistema de gestión de la calidad, así como el alcance del mismo, permite enfocar, dar cumplimiento, orientar a todo el desarrollo, ejecución de los procesos y/o actividades llevadas a cabo por la empresa. La investigación citada será de utilidad para realizar un análisis comparativo sobre la variable independiente: gestión de calidad y relacionar si la MYPE en estudio cumple con los procedimientos de una buena gestión de calidad.

García y Rizzo (2018) en su tesis titulada: “*Diseño del sistema de gestión de calidad de la empresa Fiorentino´s Pudding según la norma internacional ISO 9001 y su alineación con el decreto 3075 de 1997 (BPM)*”. Tuvo como objetivo general: Diseñar la estructura del Sistema de Gestión de Calidad de la empresa Fiorentino´s Pudding basados en la Norma Internacional ISO 9001:2015 y su alineación con los puntos que el decreto 3075 de 1997 aporta para el cumplimiento básico requerido en inocuidad para su posterior implementación. La metodología utilizada fue de tipo cualitativa, nivel descriptivo y de diseño no experimental – descriptivo, llegando a las siguientes conclusiones: Este proyecto consistió en el diseño de un Sistema de Gestión de Calidad bajo la norma ISO 9001:2015 y su alineación con el decreto 3075

de 1997 para la empresa FIORENTINO'S PUDINNG, Considerando la necesidad de adoptar medidas que garanticen la calidad, optimicen costos y creen una imagen de la empresa favorable en el mercado, dejando atrás las prácticas que pudieren ser desfavorables para la organización y buscando la mejora continua. La investigación citada será de utilidad para determinar mediante un análisis comparativo si la MYPE en estudio cumple con el proceso de calidad en el servicio que brinda.

Montoya (2018), en la tesis titulada: *“Sistema de gestión de la calidad como factor de desarrollo organizacional en las Pymes del sector comercial de compra – venta de cacao de la Ciudad de Milagro”*. Con el que opto su Título de Ingeniero Comercial. El objetivo general es determinar la importancia de implementar un sistema de gestión de la calidad como factor de desarrollar en la MYPES en el sector comercial rubro compra – venta de cacao de la Ciudad de Milagos. Del mismo modo la metodología que fue aplicada es enfoque cualitativo, del tipo exploratorio, descriptivo. Tuvo una población de individuos evaluados sobre desarrollo de investigación. Resultados dieron que las PYMES no tienen un sistema de gestión de calidad, el cual afecta el desarrollo de los procesos, incrementando errores en la calidad y a la vez problemas en el factor dinero, tiempo, y mano de obra. En el cual se concluye que las PYMES implementaran sistema de gestión en calidad, el cual les permitirá ver y mejorar o adecuar y no caer en sus errores y elementos, mejorando los procesos en el producto y servicio. Se indica que el sistema de gestión de calidad es un factor muy importante que permite a las empresas adecuarse según sus necesidades de los clientes, para lograr una mejor rentabilidad.

Antecedentes nacionales

Variable 1. Servicio al cliente

Niño (2019) en su tesis titulada: *“La gestión de calidad en servicio al cliente en comercialización de la MYPE del sector industria rubro textil - caso: confecciones D Manel - del distrito de Chincha alta”*. Tuvo como objetivo general: Determinar las características de La Gestión de Calidad en Satisfacción al Cliente en Comercialización de la MYPE del Sector Industria-Rubro Textil-Caso: Confecciones D´Manel - del Distrito de Chincha Alta. La metodología utilizada fue de tipo cualitativa, nivel descriptivo y de diseño no experimental - descriptivo, llegando a las siguientes conclusiones: Si aplica la Gestión de la calidad en la comercialización de sus productos. Aplica el Marketing online para la comercialización de sus productos. Cuenta con seguridad en cuanto a prevención de riesgos tanto en el taller como en la tienda donde comercializa sus productos. Cuenta con un plan de contingencia en el caso que se presenten dificultades con los productos que comercializa. Se diferencia de la competencia ya que sus productos son de buena calidad, así como en la satisfacción de sus clientes. La investigación citada será de utilidad para comparar mediante un análisis lo importante que es diferenciarse de los competidores para conseguir la satisfacción de los clientes.

Calla (2019) En su tesis: *“Gestión de calidad de servicio al cliente en las pollerías del distrito de Quillabamba la convención departamento de Cusco - 2019”* su objetivo fue describir la calidad del servicio al cliente en las pollerías del distrito de Quillabamba la Convención departamento de Cusco - 2019. Materiales y métodos, la metodología de la investigación es de tipo descriptiva, nivel descriptivo, el diseño es no experimental, la muestra fue de 200 clientes que acuden a las pollerías del

distrito de Quillabamba, se utilizó la técnica de la encuesta, como instrumento el cuestionario Servperf el cual se desarrolló con 22 preguntas. Resultados: La calidad de servicio al cliente es 26.50% de insatisfechos en las pollerías del distrito de Quillabamba, de igual manera el 38.50% de clientes estuvieron insatisfechos en cuestión de los aspectos tangibles, así mismo el 28.50% de clientes respondieron que fueron indiferente con la gestión de calidad en la dimensión fiabilidad de servicio al cliente en las pollerías, sin embargo podemos mencionar que un 38% de cliente estuvieron muy insatisfecho con la gestión de calidad en la capacidad de respuesta de servicio al cliente en las pollerías de Quillabamba, también existe un 32.50% de clientes estuvieron muy insatisfecho en la gestión de calidad en la dimensión seguridad de servicio al cliente en las pollerías, así mismo 32% de clientes estuvieron muy insatisfechos de acuerdo a la empatía. Conclusión: La calidad de servicio al cliente es insatisfechos en las pollerías del distrito de Quillabamba la convención departamento de cusco.

Beltrán (2020) en su tesis titulada *“Propuesta de mejora en la atención al cliente para la gestión de calidad de la Mype del sector comercio, rubro abarrotes, caso: “Bodega Lucerito”, Cañete – 2020”*. Con el Objetivo general Elaborar una propuesta de mejora para la atención de los clientes en la gestión de calidad de la MYPEs sector comercio, del rubro de abarrotes, Caso: “Bodega Lucerito”, Cañete – 2020. Como metodológicamente en un enfoque cuantitativo, diseño no experimental transversal y nivel descriptivo. la población la MYPE, rubro abarrotes “Bodega Lucerito”, se aplicó un cuestionario, técnica de encuesta a 110 clientes frecuentes referente a la atención al cliente: la presente señala que el 38.2% indican totalmente de acuerdo con el buen servicio, el 26.4% indican de acuerdo que la atención es

rápida y oportuna, el 32.7% indican totalmente acuerdo con la eficacia y amabilidad; del cual nos da a entender que hay puntos que mejorar, en cuanto a la capacidad de respuesta, la eficacia y de esa manera mantener satisfechos a sus clientes. En cuanto a la Gestión de Calidad: el servicio el cual brinda la bodega “Lucerito” están considerando como bueno, aplican los procesos adecuado de gestión de la calidad. Se llega a la conclusión que la se referirá a la atención al cliente, con una atención amable, eficiente, rápida para los clientes.

Prado (2022) El presente trabajo de investigación titulada *“Propuesta de mejora del servicio al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro boticas, caso: Medic Pharma E.I.R.L, distrito de Cerro Azul – Cañete, 2020”* tiene como objetivo general: Elaborar la propuesta de mejora del servicio al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro boticas, caso: Medic Pharma E.I.R.L. El alcance de estudio fue a nivel del distrito de Cerro azul. La metodología utilizada en la investigación fue de enfoque cuantitativo, nivel de investigación descriptivo, se utilizó un diseño de investigación transversal – no experimental, para el recojo de información se usó como técnica la encuesta, como instrumento el cuestionario, la muestra 1 estuvo conformada por 368 clientes y la muestra 2 estuvo conformada por 5 trabajadores del área administrativa. Los resultados de la investigación evidenciaron que el 85.00% de los clientes califica que la botica siempre se encuentra limpia cómoda y acogedora, el 77.00% califica que algunas veces el personal está adecuadamente uniformado, el 100.00% califica que el trato es amable y respetuoso, el 70.00% califica que solo algunas veces el personal soluciona los problemas dentro de la botica, el 100.00% de los trabajadores califica que siempre se

evalúa al personal. En conclusión, se elaboró la propuesta de mejora basada en mejorar el servicio hacia el cliente, que consiste en identificar al personal con la empresa para brindar una atención adecuada, estableciendo una política de presentación del personal y también un plan de capacitación, así mismo será importante evaluar a los trabajadores con la finalidad de obtener mejores resultados y brindar una atención de calidad.

Variable 2. Gestión de Calidad

Rebaza (2019) en su tesis titulada: “*Sistema de gestión de calidad ISO 9001, en la satisfacción del cliente de la empresa de transportes Santiago Rodríguez Banda S. A. C. Lima, periodo 2016-2019*”. Tuvo como objetivo general: Analizar la influencia del sistema de gestión de calidad ISO 9001:2015 en la satisfacción del cliente en la empresa de transportes Santiago Rodríguez Banda S. A. C. Lima, periodo 2016- 2019. La metodología utilizada fue de tipo aplicada nivel cuantitativo, diseño no experimental – descriptivo correlacional, llegando a las siguientes conclusiones: El sistema de gestión de calidad ISO 9001:2015 influye en la fase post test en una varianza positiva en la satisfacción del cliente de la empresa de transportes Santiago Rodríguez Banda S. A. C. Lima, periodo 2016-2019. Por lo que se concluye, que el sistema de gestión de calidad ISO 9001:2015 muestra una repercusión positiva en la satisfacción del cliente en la empresa de transportes Santiago Rodríguez Banda SAC Lima 2016-2019. La investigación citada servirá de referencia para comparar entre gestión de la calidad esta relacionada con satisfacción al cliente.

Durán (2019) en su tesis titulada: “*Gestión de calidad en la satisfacción del cliente de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de instrumental e insumos odontológicos, distrito Chimbote*”. Tuvo como objetivo general: Determinar las principales características de la Gestión de calidad en la satisfacción del cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de 4 instrumental e insumos odontológicos, distrito Chimbote. La metodología utilizada fue de nivel cualitativo, diseño no experimental - transversal - descriptivo. Llegando a las siguientes conclusiones: En esta investigación la mayoría de los representantes de las MYPES conocen el término de gestión de calidad, aplican la técnica de atención al cliente, aseguran que la dificultad en la gestión de calidad es el aprendizaje lento, miden el rendimiento de su personal a través de la evaluación, así mismo afirman que la gestión de calidad mejora el rendimiento. Por otra parte, los clientes consideran que los productos son de calidad, consideran que los productos son innovadores y tiene visión a futuro, del mismo modo aseguran que existe calidad en la información, y finalmente los clientes afirman que si recomendarían a la empresa. La investigación citada servirá para comparar como una excelente gestión en la calidad conlleva a la satisfacción de los clientes frente a lo contrario.

Antecedentes Locales

Variable 1 Servicio al cliente

Alvarez (2019) con su tesis: “*Calidad del servicio y satisfacción del cliente en la discoteca Happy World inversiones Alga s.a.c según el modelo SERVQUAL Leoncio Prado*”. como objetivo general: evaluar en qué manera se interrelaciona la calidad del servicio con la satisfacción de clientes en la discoteca Happy World

Inversiones Alga S.A.C. Según el Modelo SERVQUAL Leoncio Prado, 2018. Con su metodología: cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental – correlacional. Se llegó a las conclusiones siguientes: existe relación directa entre los elementos tangibles y la satisfacción del cliente. Del cual nos da como información la Tabla N°1.A, donde están de acuerdo con los equipos 49.48% y 39.06%, lo que permite destacar la calidad del servicio de Happy World en comparación a otras según el Gráfico 23, 41.15%, y 46.88% si están de acuerdo. Existe relación directa entre la satisfacción de los clientes y la confiabilidad .

León (2019) en su tesis titulada *“La calidad del servicio y la atención al cliente en el área de gerencia comercial de la empresa seda Huánuco distrito de Huánuco, 2019”*. en sus tesis, ha tenido como propósito investigar la calidad del servicio y la atención al cliente en la Empresa Prestadora de Servicios de Agua Potable y Alcantarillado (SEDA- Huánuco) en el distrito de Huánuco, en el área de Gerencia Comercial, por ser ésta un área muy sensible por cuanto atiende las quejas y demandas de los usuarios. En el presente trabajo se hizo la descripción del problema general y específicos así mismo se plantearon el objetivo general y los específicos. Esta investigación tuvo como objetivo general, determinar la relación entre la calidad del servicio y la atención al cliente en el área de Gerencia comercial de la empresa SEDA Huánuco, distrito de Huánuco. La metodología usada en esta investigación es de carácter descriptivo. Luego de aplicar el cuestionario a la muestra establecida en número de 183 usuarios para recolectar la información se llegó a la conclusión de que existe relación entre la Calidad del servicio y la atención al Cliente en el área de Gerencia Comercial de la empresa SEDA HUANUCO Distrito de Huánuco, por cuanto de acuerdo a los resultados obtenidos para cada una de las

dimensiones de calidad de servicio investigadas al relacionarlas con la atención al cliente, estos últimos muestran sentirse poco satisfechos.

Rivera (2020) con su tesis titulada: *“Calidad de servicio y su relación con la atención de los clientes de la empresa de transporte GM Internacional S.A.C del distrito, Huánuco 2019”*. Tuvo como objetivo general: Determinar la relación entre Calidad de Servicio y Satisfacción del Cliente en la Empresa de Transporte GM Internacional en el Distrito, Provincia y Región Huánuco 2019. La Metodología utilizada fue de tipo no experimental, nivel correlacional, diseño no experimental – correlacional. Llegando a las siguientes conclusiones: Se analizó la relación significativa entre Calidad de Servicio y Satisfacción de los clientes de la empresa de Transporte GM Internacional, ya que los resultados muestran que la percepción de los clientes sobre la Calidad de Servicio se relaciona con la satisfacción, por lo cual cualquier actividad que innove la prestación del servicio se relacionara con un alto nivel de mejora en la Satisfacción de los clientes. La investigación citada efectivamente permitiera realizar un análisis respecto a la satisfacción del cliente y las innovaciones que son positivas para un alto nivel de mejora.

Martínez (2020) en su tesis titulada: *“Marketing Mix y su relación con la satisfacción del cliente en hipermercado Tottus, Huánuco”*. Tuvo como objetivo general: Determinar la relación entre el marketing mix y la satisfacción del cliente en hipermercado Tottus. Huánuco 2018. La metodología utilizada fue de tipo prospectivo diseño transversal nivel no experimental. Llegando a la siguiente conclusión: Los componentes del precio y la satisfacción tienen correlación positiva alta, con un coeficiente de 0,777 y un p valor igual a 0,001; por lo que se acepta la hipótesis específica 02: Existe correlación positiva alta entre los componentes del

precio y la satisfacción del cliente en hipermercado Tottus, Huánuco 2018. La investigación citada servirá para analizar la satisfacción del cliente desde otro enfoque que corresponde a la gestión de la calidad.

Variable 2. Gestión de Calidad

Moya (2018) en sus tesis : *“Caracterización de la gestión de la calidad y satisfacción del cliente interno en la MYPE desarrolla Perú SCRL del rubro servicios del distrito de amarilis provincia y región – Huánuco 2019”*. La presente investigación cuyo título se denomina Caracterización de la Gestión de la Calidad y Satisfacción del cliente interno en la MYPE Desarrolla Perú SCRL del rubro servicios del Distrito de Amarilis Provincia y Región – Huánuco 2019, se realizó con el objetivo de Determinar las características de gestión de calidad en la satisfacción del cliente interno en la MYPE Desarrolla Perú - SCRL del rubro servicios del Distrito de Amarilis Provincia y Región – Huánuco 2019. En dicho estudio se aplicó una metodología de diseño no experimental de corte transversal, en la cual fueron participes 4 clientes internos de la MYPE Desarrolla Perú en Distrito de Amarilis, a los cuales se aplicó el cuestionario con preguntas cerradas con el propósito de dar respuesta a formulación del problema: ¿Cuáles son las características de la gestión de calidad y satisfacción del cliente interno en la MYPE Desarrolla Perú - SCRL? Los resultados fueron el 75% de clientes interno encuestados considera que la gestión de calidad, mejora la satisfacción a los clientes internos del sector servicio, caso MYPE Desarrolla Perú, el 50% tiene en cuenta las opiniones y/o sugerencias de sus clientes internos en toma de decisiones para mejorar, los temas centrales que les afectan e interesan para guiar el rumbo de la institución. conclusión que los objetivos de la

gestión de calidad que identifican los propietarios de MYPE sin embargo, se debe mejorar algunos procesos y herramienta de gestión para satisfacer al cliente interno.

Del Águila (2019) con la tesis: “*Gestión de calidad y su relación con la satisfacción del cliente en el restaurant Huapri - Huánuco. 2018*”. Conto como objetivo general: Determinar relación entre la satisfacción del cliente y la gestión de calidad en el restaurante Huapri - Huánuco. 2018. En el cual se usó como metodología de tipo cualitativa nivel descriptivo y de diseño correlacional. Llegando a la siguiente conclusión: del cual la relación con la satisfacción del cliente y la gestión de calidad en el restaurante Huapri - Huánuco, después de someterse al coeficiente de Spearman nos dio como valor 0.600, el cual nos dice si existe correlación positiva alta, entre la satisfacción del cliente y gestión de calidad, se verá la satisfacción de los clientes del restaurante Huapri, realizando esta acción dirigido hacia el enfoque al cliente, liderazgo y participación del personal. Ayudará a comparar la descripción de la gestión de calidad y la satisfacción al cliente en un marco donde existe una correlación positiva entre las variables de estudio de la presente investigación citada.

Alejandro (2018), con su tesis: “*Gestión de la calidad y el posicionamiento de la empresa Natur Center de la ciudad - Huánuco*”. Teniendo objetivo: Determinar que influye la gestión de la calidad en el posicionamiento de Natur Center de la ciudad de Huánuco-2018. La metodología utilizada es de tipo aplicado, enfoque cuantitativo, nivel descriptivo explicativo, diseño no experimental. Llego a las conclusiones siguientes: que existe una relación favorable entre el posicionamiento obtenido y la gestión de la calidad que desarrolla la empresa Natur center, el cual le permite tener la lealtad y confianza hacia la empresa. Asi como lo

indica la tabla N°10, en el cual clientes afirmaron en un 88.33% que la organización les genera confianza. Esto ayuda a crecer y mejorar empresarialmente logrando posicionamiento, teniendo mayor rentabilidad. La investigación citada servirá para analizar como una buena gestión de calidad permite un buen posicionamiento sin perder relación con la satisfacción del cliente.

Sabino (2018), con la tesis titulada: *“Gestión de la calidad con el uso de la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro bodegas de la Ciudad de Tingo María, año 2017”*. Como objetivo general: Determinar la Gestión de la calidad con uso de la competitividad en las MYPES del rubro bodegas de la Ciudad de Tingo María, año 2017. Como, la metodología esta con un diseño no experimental de corte transversal un enfoque cuantitativo. Cuenta como muestra a 12 micros y pequeñas empresas, aplicando un cuestionario con preguntas cerradas. Los resultados obtenidos indican que el 100% indican conocer sobre temas de competitiva, el 83% indican que su organización es muy competitivo, 58% indicaron solo conocen a algunos de su competencia. La conclusión los dueños si cuentan con un conocimiento en su mayoría a la gestión de calidad, asimismo indican que aplican técnicas de empoderamiento, benchmarking, en cuanto competitividad. Se indica, que la competitividad es un factor importante para el cual cubre con las expectativas.

2.2. Bases teóricas

Variable 1: Servicio al cliente

Según Peña (2017) define como servicio al cliente a un conjunto de estrategias y técnicas el cual una compañía o empresa diseña satisfacer los requerimientos y

necesidades de los clientes tanto como los fidelizados, frecuentes, y nuevos como también a los externos e internos, el cual se compone de la integridad y la calidad, el continuo mejoramiento siempre va en compañía de una actitud positiva y un buen comportamiento hacia los clientes. Las MYPES cuentan con un gran apogeo esto se debe a las firmas de los tratados de libre comercio realizadas por nuestro país, asimismo la intervención de fuertes competidores de la mano con la tecnología como también productos que impactaron en la sociedad de nuestros días. Cabe indicar que el sector Privado como el sector público optan estos modelos a aplicar como partida de inicio con la finalidad de desarrollar la productividad comercial como también de servicios el cual se brindan a un determinado público muy exigente, asimismo, García (2011) Se entiende como servicio que proporcionan las organizaciones o empresas las cuales prestan servicios y lo comercializan a los clientes”.

2.2.1. Cliente

Pérez (2006). Se considera cliente al individuo que paga con la finalidad de percibir un bien o servicio a cambio. Así como también se tiene como finalidad que las empresas u organizaciones dirigen y o promocionan productos, servicios, políticas y procedimientos para satisfacer las expectativas. Para Arenal (2017), que la finalidad de una organización o empresa es brindar o satisfacer las necesidades de cada uno de los clientes o futuros clientes, brindando asesoramiento adecuado es una de las herramientas más eficaz para interactuar con los clientes de ese modo se asegura un correcto uso del producto o servicio el cual se ofrece.

Tipo de cliente

Pérez (2006) nos da a conocer que resaltar una existencia es necesaria, el servicio del desempeñado de calidad cual se brinda, existen dos tipos de clientes:

Clientes externos: Son aquellos individuos quienes adquieren o compran los servicios o productos de una determinada empresa. Estos son ajenos de la empresa u organización, los cuales son principal fuente de ingresos.

Clientes internos: Son aquellas personas que trabajan o son parte de la empresa u organización los cuales hacen posible las producciones de los bienes y servicios.

Orientación al mercado:

Blanco (2001) Nos menciona que toda organización que busque la competitividad y eficiencia debe enfocarse en sus estrategias hacia el mercado y considerar las opiniones de los clientes.

Expectativas de los clientes:

Blanco (2001), nos indica que los clientes o posibles clientes ya van a un negocio empresa u organización con una expectativa ya determinada en cuanto los servicios o productos que desea comprar o adquirir. El personal de la empresa u organización debe conocer ya dichas expectativas con la finalidad de dar una respuesta inmediata y cumplir con sus expectativas de los clientes. (p.60).

Satisfacción de los clientes

Blanco (2001), la empresa u organización es enfocada en cumplir todas y cada una de las expectativas de los clientes y futuros clientes, el cual se sentirá satisfecho con la compra o adquisición realizada.

Estrategia de la atención al cliente

Larrea (1991), establece las estrategias que van a permitir y garantizar la estancia a los clientes y a los consumidores los cuales son:

Seguridad para el cliente: se emplean estrategias que van a garantizar la permanencia segura a los clientes, se debe estar comprometido en cumplir legalmente los requerimientos cuando se previene.

Riesgos o accidentes en el trabajo. - Protocolo de atención: indicar políticas de atención y normas del cual se garantiza al consumidor cuando compra una experiencia.

Satisfacción del cliente: el cual es basada en entender, comprender al consumidor y conocer las preferencias y así adecuar las necesidades.

Objetivo de la atención al cliente

Zelada (2016), nos da a conocer objetivos: se debe de prestar atención al consumidor para atenderlo adecuadamente, brindarle asesoría, a la vez brindarle una mejor opción, dar respuesta a todas sus inquietudes, absolviendo todas sus dudas, brindar las referencias y garantías, dialogar con el consumidor todo sobre la compra.

Importancia de la atención al cliente

Zelada (2016), nos da a conocer la importancia sobre la atención al cliente, en estos días es importante la ventaja competitiva el cual nos facilita mantenerse y crecer en el mercado.

Herramientas de la atención al cliente

Arenal (2017), indica que cuando se aplica las herramientas, se lograra la satisfacción del cliente o consumidor.

Percepción: Grado en el cual se cumplió todos los requisitos, el cual nos servirá como un indicador para la evaluación del nivel de la satisfacción del cliente.

Valor percibido: cuando se lograr la satisfacción del consumidor o cliente, está basado con los resultados.

Expectativas: es la información que las empresas u organizaciones tienen que cumplir, sobre los beneficios el cual ofrecen con su servicio o producto.

Fases de la atención al cliente

Fernandez y Fernandez (2010), nos indica que las fases de atención a los consumidores o clientes se determinan en cuatro:

- La acogida: Actitud que se le brinda a los clientes o consumidores en cuanto ingresan a los establecimientos hasta cuando se van o retiran.
- El seguimiento: Es el tiempo (espera) el cual realiza el consumidor o cliente hasta el momento que es atendido por las personas correspondientes.
- La gestión: Consiste cuando se atiende las expectativas o necesidades del cliente o consumidor, el responsable o encargado de la atención tiene que gestionar y absolver todas las dudas que pudiese tener asimismo tiene que realizar una atención personalizada y muy grata, realizar la atención con mucho cuidado para evitar la incomodidad del cliente o consumidor al no atender sus necesidades.
- La despedida: Es donde concluye con la atención o entrevista, para lo cual el encargado debe haber culminado la atención resolviendo las inquietudes y dudas que pudo tener el consumidor o cliente, de tal modo que al momento de retirarse salga satisfecho y cubiertas las expectativas.

Necesidades del cliente

Blanco (2001), indica que todos los clientes o consumidores indican sus inquietudes o necesidades en la empresa u organización en forma de demanda. Cabe indicar que es de necesidad que una organización o empresa debe de identificar los orígenes y componentes de ese modo ofrecer a los clientes o consumidores una buena atención.

El trabajador tiene que estar preparado (capacitado) para que pueda dar atención o atender y resolver las necesidades o inquietudes de los clientes o consumidores y de esa manera ofrecerle productos que puedan satisfacer sus necesidades.

Elementos Tangibles

La calidad de los elementos tangibles también está expresada en la claridad y funcionalidad del carné, fichas de consulta, instrucciones sobre el servicio u otro impreso que reciba el cliente ya sea durante la espera, en la fila o en plena atención.

Se constituyen también como recursos tangibles los videos, hechos como una manera más de dar información sobre algún tema de salud a los clientes, esto es de gran ayuda a generar un impacto efectivo orientado a la excelencia de la calidad en el servicio brindado al cliente

Capacidad de Respuesta

Nos indica la teoría que la capacidad de respuesta, es dar una inmediata respuesta a cualquier inconveniencia o problema que pueda producir antes, durante o después de una atención. Asimismo, podemos afirmar que es las ganas y disponibilidad de los servidores para dar respuesta o ayudar a nuestros clientes de una manera excelente servicio y rápida (Hakeberg, 2000). “Las actividades que realizan los empleados con respecto a los clientes y el nivel de calidad, tener una buena satisfacción del cliente hace posible que la capacidad respuesta mejore, y esto se puede realizar desde el punto de vista del cliente al cual prestara el servicio, la capacitación, habilidades y el registro de la actividad por parte del trabajador hacen una excelente unión para que la capacidad de respuesta sea optima y efectiva”. Daza (2013) afirma que: “La capacidad de respuesta es que el personal o trabajador sea comunicativo, personal rápido, personal colaborador o un buen personal informado.” Cabe indicar que de

otro punto de vista podemos observar la capacidad de respuesta es de dar atención rápida de los trabajadores hacia las necesidades del cliente, y las absoluciones de interrogantes que pueda tener el cliente, cada uno de los trabajadores o colaboradores tienen que voluntad expresa de servir, ayudar y atender de manera satisfactoria y muy rápida al cliente ya sea este fidelizado, frecuente, o nuevo que viene a visitar al establecimiento. Los colaboradores o trabajadores responden a diario y absuelven las consultas de los clientes. (Cuatrecasas L. 2000).

Variable 2: Gestión de calidad

Es un potencial para ejercer un efecto positivo en la actividad de las empresas y en el logro de ventajas competitivas, con implicaciones tanto a nivel de la cultura empresarial como del diseño y ejecución de los procesos, conlleva un esfuerzo organizativo ineludible y muy importante en términos de tiempo y recursos, lo que, a su vez, hace imprescindible la obtención de evidencias empíricas que ratifiquen la contribución de ese sistema al rendimiento empresarial (Santos & Álvarez, 2019).

Los sistemas de gestión de calidad son actualmente un referente de la excelencia empresarial. Ante las exigencias que impone un entorno competitivo cada vez más dinámico y globalizado, la gestión de la calidad empresarial permite ofrecer productos y servicios que satisfacen las expectativas de los clientes, a la vez que logra mejorar de forma continua los procesos de la empresa (Lloréns y Fuentes, 2005).

Rubio y Uribe (2013), indica que son conjuntos de actividades en coordinación el cual son despliegan sus funciones generales de una dirección, conducentes a implementar y determinar políticas de calidad, el objetivo y la

responsabilidad; se encuentra en establecer medios de planificación del control, aseguramiento y la mejora de la calidad en un sistema de la gestión, incrementando a las planeaciones estratégicas, los recursos.

A la gestión de calidad se le denomina pieza o instrumento operativo de una empresa u organización con la finalidad de mejorar los procesos. Asimismo, la finalidad es direccionar la información y orientar, al trabajador, así como también trabajo de la manera que los clientes o consumidores estén conformes con los servicios, productos lo cuales compran. La Gestión de Calidad se constituye por normas que corresponden en las organizaciones, que se relacionan entre sí, por ende, la empresa u organización en materia pueda administrar de manera organizada. La mejora continua siempre será la misión de la de las empresas, entidades u organizaciones.

Ríos (2009), se define Gestión de Calidad a procesos de gestiones oportunas y de maneras adecuadas con valores agregados, el cual promueven y ejecutan la política en forma permanente, con la finalidad de orientarse los procesos y actividades hacia un nivel elevados, para mantener y obtener los niveles de calidad de servicio o producto, al alcance de las exigencias y necesidades del cliente o usuario.

Gestión: actividades por atención de necesidades que cuentan con clientes más que un encuentro es una interacción en el cual se tiene que hacerles sentir cómodo, bien. Con la única finalidad de atender y entender las necesidades, expectativas de los clientes, el personal encargado de la atención tiene que resolver y gestionar las dudas que se encuentren en ese preciso momento tenga el consumidor o cliente.

Calidad

Arenal (2017). Refiere que la calidad es la totalidad de las características, funciones o comportamientos de un servicio o bien. No existe calidad que por su apreciación se pueda medir o el análisis de todas las partes las cuales constituyen un servicio recibido.

Rubio y Uribe (2013). Se puede indicar o precisar que un conjunto de propiedades el cual tiene un bien, producto o servicio los cuales son inherentes a él, lo cual garantiza que se cumple con los estándares o requisitos determinados exigidos, para alcanzar una satisfacción tanto para el fabricante como para el consumidor o cliente.

Características de la Calidad tenemos que mencionar lo siguiente:

Intangibilidad: el cual no se puede apreciar o ver con los sentidos antes de comprar o adquirir.

Inseparabilidad: Esta característica se encuentra asociada a la inseparabilidad productos, servicios de la persona del comerciante, el cual es quien produce.

Heterogeneidad o inconsistencia: Que el servicio sea heterogéneo significa o se determina que es difícil de estandarizarlos. Un mismo servicio puede variar según quien lo proporcione.

Perecedero: no se puede almacenar y/o guardar.

Teorías de la Calidad

Al mejorar la calidad, existe mayor rentabilidad para la empresa u organización por cuanto decrecen los costos por cuanto existe menor cantidad de errores cometidos, cuando existe rapidez y la mejor utilización de los equipos y

máquinas y materiales; se va obtener como resultado la mejora de la productividad el cual conlleva a una mejor rentabilidad y sostenibilidad de la empresa u organización y a la vez esto nos lleva a capturar más y mejores mercados, por cuanto se va a ofrecer mejor calidad a menores precios.

Méndez, (2013) la calidad es una constante lucha por el cual mantener la mejora continua de la empresa u organización a través de la cooperación de los involucrados y aún más de la parte interesadas: cliente, proveedores, responsable el cual diseña los servicios o productos. Asimismo, se sostiene que la calidad es equivalente a la conformidad con las expectativas y requerimientos de los clientes. El estándar debe ser el cero defecto de la prevención en el sistema de calidad, cabe indicar que la calidad es completamente gratis, y la calidad mala cuesta y la medida de la calidad no son los indicadores, sino; el precio que se paga por la falta de conformidad.

Elementos de un sistema de Gestión de Calidad

Estructura organizacional.

Consiste en la manera en que las empresas se encuentran organizada de acuerdo a sus empleados, de la manera en el cual sus tareas y funciones se encuentran determinadas, definiendo así el rol que cumplen cada uno de ellos.

Recurso. Es cuanto se va a necesitar para lograr o poder alcanzar las meta u objetivos de la empresa para lograr una mayor rentabilidad (capital humano, infraestructura equipos, dinero, etc.).

Procesos. Actividades o tareas las cuales se transforman o cambian los elementos de inicio o ingreso en servicio o producto, cabe precisar que todas las

organizaciones o empresas cuentan con técnicas, no siempre estas están identificados.

Procedimientos. Agregado de secuelas o pasos determinados expresos o específicos a realizar con la finalidad de poder transformar y o cambiar los elementos que se encuentran de entrada, ingreso del proceso en servicios o productos.

Importancia de la Gestión de la Calidad

Riquelme (2011), nos indica que la gestión de la calidad nos certifica una perfección en cuanto a los productos, servicios y procesos internos de la empresa los cuales alcancen renovar los programas de gestión de la calidad, estos logran emplear la investigación o información obtenida de si mismos con la finalidad de identificar su FODA, fortaleza, oportunidades, debilidades y sus amenazas, así como también pueden identificar su fallas, áreas de mejora y establecer normas, asimismo nos da la oportunidad que realizar cambios cuando esto sea necesario, y otorgan valores globales a función de los clientes. Cabe precisar que la guía para absolver inconvenientes o problemas de calidad esto varía con los diferentes programas, el objetivo siempre sigue siendo lo mismo: se crea un producto o servicio de calidad y alto rendimiento que satisfaga los requerimientos de los consumidores externos e internos.

III. HIPÓTESIS

En el presente trabajo de investigación Propuesta de mejora del servicio al cliente para la gestión de la calidad de la Mype rubro restaurant caso – restaurant broasteria Alessandro en el distrito de Ambo, Huánuco, 2021 no se planteó hipótesis por ser una investigación descriptiva - de propuesta, que de acuerdo a lo normado no aplica Hipótesis, así en la publicación de Galán, (2009) menciona que: No todas las investigaciones llevan hipótesis, según sea su tipo de estudio (investigaciones de tipo descriptivo) no las requieren, es suficiente plantear algunas preguntas de investigación, sólo aquellos que buscan evaluar relación entre variables o explicar la relación causa efecto requieren formular hipótesis. De igual modo Arias, (2014) menciona que: toda hipótesis es una suposición que expresa la posible relación entre dos o más variables, la cual se formula para responder tentativamente a un problema o pregunta de investigación, busca encontrar relación entre las variables, dicha relación puede manifestarse de las siguientes formas: Cuando se trata de establecer la posible causa o el porqué de un hecho, suceso o fenómeno, si se pretende determinar los posibles efectos o consecuencias y cuando se aspira establecer la probable asociación entre dos variables (relación no causal). Por lo tanto, en esta investigación no se requiere la formulación de hipótesis.

IV. METODOLOGÍA

4.1. Diseño de la investigación.

El diseño que se utilizó en esta investigación fue no experimental – descriptivo – descriptivo de propuesta.

M \longrightarrow **O**

M = Muestra conformada por la MYPE Restaurante broasteria Alessandro

O = Representa lo que se obtuvo.

No experimental

Hernández, Fernández y Baptista (2017), establecen que el diseño no experimental es la que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Es decir, se trata de investigación donde no hacemos variar intencionalmente las variables independientes. Lo que se realizó en la investigación no experimental es que se observó fenómenos tal y como se dieron en su contexto natural, del cual se luego se analizó.

Transversal

Es un tipo de estudio de investigación el cual se centra en el análisis y la observación de todos los datos recogidos de una determinada muestra en un período de tiempo real. (Castellano 2020).

La presente fue transversal, por cuanto se recolectó los datos e informaciones de las variables de mejora del servicio y gestión de la calidad de los micros y pequeñas empresas del rubro restaurant caso – restaurant broasteria Alessandro en el distrito de Ambo, Huánuco; en un espacio de tiempo determinado teniendo un inicio y un fin específicamente el año 2021.

Descriptivo

Hernández, Fernández y Baptista (2017), mencionan que los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades características y los perfiles de personas grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis. Por cuanto el presente trabajo de investigación Propuesta de mejora del servicio al cliente para la gestión de la calidad de la Mype rubro restaurant caso – restaurant broasteria Alessandro en el distrito de Ambo, Huánuco, 2021 fue descriptivo porque solo se describió las características de las variables servicio al cliente y gestión de calidad.

Propuesta

Monroy y Nava (2018), nos da a conocer que, las investigaciones el cual cuentan con propuestas consisten en un proceso que conlleva a implementar o implantar un conjunto de actividades y estrategias el cual se desarrollan con el objetivo y la finalidad de mejorar las deficiencias encontradas e identificadas en las variables del estudio.

La presente fue de propuesta de mejora, por cuanto se elaboró propuestas y así también se estableció un plan de mejora basándose en los resultados encontrados, con la finalidad que la propietarias pueda tomar las decisiones e implementar en beneficio de empresa para con ello alcanzar mayor rentabilidad y erradicar de forma definitiva los posibles inconvenientes o problemas el cual están aquejando, estancando y dificultando el crecimiento de su empresa.

Población y muestra

Población

Tamayo (2012); señala que el universo o la población es la totalidad de un fenómeno de estudio, incluye la totalidad de unidades de análisis que integran dicho fenómeno y que debe cuantificarse para un determinado estudio integrando un conjunto N de entidades que participan de una determinada característica, y se le denomina la población por constituir la totalidad del fenómeno adscrito a una investigación, así mismo Muñoz (2011) afirma: La investigación de caso no aplica población, estos estudios se realiza a un fenómeno, una persona, un evento o caso muy concreto, donde el análisis deberá realizarse dentro del medio ambiente en que se desenvuelve el objeto de estudio.

En ese sentido el presente trabajo de investigación Propuesta de mejora del servicio al cliente para la gestión de la calidad de la Mype rubro restaurant caso – restaurant broasteria Alessandro en el distrito de Ambo, Huánuco, 2021 tuvo como población a los clientes del restaurant broasteria Alessandro.

Muestra

Balestrini (2006), señala que: una muestra es una parte representativa de una población, cuyas características deben producirse en ella, lo más exactamente posible. Cuando la población es tan grande o inaccesible que no se puede estudiar toda, entonces el investigador tendrá la posibilidad de seleccionar una muestra, así mismo Arias (2014) menciona que: en principio, se entiende por caso, cualquier objeto que se considera como una totalidad para ser estudiado intensivamente. Un caso puede ser una familia, una institución, una empresa, uno o pocos individuos.

Debido a que un caso representa una unidad relativamente pequeña, este diseño indaga de manera exhaustiva, buscando la máxima profundidad del mismo.

En el presente trabajo de investigación Propuesta de mejora del servicio al cliente para la gestión de la calidad de la Mype rubro restaurant caso – restaurant broasteria Alessandro en el distrito de Ambo, Huánuco, 2021 se tumo como como muestra 50 clientes del restaurante broasteria Alessandro.

Se elaboró un cuestionario de 19 preguntas que dirigido a los clientes que en común acuerdo con la dueña del Restaurante broasteria Alessandro fueron 50 clientes que previamente han aceptado colaborar con la aplicación de la encuesta, de donde obtuvo resultados que son de vital importancia para describir el servicio al cliente la gestión de la calidad y en la MYPE Restaurante broasteria Alessandro en el distrito de Ambo del departamento de Huánuco.

**4.3. MATRÍZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES Y MATRIZ DE CONSISTENCIA
VARIABLE 1 SERVICIO AL CLIENTE**

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	FUENTE
VARIABLE 1 SERVICIO AL CLIENTE	<p>García (2011) Se puede entender como todo aquel servicio que proporcionan las empresas (tanto las que prestan servicios como a que comercializan productos) a sus clientes.</p> <p>El servicio al cliente es todo el momento de contacto entre el cliente y la empresa encaminado atender sus necesidades, dudas sugerencias, reclamos, inquietudes que tenga el cliente, así mismo, Debemos diferenciar entre el producto por el cual se paga y el servicio que rodea a ese producto .(Beltrán, 2018)</p>	<p>El servicio al cliente en el restaurat broasteria Alessandro desconocen los modelos para evaluar la percepción de los clientes basados en la calidad del servicio, y están conformadas por 5 dimensiones, elementos tangibles, capacidad de respuesta, seguridad, confiabilidad, empatía.</p>	Elementos Tangibles	1. Vestimenta del personal	¿La vestimenta del personal tiene una apariencia pulcra?	Propia
				2. Infraestructura	¿Los ambientes físicos de empresa son visualmente atractivas?	
				3. Materiales	¿Los elementos de material de información (la carta) son visualmente atractivo?	
			Capacidad de respuesta	4. Información de los servicios	¿Los empleados están siempre dispuesto a dar información de los servicios que ofrece la empresa?	
				5. Rapidez en el servicio	¿Los empleados ofrecen rapidez del servicio?	
			Seguridad	6. Táctica	¿Usted se siente seguro y mantiene credibilidad de los servicios?	
					¿El comportamiento de los empleados transmite confianza?	
			Confiabilidad	7. Credibilidad	¿Los empleados siempre cumplen lo que prometen a los clientes?	
					¿Los empleos muestran interés por solucionar problemas del servicio prestado?	
Empatía	8. Compromiso	¿La empresa muestra comprensión por sus clientes?				
	9. Atención personalizada	¿La empresa ofrece una atención personalizada a sus clientes?				

Nota: Elaboración propia.

4.3.

MATRÍZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES Y MATRIZ DE CONSISTENCIA
VARIABLE 2 GESTIÓN DE CALIDAD

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	FUENTE
VARIABLE 2 GESTIÓN DE CALIDAD	Es un potencial para ejercer un efecto positivo en la actividad de las empresas y en el logro de ventajas competitivas, con implicaciones tanto a nivel de la cultura empresarial como del diseño y ejecución de los procesos, conlleva un esfuerzo organizativo ineludible y muy importante en términos de tiempo y recursos, lo que, a su vez, hace imprescindible la obtención de evidencias empíricas que ratifiquen la contribución de ese sistema al rendimiento empresarial (Santos y Álvarez, 2019).	Se muestra una baja gestión de la calidad en el restaurant broasteria Alessandro no elaboran una planificación, ni control de sus apreciaciones y por ellos no logran tener un buen servicio al cliente, por ente poca rentabilidad.	Planificación	1. Cliente	¿Usted establece metas de calidad para su empresa?	Propia
				2. Satisfacción	¿Usted identifica las necesidades de sus clientes?	
					¿Usted planifica las características de sus productos?	
			Control de calidad	4. Capacitación	¿Usted cuenta con un método para medir el desempeño real?	
					¿Usted tiene unidades de medida para el desarrollo de su producto?	
			Mejora continua	5. Recursos	¿Usted siempre está dispuesto al mejoramiento de la calidad?	
¿Usted diagnostica las causas cuando sale mal sus productos?						
6. Control Interno	¿Usted realiza propuesta de mejora para tener mejor calidad?					

Nota: Elaboración propia.

4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.

Técnica

Hernández (2018) nos da a conocer que las encuestas es un medio muy utilizado en su mayoría en las investigaciones cuantitativas, el cual tiene como objetivos recoger informaciones de las características de una determinada o determinado grupo de personas de la población. Las informaciones se puede obtener o captar con diversas encuestas (tipos) estas sean verbal o escrita Para la medición de las variables se aplicó la técnica de la encuesta a los clientes y dueña de la MYPE Restaurante Broasteria Alessandro en el distrito de Ambo.

Instrumentos.

Para la recopilación de la información se utilizó un cuestionario de 19 con alternativas o puntos tipo Likert a 50 clientes que aceptaron colaborar con el estudio a quienes se aplicará el cuestionario.

4.5. Plan de análisis

Los datos recolectados de la encuesta se procedieron transformar en una data, las misma que se aplicó al programa Microsoft Excel de donde se obtuvo las tablas y figuras estadísticas correspondientes a las preguntas planteadas que responde a los indicadores y dimensiones de las variables, por consiguiente, dicho resultado se analizó tomando en cuenta los antecedentes y las bases teóricas de la presente investigación.

MATRIZ DE CONSISTENCIA

TITULO	ENUNCIADO	OBJETIVOS	HIPOTISIS	VARIABLES	METODOLOGÍA	POBLACION Y MUESTRA	TECNICA E INSTRUMENTO	PLAN DE ANALISIS
PROPUESTA DE MEJORA DEL SERVICIO AL CLIENTE PARA LA GESTIÓN DE LA CALIDAD DE LA MYPE RUBRO RESTAURANTE CASO – RESTAURANTE BROASTERIA ALESSANDRO EN EL DISTRITO DE AMBO - HUÁNUCO 2021.	¿Cuál es la propuesta de la mejora del servicio al cliente para la gestión de calidad de la Mype rubro restaurant caso – restaurant broasteria Alessandro en el distrito de Ambo - Huánuco 2021?	Describir la propuesta de mejora del servicio al cliente para la gestión de calidad de la Mype rubro restaurant caso – restaurant broasteria Alessandro en el distrito de Ambo - Huánuco 2021?	Esta investigación es de tipo cualitativo y cuantitativo, nivel descriptivo, y de diseño no experimental - descriptivo, que de acuerdo a lo normado no aplica Hipótesis, así en la publicación de (Galán Amador, 2009) menciona que: No todas las investigaciones llevan hipótesis, según sea su tipo de estudio (investigaciones de tipo descriptivo) no las requieren, es suficiente plantear algunas preguntas de investigación, sólo aquellos que buscan evaluar relación entre variables o explicar la relación causa efecto requieren formular hipótesis.	Variable 1 Servicio al cliente	Tipo: Cuantitativa Nivel: Descriptivo Diseño: No experimental - trasversal - descriptivo	Población - Muestra - se utilizó una población muestra compuesta por 50 clientes del restaurant broasteria Alessandro del distrito de Ambo.	Técnica Encuesta Instrumento Cuestionario	Se utilizaron los siguientes programas informáticos: - Microsoft Word - Microsoft Excel - Programa Acrobat Reader – Mendeley - Turnitin.
	¿Cuáles son las características del servicio al cliente para la gestión de calidad de la Mype rubro restaurante caso – restaurant broasteria Alessandro en el distrito de Ambo - Huánuco 2021?	Describir las características del servicio al cliente para la gestión de calidad de la Mype rubro restaurante caso – restaurant broasteria Alessandro en el distrito de Ambo - Huánuco 2021						
	¿Cuáles son las características de la gestión de calidad de la Mype rubro restaurant caso – restaurant broasteria Alessandro en el distrito de Ambo - Huánuco 2021?	Describir las característica de la gestión de calidad de la Mype rubro restaurant caso – restaurant broasteria Alessandro en el distrito de Ambo - Huánuco 2021						
	¿Cuál es la propuesta de mejora del servicio al cliente para la gestión de calidad de la Mype rubro restaurante caso – restaurant broasteria Alessandro en el distrito de Ambo - Huánuco 2021?	Elaborar la propuesta de mejora del servicio al cliente para la gestión de calidad de la Mype rubro restaurante caso – restaurant broasteria Alessandro en el distrito de Ambo - Huánuco 2021						

Nota: Elaboración propia.

4.7. Principios éticos

Los principios éticos descritos en el presente trabajo de investigación Propuesta de mejora del servicio al cliente para la gestión de la calidad de la Mype rubro restaurant caso – restaurant broasteria Alessandro en el distrito de Ambo, Huánuco, 2021, tendrán como finalidad promocionar el conocimiento y el bien común, rigiéndose en las normativas de elaboración para distintos niveles de estudios y modalidad en la universidad (Uladech, 2019).

Protección a las personas: En toda investigación las personas necesitan ser protegidos respetando su dignidad humana su confidencial y privacidad debida a que las personas participan voluntariamente en la investigación.

Honestidad: se informó a los trabajadores los fines de la investigación cuyos resultados se encuentran plasmados en el presente estudio.

Justicia: El investigador ejerció un juicio razonable con la precaución necesaria para asegurarse que sus conocimientos y las limitaciones de sus capacidades no den lugar en práctica injusta.

Consentimiento informado y expreso: La investigación contará con la manifestación voluntaria, informada, libre, iniquivocada y específica.

Beneficencia: me aseguraré del bienestar de las personas que participarán en la investigación, respetando las reglas generales para no causar daño. Se disminuirá los posibles adversos y se maximizará los beneficios.

V. RESULTADOS

5.1. Resultados

Tabla 1. Características del servicio al cliente para la gestión de calidad de la Mype rubro restaurante caso – restaurante broasteria Alessandro en el distrito de Ambo - Huánuco 2021.

Servicio al Cliente	n	%
La vestimenta del personal tiene una apariencia pulcra		
Nunca	0	0.00
Muy pocas veces	0	0.00
Algunas veces	3	6.00
Casi siempre	42	84.00
Siempre	5	10.00
Total	50	100.00
Los ambientes físicos de la empresa son visualmente atractivas		
Nunca	0	0.00
Muy pocas veces	0	0.00
Algunas veces	0	0.00
Casi siempre	37	84.00
Siempre	13	26.00
Total	50	100.00
Los elementos de material de información (la carta) son visualmente atractivo		
Nunca	1	1.00
Muy pocas veces	8	16.00
Algunas veces	22	44.00
Casi siempre	11	22.00
Siempre	8	16.00
Total	50	100.00
Los empleados están siempre dispuesto a dar Información de los servicios que ofrece la empresa		
Nunca	0	0.00
Muy pocas veces	35	70.00
Algunas veces	6	12.00
Casi siempre	7	14.00
Siempre	2	4.00
Total	50	100.00
Los empleados ofrecen rapidez del servicio		
Nunca	0	0.00
Muy pocas veces	0	0.00
Algunas veces	34	68.00
Casi siempre	3	6.00
Siempre	13	26.00
Total	50	100.00
Usted se siente seguro y mantiene credibilidad de los servicios		
Nunca	0	0.00
Muy pocas veces	0	0.00
Algunas veces	27	54.00
Casi siempre	4	8.00
Siempre	19	38.00
Total	50	100.00

Continúa...

Tabla 1. Características del servicio al cliente para la gestión de calidad de la Mype rubro restaurante caso – restaurante broasteria Alessandro en el distrito de Ambo - Huánuco 2021.

Servicio al Cliente	n	%
El comportamiento de los empleados transmite confianza		
Nunca	0	0.00
Muy pocas veces	0	0.00
Algunas veces	5	10.00
Casi siempre	18	36.00
Siempre	27	54.00
Total	50	100.00
Los empleados siempre cumplen lo que prometen a los clientes		
Nunca	0	0.00
Muy pocas veces	0	0.00
Algunas veces	6	12.00
Casi siempre	23	46.00
Siempre	21	42.00
Total	50	100.00
Los empleados muestran interés por solucionar problemas del servicio prestado		
Nunca	0	0.00
Muy pocas veces	10	20.00
Algunas veces	12	24.00
Casi siempre	18	36.00
Siempre	10	20.00
Total	50	100.00
La empresa muestra comprensión por sus clientes		
Nunca	0	0.00
Muy pocas veces	0	0.00
Algunas veces	6	12.00
Casi siempre	23	46.00
Siempre	21	42.00
Total	50	100.00
La empresa ofrece una atención personalizada a sus clientes		
Nunca	2	4.00
Muy pocas veces	9	18.00
Algunas veces	17	34.00
Casi siempre	13	26.00
Siempre	9	18.00
Total	50	100.00

Nota. Datos obtenidos del cuestionario aplicado a los clientes de la Mype rubro restaurante caso – restaurant broasteria Alessandro en el distrito de Ambo - Huánuco 2021. Elaborar la propuesta de mejora del servicio al cliente para la gestión de calidad de la Mype rubro restaurante caso – restaurante broasteria Alessandro en el distrito de Ambo - Huánuco 2021

Tabla 2.

Características de la gestión de calidad de la Mype rubro restaurante caso – restaurant broasteria Alessandro en el distrito de Ambo - Huánuco 2021. Elaborar la propuesta de mejora del servicio al cliente para la gestión de calidad de la Mype rubro restaurante caso – restaurante broasteria Alessandro en el distrito de Ambo - Huánuco 2021

Gestión de la Calidad	n	%
Usted establece metas de calidad para su empresa		
Nunca	0	0.00
Muy pocas veces	0	0.00
Algunas veces	30	60.00
Casi siempre	0	0.00
Siempre	20	40.00
Total	50	100.00
Usted identifica las necesidades de sus clientes		
Nunca	0	0.00
Muy pocas veces	0	0.00
Algunas veces	10	20.00
Casi siempre	40	80.00
Siempre	0	0.00
Total		100.00
Usted planifica las características de sus productos		
Nunca	0	0.00
Muy pocas veces	0	0.00
Algunas veces	40	80.00
Casi siempre	10	20.00
Siempre	0	0.00
Total	50	100.00
Usted cuenta con un método para medir el desempeño real		
Nunca	50	100.00
Muy pocas veces	0	0.00
Algunas veces	0	0.00
Casi siempre	0	0.00
Siempre	0	0.00
Total	50	100.00
Usted tiene Unidades de medida para el desarrollo de su producto		
Nunca	0	0.00
Muy pocas veces	0	0.00
Algunas veces	0	0.00
Casi siempre	10	20.00
Siempre	40	80.00
Total	50	100.00
Usted siempre está dispuesto al mejoramiento de la calidad		
Nunca	0	0.00
Muy pocas veces	0	0.00
Algunas veces	0	0.00
Casi siempre	10	20.00
Siempre	40	80.00
Total	50	100.00
Usted diagnostica las causas cuando sale mal sus producto		
Nunca	0	0.00
Muy pocas veces	0	0.00
Algunas veces	30	60.00
Casi siempre	20	40.00
Siempre	0	0.00
Total	50	100.00
Usted realiza propuesta de mejora para tener mejora calidad		
Nunca	0	0.00
Muy pocas veces	20	40.00
Algunas veces	20	40.00
Casi siempre	10	20.00
Siempre	0	0.00
Total	50	100.00

Nota. Datos obtenidos del cuestionario aplicado a los clientes de la Mype rubro restaurante caso – restaurant broasteria Alessandro en el distrito de Ambo – Huánuco 2021

Tabla 3. Propuesta de mejora del servicio al cliente para la gestión de calidad de la Mype rubro restaurante caso – restaurante broasteria Alessandro en el distrito de Ambo - Huánuco 2021.

Indicadores	Problemas	Causas del Problema	Consecuencias del problema	Acciones de mejora	Responsable	Presupuesto
Materiales	El 44% de los Clientes de la broasteria Alessandro indican que la carta es poco visible.	La propietaria no invierte en material informativo tales como la carta y otros.	<ul style="list-style-type: none"> • Los clientes con encuentran atractivos los materiales de información. • La empresa no llega al cliente atreves de sus materiales de información. 	<p>La dueña de la broasteria Alessandro debe de tomar los servicios que un profesional para la elaboración de los materiales de información ya sea esto las cartas o los anuncios de promociones y otros:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mayor información en los anuncios publicitarios de la empresa • Generar atracción visual. • Solucionar problemas de forma eficaz. 	Propietario, gerente o administrador	S/. 500.00
Capacidad de respuesta	El 70 % de los encuestados indican que los trabajadores muy pocas veces están dispuestos a dar información de los servicios que ofrece la empresa.	Los colaboradores no se encuentran totalmente comprometidos, motivados y/o capacitados para brindar una buena atención. Uno de los factores o causas también es el monto de remuneración que perciben.	<ul style="list-style-type: none"> • Los clientes no son frecuentes. • Insatisfacción del cliente. • Poca rentabilidad. • Peligra el sostenimiento. 	<p>La propietaria debe de capacitar o instruir a los colaboradores:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Motivarlos con salarios adecuado. • Respetando el horario de trabajo. • Realizar consensos. • Establecer buenas relaciones. • Establecer horarios flexibles. • Capacitaciones. 		S/. 1000.00

Capacidad de Respuesta.	El 68% del total de los clientes encuestados indican que los empleados algunas veces ofrecen rapidez en el servicio.	Los colaboradores no siempre tienen la libertad para desarrollar sus actividades, debido a que los líderes consideran que el rendimiento de los empleados se basa en la presión y supervisión de sus labores.	<ul style="list-style-type: none"> • Incomodidad de los clientes. • Incremento de éster de los trabajadores. • Aumento de la deserción de clientes. • Poca rentabilidad. 	<ul style="list-style-type: none"> • Trabajar en forma coordinada los trabajadores de cocina con los meseros. • Llevar un adecuado control de llegada de los clientes. • Realizar estrategias que nos ayuden a la rapidez. 	Propietario, gerente o administrador	S/. 300.00
Empatía.	El 34% de los encuestados indican que la empresa algunas veces ofrece atención personalizada.	Porque los colaboradores no se encuentran capacitados para tener una empatía con los clientes y de ese modo brindar una atención personalizada.	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de empatía por parte de los trabajadores. • Falta de capacitación. • No cuentan con el compromiso de los trabajadores para con la empresa. 	<p>Establecer muchas estrategias con la finalidad de incentivar y reconocer el compromiso que tiene los colaboradores, tales como:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Establecer política de capacitación. • Implementar incentivos en días especiales tales como el día del trabajador día del padre día de la madre entre otros. • Ofrecer bonificaciones o gratificaciones. • Compensar sus horas extras. 		S/. 1000.00
Control de calidad.	El 100% de los trabajadores de la empresa.	Falta de implementación no cuenta con método para medir el desempeño real.	<ul style="list-style-type: none"> • Llegan un control inadecuado. • Peligra la sostenibilidad. 	Establecer un mecanismo de control para medir el desempeño real de la empresa.		S/. 500.00

Nota: Elaboración propia.

5.2. Análisis de resultados

Tabla 1.

Para poder describir las características del servicio al cliente para la gestión de calidad de la Mype rubro restaurant caso – restaurant broasteria Alessandro en el distrito de Ambo, Huánuco, 2021. Se procedió a conocer la percepción de los clientes por medio de las dimensiones de elementos tangibles, capacidad de respuesta, empatía, seguridad, fiabilidad, enfoque al cliente, compromiso de las personas y la mejora continua; en donde, un porcentaje alto representaba opiniones definidas.

SERVICIOS AL CLIENTE

Dimensión 1 elementos tangibles

Interpretación: de acuerdo al enunciado ¿La Vestimenta del personal tiene una apariencia pulcra? de la encuesta realizada a 50 colaboradores que representan al 100% en las clientes del restaurante y broasteria Alessandro del distrito de Ambo, el 84% indican casi siempre el 10% siempre, el 6% indican algunas veces y un 0% indican que nunca y muy pocas veces. El resultado coincide con Beltrán (2020) quien refiere que un 52% de sus cliente de la “Bodega Lucerito”, Cañete – 2020; asimismo coincide con Alvarez (2019) quienes señalan que el agro negocio Akunta de la localidad de Chiclayo en un 93% el personal de los establecimiento indicados usas una vestimenta adecuada para la realización el trabajo. Esto demuestra que la mayoría de los empleados de los micros y pequeñas empresas utilizan una vestimenta adecuada pulcra para el trabajo que desempeñan, por cuanto consideran vestimenta apropiada y pulcra para su empresa.

En el enunciado ¿Los Ambientes físico de empresa son visualmente atractivas?, de la encuesta realizada a 50 colaboradores que representan al 100% en los clientes del restaurante broasteria Alessandro del distrito de Ambo, el 37% del total de encuestados refieren que casi siempre, 13% indican que siempre, y el 0% indican que nunca, muy pocas veces, y algunas veces, lo obtenido coincide con Beltrán (2020) en el cual considera que 64% de sus cliente de la “Bodega Lucerito”, Cañete – 2020. Asimismo, Pari (2022) quien precisa que el 64% indican que casi siempre el ambiente cuenta con una visualización atractiva.

Con respecto al enunciado ¿Los elementos de material de información (la carta) son visualmente atractivo? De la encuesta realizada a 50 colaboradores que representan al 100% en las clientes del restaurante y broasteria Alessandro del distrito de Ambo, el 2% indican nunca, 44% muy pocas veces, el 16% algunas veces, el 22% casi siempre, y el 16% indica siempre, el resultado coincide con Rojas (2020) quien indica que un 71% no cuentan con cartas o material de información atractiva en la Heladería Don Alejo del distrito de Callería de Pucallpa. Coincide también con Huamán (2019) que nos indica que el 47% de sus clientes del “Restaurant – Pollería Rodrigo´S”. San Vicente- Cañete, 2019 indicaron que su carta de pedidos son pocos atractivos. Esto demuestra que los micros y pequeñas empresas en su mayoría cuentan con una carta o material de información poco atractivo a la expectativa del cliente.

Dimensión 2 Capacidad de respuesta

Con respecto al enunciado ¿Los empleados están siempre dispuesto a dar Información de los servicios que ofrece la empresa? de la encuesta realizada a 50 colaboradores que representan al 100% en las clientes del restaurante y broasteria Alessandro del distrito de Ambo, el 70% muy pocas veces, el 14% casi siempre, el 12% algunas veces y un 4%

indico siempre. lo obtenido concuerda con Beltran (2020) quien indica que el 52% de su muestra algunas veces los empleados están dispuestos a dar o brindar información de los servicios que ofrecen, mas por el contrario no coincide con Pari (2019) que precisa que el 47 % de los colaboradores dan una información de todos los servicios que brindan; Este resultado nos demuestra que el personal o los colaboradores de la Broasteria Alessandro no están dispuestos a dar información de los servicios de la empresa a comparación de otras empresas.

Con respecto al enunciado ¿Los empleados ofrecen Rapidez del servicio? de la encuesta realizada a 50 colaboradores que representan al 100% en las clientes del restaurante y broasteria Alessandro del distrito de Ambo, el 34% indican algunas veces, el 13% siempre, el 3% indican algunas veces y un 0% indican que nunca y muy pocas veces, lo obtenido coincide con Rojas (2020) que precisa que el 93% de su muestra indican que la atención es lenta, asimismo, coincide con Pari (2022) indica que un 47% de los colaboradores de la Heladería Don Alejo del distrito de Callería, Pucallpa, ofrecen rapidez del servicio. Esto nos da a conocer que en su mayoría de los colaboradores de las empresas brindan con rapidez el servicio.

Dimensión 3 Seguridad

Con respecto al enunciado ¿Usted se sienten seguros y mantiene credibilidad de los servicios?, de la encuesta realizada a 50 colaboradores que representan al 100% en las clientes del restaurante y broasteria Alessandro del distrito de Ambo, 27% indican algunas veces, 19% siempre, el 4% casi siempre, un 0% indican que nunca y muy pocas veces., el resultado coincide con Beltrán (2020) quien indica que el 85% de su población indican que se sienten seguros y el establecimiento mantiene credibilidad de los servicios, asimismo lo obtenido también concuerda con Rojas (2020) quien señala

que el 64% de los clientes del Hospedaje “El Paraiso”, San Vicente de Cañete. Indican se sienten seguros y el establecimiento mantiene credibilidad de los servicios.

Con respecto a los resultados del enunciado ¿El comportamiento de los empleados transmite confianza? de la encuesta realizada a 50 colaboradores que representan al 100% en las clientes del restaurante y broasteria Alessandro del distrito de Ambo, el 27% indican siempre, el 18% casi siempre, el 5% indican algunas veces y un 0% indican que nunca y muy pocas veces, asimismo el resultado también se asemeja con Beltrán (2020) quien precisa que el 57% y Pari (2022) 79% de sus encuestados indicaron que el comportamiento de sus colaboradores o empleados transmiten confianza y amabilidad.

Dimensión 4 Confiabilidad

Con respecto a los resultados del enunciado ¿Los empleados siempre Cumplen lo que prometen a los clientes? de la encuesta realizada a 50 colaboradores que representan al 100% en las clientes del restaurante y broasteria Alessandro del distrito de Ambo, el 23% indican casi siempre el 21% siempre, el 6% indican algunas veces y un 0% indican que nunca y muy pocas veces, resultado que coincide con Huamán (2019) el 53% indican que los empleados siempre cumplen lo que prometen a los clientes, asimismo coincide Rojas (2020) quien refiere que el 65% de los encuestados en su empresa, esto nos demuestra que en su mayoría los empleados cumplen con el servicio que prometen a los clientes.

Con respecto a los resultados del enunciado ¿Los empleeos muestran interés por solucionar problemas del servicio prestado? de la encuesta realizada a 50 colaboradores que representan al 100% en las clientes del restaurante y broasteria Alessandro del distrito de Ambo, el 18% indican casi siempre, el 10% siempre 12% algunas veces,

10% muy pocas veces, el 0% indican nunca, asimismo Beltrán (2020) que el 27% de su muestra nos indica que los empleados muestran interés por solucionar problemas del servicio presado, Asimismo coincide con Huamán (2019) que un 21% de los colaboradores demuestran interés por dar solución algún inconveniente, Esto nos demuestra que los empleados o colaboradores en un poco margen están prestos a solucionar algún inconveniente que a suscitarse por la prestación del servicio.

Dimensión 5 Empatía

Con respecto a los resultados del enunciado ¿La empresa muestra Comprensión por sus clientes? de la encuesta realizada a 50 colaboradores que representan al 100% en las clientes del restaurante y broasteria Alessandro del distrito de Ambo, el 23% indican casi siempre el 21% siempre, el 6% indican algunas veces y un 0% indican que nunca y muy pocas veces, esta información coincide con Beltrán (2020) el 24% así también coincide con Rojas (2020) en un 54% de su muestra indican que la empresa muestra comprensión a los clientes.

Con respecto a los resultados del enunciado ¿La empresa ofrece una Atención personalizada a sus clientes? de la encuesta realizada a 50 colaboradores que representan al 100% en las clientes del restaurante y broasteria Alessandro del distrito de Ambo, el 0% indican que nunca, 36% muy pocas veces, un 7% algunas veces, el 5% casi siempre y un 2% indican que siempre. Esta información coincide con Huamán (2019) en el que indica que el 63%, coincide también Durán (2019) en el cual manifiesta que un 54% que la empresa no ofrece una atención personalizada a sus clientes. Por cuanto esto nos demuestra que las micros y pequeñas empresas la atención no es personalizada y esto influye en forma negativa a la atención al cliente.

Tabla 2.

Dimensión 1 Planificación

Con respecto a los resultados al enunciado ¿Usted establece metas de calidad para su empresa? de la encuesta realizada del 100% indicaron que, el 30% indican algunas veces, el 20% siempre, y un 0% indican que nunca, muy pocas veces y casi siempre, esta información coincide con Alvares (2019) el cual indica que el 69 % algunas veces y Alejandro (2018) en el cual indica que el 59% pocas veces los propietarios de los establecimientos metas de calidad para su empresa, esto nos da a conocer que dificulta la calidad del servicio.

Con respecto a los resultados del enunciado usted Identifica la necesidades de sus clientes ¿Usted identifica la necesidades de sus clientes? de la encuesta realizada a 50 colaboradores que representan al 100% en las clientes del restaurante y broasteria Alessandro del distrito de Ambo, el 40% indican casi siempre el 21% siempre, el 10% indican algunas veces y un 0% indican que nunca y muy pocas veces, estos resultados coinciden con los resultados de Niño (2018) manifiesta que en un 49% identifica las necesidades de los clientes.

Con respecto a los resultados del enunciado ¿Usted planifica las características de sus productos? de la encuesta realizada a 50 colaboradores que representan al 100% en las clientes del restaurante y broasteria Alessandro del distrito de Ambo, el 80% indican algunas veces el 20% siempre, él y un 0% indican que nunca, siempre y muy pocas veces, esta información coincide con Huamán (2019) en el cual indica que el 49% identifica las necesidades de sus clientes, asimismo coincide también Alejandro (2018) en el cual indica que en un 63% identifica las necesidades de sus clientes

Dimensión 2 Control de Calidad

Con respecto a los resultados del enunciado ¿Usted cuenta con un método para medir el desempeño real? de la encuesta realizada del 100% indicaron que el 100% indican que nunca y un 0% indican que nunca y muy pocas veces, algunas veces y casi siempre, este resultado coincide con Huamán (2019) en el cual indica que el 100 % no cuenta con un método de medición del desempeño cuenta con un directorio de clientes fidelizados, asimismo el resultado también se asemeja con Alvares (2019) quien precisa que el 86% de las micros y pequeñas empresas cuenta con un método de medir el desempeño de su empresa.

Con respecto a los resultados del enunciado ¿Usted tiene unidades de medida para el desarrollo de su producto? de la encuesta realizada del 100% indicaron que el 0% indican siempre, el 0% casi siempre, un 80% indican que nunca y 20% muy pocas veces y algunas veces, este resultado coincide con Niño (2019) el 60% de los encuestados precisan que no cuentan con una unidad de medida para el desarrollo de su producto, el resultado también se asemeja con Alejandro (2018) quien precisa que el 86% de las no utilizan unidades de medidas para el desarrollo productivo de su empresa.

Dimensión 3: Mejora continua

Con respecto a los resultados del enunciado ¿Usted siempre está dispuesto al mejoramiento de la calidad? la encuesta realizada del 100% indicaron que, el 80% indican siempre, el 20% casi siempre, y un 0% indican que nunca y muy pocas veces y algunas veces, lo obtenido concuerda con Alvares (2019) quien precisa que el 71 % se encuentra dispuesto siempre a realizar la mejora de calidad en su empresa, así como también coincide con Huamán (2019) que indica el 74 % implementara el

mejoramiento de la calidad, con la finalidad de atraer nuevos clientes y de ese modo tener mayor rentabilidad.

Con respecto a los resultados del enunciado ¿Usted diagnostica las causas cuando sale mal sus productos? de la encuesta realizada del 100% indicaron que el 23% indican casi siempre el 21% siempre, el 6% indican algunas veces y un 0% indican que nunca y muy pocas veces lo obtenido concuerda con Niño(2019) quien indica que el 51% de su muestra realiza el diagnostico de las causas de un mal producto, así como también coincide con Huamán (2019) que precisa que el 54 % realiza diagnostico e las causas de un mal producto y o atención, estos resultados nos da a conocer que los propietarios de las empresas diagnostican los resultados con la finalidad de que su empresa tenga mayor concurrencia y lograr resultados favorables y por ende la rentabilidad.

Con respecto a los resultados del enunciado ¿Usted realiza propuesta de mejora para tener mejor calidad? de la encuesta realizada del 100% indicaron que el 10% indican casi siempre el 0% siempre, el 20% indican algunas veces y un 0% indican que nunca y 20% muy pocas veces lo obtenido concuerda con Huamán (2019) quien indica que el 40% muy pocas veces realiza propuesta de mejora para tener mejor calidad, así como también coincide con Niño (2019) que precisa que el 54 % casi nunca realiza propuesta de mejora para su empresa.

VI. CONCLUSIONES

De acuerdo al **Objetivo general**: Describir la propuesta de mejora del servicio al cliente para la gestión de la calidad de la MYPE rubro restaurant caso: Broasteria Alessandro en el distrito de Ambo-Huánuco 2021, en el estudio realizado se encontró ciertas debilidades con referencia a la variable del servicio al cliente se encontró en un mayor porcentaje que los empleados no ofrecen una rapidez en el servicio, para ello se debe Fortalecer la calidad de los servicios prestados, y los niveles de percepción de los clientes de la Broasteria Alessandro, tomando en cuenta nuevas medidas correctivas de corto y largo plazo y con respecto a la variable del gestión de calidad se encontró que los dueños no establecen metas de calidad para su empresa por ello se propone establecer un plan de mejora.

Respecto al **Objetivos específicos**, describir las características del servicio al cliente para Mype rubro restaurant caso: restaurant broasteria Alessandro en el distrito de Ambo-Huánuco 2021, se concluye de los resultados obtenidos se encontró que los empleados no ofrecen rapidez en el servicio y así mismo los empleados no ofrecen una atención personalizada a los clientes, para ello es muy importante tener en cuenta que la manera en que se atiende al cliente permitirá que su sentimiento de lealtad permanezca.

Respecto al **Objetivos específico**, describir las características de la gestión de calidad de la MYPE rubro restaurant caso: Broasteria Alessandro en el distrito de Ambo-Huánuco 2021 se concluye según los resultados encontrados que la Broasteria Alessandro” no planifica las características de calidad, así mismo no identifican las necesidades de los clientes, por ello, se establece que es fundamental que los prestadores de servicios conozcan y entiendan las necesidades y expectativas de los clientes ,tampoco diagnostican las causas cuándo un producto sale mal, por lo tanto es

muy relevante que se tome en cuenta las medidas apropiadas.

Respecto al objetivo específico, elaborar la propuesta de mejora la Propuesta de mejora del servicio al cliente para la gestión de la calidad de la Mype rubro restaurant caso: Broasteria Alessandro en el distrito de Ambo-Huánuco 2021 ,Se determinó la propuesta de mejora del servicio al cliente para la gestión de calidad de la Broasteria Alessandro por algunas falencias que se encontró en dicho estudio que posee el equipamiento necesario y la presentación del personal es pulcra, Sin embargo, existen inconvenientes en lo referente a varios elementos como el tiempo de espera, el servicio personalizado y la capacidad de respuesta a los problemas de los usuarios.

VII. RECOMENDACIONES

- Sensibilizar al propietario y trabajadores de la broasteria Alessandro, debe de socializar la propuesta de mejora que se establece en esta tesis sobre el servicio al cliente y la gestión de calidad, con la finalidad que los colaboradores asuman el compromiso de responsabilidad a nivel individual y del colectivo de trabajadores.
- Realizar un plan de capacitaciones periódicas al personal de Broasteria Alessandro, poniendo énfasis en el trato hacia el cliente, atención personalizada, y respuesta a sus requerimientos, como establecer metas calidad y objetivos para un servicio al cliente
- Establecer políticas y normas de servicio al cliente, que permitan tener las directrices necesarias para el cumplimiento de las funciones y responsabilidades de los trabajadores que permitan obtener un producto de capacidades.

PAN DE MEJORA – RESTAURANT BROASTERIA ALESSANDRO

Datos generales

Razón social: Restaurant Broasteria Alessandro

Giro de la empresa: Servicios

Dirección: Jr. José Pardo s/n – Ambo – Huánuco

Nombre del representante: Adalides Neldy Mori Zambrano

1. Historia:

El Restaurant Broasteria Alessandro es una migro y pequeña empresa que atiende los 7 días de la semana la cual se dedica a la venta de patos típicos, menú, a la carta y como su especialidad pollo broaster. La empresa se encuentra enfocada en llegar a satisfacer las necesidades e inquietudes de los clientes y posibles clientes.

2. Misión

Ofrecer un buen servicio el cual satisfaga el paladar de los clientes asimismo cubrir las necesidades de los clientes de diferentes edades, asegurar lo que brindamos u ofrecemos con calidad, estén al alcance de los clientes.

3. Visión

Ser una empresa que lidera en el mercado en el rubro restaurant y broasteria de la provincia y región Huánuco, en el cual los clientes lleven una buena referencia sobre nuestra empresa y así nos consideren como la mejor opción del mercado.

4. Objetivos

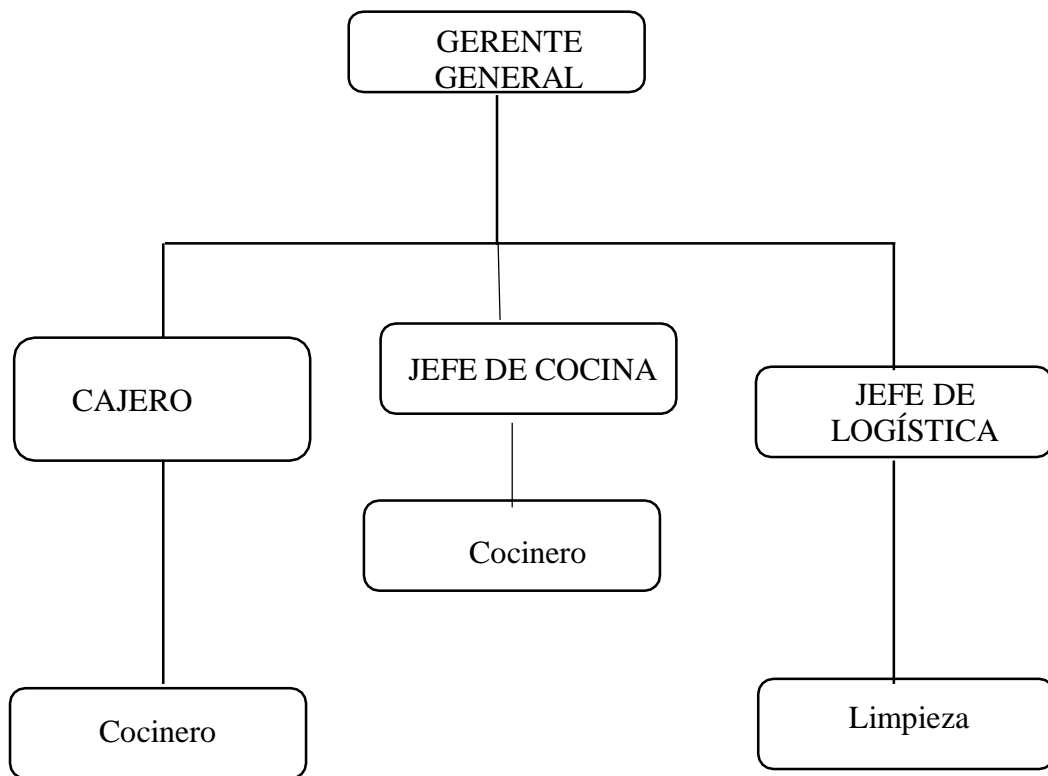
- ❖ Contar con una Mejorar continua.
- ❖ Realizar una atención rápida y eficaz.
- ❖ Brindar una atención personalizada a nuestros clientes.
- ❖ Mantener y mejorar la calidad de los platos que se brindan.

- ❖ Lograr la sostenibilidad.
- ❖ Tener mayor rentabilidad.

5. Producto y/o servicios

La micro y pequeña empresa rubro restaurant broasteria Alessandro en el distrito de Ambo, se encarga a la elaboración, preparación y venta de platos típicos de la región, así como también platos a la carta y su especialidad de la casa el broaster.

6. Organigrama



Nota: elaboración propia.

6.1. Descripción de Funciones

Gerencia	
Cargo	Gerente General
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> - Licenciado en administración. - Trabajar en Equipo - Experiencia mínima de 2 años como administrador de restaurantes o pollería. - Liderazgo. - Ser responsable, proactivo, capaz y honesto - Gestor financiero.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> - Organizar y planificar actividades. - Contratar del personal - Evaluar el desempeño de los colaboradores - Capacitar a los colaboradores. - Elaboración y verificar de las planillas de los colaboradores. - Plantear objetivos, metas y estrategias de mejora. - Mantener la calidad en la atención al cliente.
Cargo	Cajero
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> - Experiencia mínima de 1 año. - Estudios técnicos o universitarios en contabilidad. - Conocer los estados financieros. - Rapidez en el trabajo
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> - Cobrar el consumo de los clientes - Pasar las ordenes a los meseros
Cargo	Jefe de Logística
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> - Experiencia mínima de 1 año. - Estudios técnicos o universitarios. - Conocer almacén y logística. - Rapidez en el trabajo
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> - Abastecer de los productos que requiera la empresa - Dar a conocer al gerente el desabasteciendo de productos - Proveer las compras
Cargo	Mesero
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> - Experiencia mínima de 1 año - Proactivo. - Facilidad de palabras. - Buen trato - Rapidez en el trabajo
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> - Pasar las ordenes a la cocina - Atender las ordenes. - Limpiar las mesas. - Atender a los clientes, ofreciendo la carta y promociones del día. - Solucionar los inconvenientes e incomodidades de los clientes.

	<ul style="list-style-type: none"> - Cobrar las cuentas del consumo de los clientes y entregarlo a caja. - Organizar y ordenar los cubiertos de cocina.
Cargo	Limpieza
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> - Proactivo. - Facilidad de palabras. - Buen trato - Rapidez en el trabajo
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> - Mantener los pisos limpios - Lavar las losas de la empresa - Mantener limpio la cocina
Cargo	Jefe de Cocina
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> - Estudios en gastronomía - Experiencia 3 año - Proactivo. - Facilidad de palabras. - Buen trato - Rapidez en el trabajo
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> - Mantener organizado la sección de cocina - Supervisar al cocinero - Capacitar al personal de cocina
Cargo	Cocinero
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> - Proactivo. - Experiencia 3 años - Buen trato - Rapidez en el trabajo
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> - Atender las ordenes en orden - Atender las ordenes con rapidez - Ser muy cautelosos con los insumos a usar

Nota: Elaboración propia.

7. Diagnostico General

ANÁLISIS FODA	<p>Oportunidades</p> <p>O1. El Restaurantes es visitados por todas las personas sin medir su condición socioeconómica.</p> <p>O2. Las comidas que se brindan en el establecimiento pueden comer en familia, amigos o solos.</p> <p>O3. El broster es un plato que se degusta a diario.</p> <p>O4. La demanda generará la apertura de nuevas sucursales.</p> <p>O5. La variedad de platos el cual se ofrece.</p> <p>O6. Alianza estratégica con nuestros proveedores que tienen experiencia en el rubro.</p> <p>O7. El apoyo positivo de las redes.</p> <p>O8. Entidades financieras y bancarias que brindan facilidad de créditos.</p>	<p>Amenazas</p> <p>A1: competencia en el rubro.</p> <p>A2. Mejor equipamiento y tecnología en la competencia.</p> <p>A3. Acceso muy fácil de nuevos competidores del rubro o similares al mercado.</p> <p>A4. Productos sustitutos de fácil acceso.</p> <p>A5. Incremento del precio de insumos y materiales el cual se usa en el restaurant broasteria Alessandro</p> <p>A6. Inestabilidad económica en el país.</p> <p>A7. Publicidad engañosa e intensiva de la competencia en el rubro.</p> <p>A8. Incremento de la inseguridad.</p>
<p>Fortalezas</p> <p>F1. Atención personalizada y servicio de calidad.</p> <p>F2. Precios al alcance de los clientes.</p> <p>F3. Clientes fidelizados.</p> <p>F4. Negocio constituido formalmente.</p> <p>F5. Trabajadores con experiencia.</p> <p>F6. Local propio.</p> <p>F7. Variedad de platos.</p> <p>F8. Espacios adecuados.</p>	<p>Estrategias F-O</p> <p>Brindar una atención personalizada a los clientes, ofreciendo comodidad mediante su estadía (F1, O1, O2).</p> <p>Brindar descuentos y ofertas en fechas especiales a los clientes frecuentes con la finalidad de fidelizarlos (F2, F3, O2, O5).</p> <p>Realizar convenios proveedores con la finalidad de tener mayores opciones de abastecimiento. (F7, O6).</p> <p>Incrementar guarniciones y cremas (F7, O5, O6).</p>	<p>Estrategias F-A</p> <p>realizar ventajas competitivas basadas en la mejora continua (F1, A1, A4).</p> <p>Optimizar el uso de los insumos con la finalidad de no tener pérdidas innecesarias (F5, A5).</p> <p>Establecer estrategias de marketing para captar mayor cantidad de clientes (F3, F4, A1, A3, A4, A7).</p> <p>Disminuir costos en el abastecimiento de productos teniendo en cuenta que mantener la calidad (F1, F2, A5, A6).</p> <p>Realizar un estudio de mercado para realizar las compras para evitar las malas compras con precios elevados (F2, A5, A6).</p>

Debilidades	Estrategias D-O	Estrategias D-A
<p>D1. Tecnología no actualizada y mobiliarios en el local.</p> <p>D2. Ofrece pocas ofertas y promociones de sus productos.</p> <p>D3. No se cuenta con el servicio de delivery.</p> <p>D4. Local pequeño.</p> <p>D5. No se cuenta con un cronograma de capacitación para el personal.</p> <p>D6. Poca iluminación en donde se ubica el local.</p> <p>D7. Platos no bien presentados</p> <p>D8. La fachada no es atractivo.</p>	<p>Financiar prestamos con la finalidad de equipar la empresa con nuevas maquinarias y realizar las entregas por delivery (D1, D3, O8).</p> <p>Ofrecer las Ofertas y promociones a los clientes ofertando los platos de poca salida (D2, O5).</p> <p>Apertura de nuevas sucursales con mayor aforo. (D4, D6, O4, O8).</p> <p>Realizar un cronograma de capacitación del personal en la atención y servicio del cliente (D3, D5, D7, O5, O8)</p> <p>Marcar la diferencia de otras empresas con productos, en calidad, originalidad y precios. (D7, D8, O1, O3, O5).</p>	<p>Realiza o gestionar prestamos con empresas proveedoras con la finalidad de equipar tanto con equipos, mobiliarios y tecnológicas (D1, A2, A6).</p> <p>Rediseñar la fachada del local, volviéndola más atractivo para captar la atención del público en general (D8, A7).</p> <p>Acondicionar áreas de distracción para el confort del público en el local (D8, A1, A3, A7).</p> <p>Hacer uso de las redes sociales para promocionar nuestra empresa D2, D3, D6, D8, A1, A2, A4, A7).</p>

Nota: Elaboración propia.

8. Indicadores de una buena gestión

Indicadores	Evaluación de indicadores dentro de las Mypes
Tener en cuenta a los colaboradores de la empresa en toma de decisiones.	Los Gerentes en su mayoría no toman en cuenta las recomendaciones, sugerencia y participación de los colaboradores en cuanto a la toma de decisiones.
Motivar a los colaboradores.	Los Gerentes en su mayoría no motivan a sus colaboradores ya sea con incentivos monetarios o permisos.
Los trabajadores realizan sus funciones con autodeterminación.	Los Gerentes en su mayoría no exigen y un buen desempeño laboral y no presionan el cumplimiento de sus funciones de los colaboradores.
Reconoce, considera, e incentiva a cada uno de los trabajadores.	Los Gerentes o dueños de la empresa en su mayoría no ofrecen reconocimientos ni tienen consideración y no brindan incentivos a sus trabajadores.
Capacita, instruir y educar a los trabajadores.	Los Gerentes o dueños de la empresa en su mayoría de las empresas no siempre capacitan, instruyen o educan a sus trabajadores, siendo esto un factor muy beneficioso para a empresa.
Evaluar el desempeño del personal.	Los Gerentes o dueños de la empresa en su mayoría no evalúan el desempeño de su personal, por cuanto no cuentan con métodos para medir el rendimiento del personal.

Nota: Elaboración propia.

9. Problemas

Indicadores	Problemas	Causas del Problema
Materiales	El 44% de los Clientes de la broasteria Alessandro indican que la carta es poco visible.	La propietaria no invierte en material informativo tales como la carta y otros.
Capacidad de respuesta	El 70 % de los encuestados indican que los trabajadores muy pocas veces están dispuestos a dar información de los servicios que ofrece la empresa.	Los colaboradores no se encuentran totalmente comprometidos, motivados y/o capacitados para brindar una buena atención. Uno de los factores o causas también es el monto de remuneración que perciben.
Capacidad de Respuesta.	El 68% del total de los clientes encuestados indican que los empleados algunas veces ofrecen rapidez en el servicio.	Los colaboradores no siempre tienen la libertad para desarrollar sus actividades, debido a que los líderes consideran que el rendimiento de los empleados se basa en la presión y supervisión de sus labores.
Empatía.	El 34% de los encuestados indican que la empresa algunas veces ofrece atención personalizada.	Porque los colaboradores no se encuentran capacitados para tener una empatía con los clientes y de ese modo brindar una atención personalizada.
Control de calidad.	El 100% de los trabajadores de la empresa.	Falta de implementación no cuenta con método para medir el desempeño real.

Nota: Elaboración propia.

10. Establecer soluciones

10.1. Establecer acciones de mejora

Indicadores	Problemas	Acciones de mejora
Materiales	El 44% de los Clientes de la broasteria Alessandro indican que la carta es poco visible.	La dueña de la broasteria Alessandro debe de tomar los servicios que un profesional para la elaboración de los materiales de información ya sea esto las cartas o los anuncios de promociones y otros: <ul style="list-style-type: none"> • Mayor información en los anuncios publicitarios de la empresa • Generar atracción visual. • Solucionar problemas de forma eficaz.
Capacidad de respuesta	El 70 % de los encuestados indican que los trabajadores muy pocas veces están dispuestos a dar información de los servicios que ofrece la empresa.	La propietaria debe de capacitar o instruir a los colaboradores: <ul style="list-style-type: none"> • Motivarlos con salarios adecuado. • Respetando el horario de trabajo. • Realizar consensos. • Establecer buenas relaciones. • Establecer horarios flexibles. • Capacitaciones.
Capacidad de Respuesta.	El 68% del total de los clientes encuestados indican que los empleados algunas veces ofrecen rapidez en el servicio.	<ul style="list-style-type: none"> • Trabajar en forma coordinada los trabajadores de cocina con los meseros. • Llevar un adecuado control de llegada de los clientes. • Realizar estrategias que nos ayuden a la rapidez.
Empatía.	El 34% de los encuestados indican que la empresa algunas veces ofrece atención personalizada.	Establecer muchas estrategias con la finalidad de incentivar y reconocer el compromiso que tiene los colaboradores, tales como: <ul style="list-style-type: none"> • Establecer política de capacitación. • Implementar incentivos en días especiales tales como el día del trabajador día del padre día de la madre entre otros. • Ofrecer bonificaciones o gratificaciones. • Compensar sus horas extras.
Control de calidad.	El 100% de los trabajadores de la empresa indicaron que no cuenta con un método para medir el desempeño real	Establecer un mecanismo de control para medir el desempeño real de la empresa.

Nota: Elaboración propia.

11. Recursos para la implantación de las estrategias

N°	Estrategias	Recursos Humanos	Recursos Económicos	Recursos Tecnológicos	Tiempo
1	<p>La dueña de la broasteria Alessandro debe de tomar los servicios que un profesional para la elaboración de los materiales de información ya sea esto las cartas o los anuncios de promociones y otros:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mayor información en los anuncios publicitarios de la empresa • Generar atracción visual. • Solucionar problemas de forma eficaz. 	Propietario y personal	S/. 1,800.00	Internet Computadora Impresora	4 meses
2	<p>La propietaria debe de capacitar o instruir a los colaboradores:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Motivarlos con salarios adecuado. • Respetando el horario de trabajo. • Realizar consensos. • Establecer buenas relaciones. • Establecer horarios flexibles. • Capacitaciones. 	Propietario y personal	S/. 3,500.00	Internet Computadora Celulares Proyector	4 meses
3	<ul style="list-style-type: none"> • Trabajar en forma coordinada los trabajadores de cocina con los meseros. • Llevar un adecuado control de llegada de los clientes. • Realizar estrategias que nos ayuden a la rapidez. 	Propietarios	S/. 1,000.00	Internet Computadora Celulares	4 meses
4	<p>Establecer muchas estrategias con la finalidad de incentivar y reconocer el compromiso que tiene los colaboradores, tales como:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Establecer política de capacitación. • Implementar incentivos en días especiales tales como el día del trabajador día del padre día de la madre entre otros. • Ofrecer bonificaciones o gratificaciones. • Compensar sus horas extras. 	Propietarios	S/. 3,000.00	Internet Computadora Celulares Proyector	4 semanas
5	<ul style="list-style-type: none"> • Establecer un mecanismo de control para medir el desempeño real de la empresa. 	Propietarios	S/. 2,000.00	Internet Computadora Celulares Proyector	4 semanas

Nota: Elaboración propia.

12. Cronograma de actividades

N°	ESTRATEGIA	INICIO	TERMINO	ENERO				FEBRERO				MARZO				ABRIL			
1	La dueña de la broasteria Alessandro debe de tomar los servicios que un profesional para la elaboración de los materiales de información ya sea esto las cartas o los anuncios de promociones y otros: Mayor información en los anuncios publicitarios de la empresa Mayor información en los anuncios publicitarios de la empresa Generar atracción visual. Solucionar problemas de forma eficaz	01/01/2023	30/04/2023				X				X				X				X
2	La propietaria debe de capacitar o instruir a los colaboradores: * Motivarlos con salarios adecuado. * Respetando el horario de trabajo. * Realizar consensos. * Establecer buenas relaciones. * Establecer horarios flexibles. * Capacitaciones.	01/01/2023	30/04/2023				X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
3	* Trabajar en forma coordinada los trabajadores de cocina con los meseros. * Llevar un adecuado control de llegada de los clientes. * Realizar estrategias que nos ayuden a la rapidez.	01/01/2023	30/04/2023				X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
4	Establecer muchas estrategias con la finalidad de incentivar y reconocer el compromiso que tiene los colaboradores, tales como: * Establecer política de capacitación. * Implementar incentivos en días especiales tales como el día del trabajador día del padre día de la madre entre otros. * Ofrecer bonificaciones o gratificaciones. * Compensar sus horas extras.	01/01/2023	30/04/2023				X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
5	Establecer un mecanismo de control para medir el desempeño real de la empresa.	01/01/2023	30/04/2023				X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

Referencias bibliográficas

- Alejandro Jacinto, E. S. (2018). *www.repositorio.udh.edu.pe*. Obtenido de <http://repositorio.udh.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1158/ALEJANDRO%20JACINTO%2c%20Edith%20Selenia.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Alvarez Garcia, S. G. (2019). *www.repositorio.udh.edu.pe*. Obtenido de <http://repositorio.udh.edu.pe/bitstream/handle/123456789/2203/ALVAREZ%20GARCIA%2c%20Sherly%20Ginette.pdf?sequence=3&isAllowed=y>
- Arias, F. (2014). *www.ebevidencia.com*. Obtenido de <https://ebevidencia.com/wp-content/uploads/2014/12/EL-PROYECTO-DE-INVESTIGACION%20C3%93N-6ta-Ed.-FIDIAS-G.-ARIAS.pdf>
- Balbuena, J. H. (15 de Diciembre de 2009). *www.gestiopolis.com*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/las-mypes-en-el-peru/#autores>
- Chacón Cantos, J., & Rugel Kamarova, S. (2018). *www.revistaespacios.com*. Obtenido de <http://www.revistaespacios.com/a18v39n50/a18v39n50p14.pdf>
- Del Águila Shupingahua, M. M. (2019). *www.repositorio.uladech.edu.pe*. Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/14294/GESTION_SATISFACCION_CALIDAD_DEL%20AGUILA_SHUPINGAHUA_MARIELA_MARISSET_empastado.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Durán Nakamura, S. M. (2019). *www.repositorio.uladech.edu.pe*. Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/10094/GESTION_DE_CALIDAD_REPRESENTANTE_DURAN_NAKAMURA_SAEMI_MARIBEL.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Formaliza-t Perú. (07 de Enero de 2019). *www.formaliza-tperu.org*. Obtenido de <https://www.formaliza-tperu.org/que-es-el-regimen-mype-tributario-2018/>
- García Llamas, Z. A., & Rizzo Esquivia, M. A. (2018). *www.repositorio.unicartagena.edu.co*. Obtenido de https://repositorio.unicartagena.edu.co/bitstream/handle/11227/7762/PROYECTO_FINAL_Zarkis-Manuel.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Galán Amador, M. (2009). *www.manuelgalan.blogspot.com*. Obtenido de <http://manuelgalan.blogspot.com/2009/08/las-hipotesis-en-la-investigacion.html>
- Griful Ponsati, E., & Canela Campos, M. Á. (2005). *www.books.google.es*. Obtenido de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=jpiQg0LLtJ4C&oi=fnd&pg=PA4&ots=cG8F3mh2Fa&sig=H8Ay8vGnjabJ3DE7dRdGSI3no3Y#v=onepage&q&f=false>
- Herrera García, B. (2011). Análisis estructural de las MYPEs y PYMEs. *Revista de la facultad de ciencias contables*, 69-89.
- Hernandez, P., Fernandez, C., & Baptista, P. (Agosto de 2017). Metodología de la investigación. Obtenido de BestSeller: <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp->

- Jiménez, V. (2017). Los 5 errores que provocan el cierre definitivo de una pyme. Recuperado de, <http://lanacion.cl/2017/09/06/los-5-errores-queprovocan-el-cierre-definitivo-de-una-pyme/>
- Juran, J. M. (1990). *www.books.google.es/*. Obtenido de https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=4JAd6PBWfG0C&oi=fnd&pg=PA197&dq=la+obra+de+juran+gestion+de+la+calidad&ots=XNzaDv3oMQ&sig=Qu6TrTrWYLXX3TjWTL_4kLLsg_c#v=onepage&q=la%20obra%20de%20juran%20gestion%20de%20la%20calidad&f=false
- Kotler, P. Et al. (2015). Marketing 4.0. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, Recuperado de http://www.ciando.com/img/books/extract/111934106X_lp.pdf
- Martínez De La Mata, B. F. (2020). *www.repositorio.udh.edu.pe*. Obtenido de <http://repositorio.udh.edu.pe/bitstream/handle/123456789/2471/MARTINEZ%20DE%20LA%20MATA%2c%20Brian%20Fernando.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Lloréns Montes, F. J., & Fuentes Fuentes, M. d. (2005). *Gestión de la calidad empresarial, fundamentos e implantación*. Ediciones Pirámide. Obtenido de <https://www.edicionespiramide.es/libro.php?id=1144190>
- Niño Márquez, B. F. (2019). *www.repositorio.uladech.edu.pe*. Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/13753/GESTI%2c%20%93N%20CALIDAD%20EN%20SATISFACCI%2c%20%93N%20AL%20CLIENTE%20COMERCIALIZACI%2c%20%93N%20NI%2c%20%91O%2c%20%81RQUEZ%20FRANKLIN.pdf?sequence=4&isAllowed=y>
- Otoya, J. J. (2006). La PYME en el Perú. PAD • REVISTA DE EGRESADOS, 32.
- Rebaza Salinas, J. J. (2019). *www.repositorio.upci.edu.pe*. Obtenido de http://repositorio.upci.edu.pe/bitstream/handle/upci/91/T-REBAZA_SALINAS_JUAN.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Rivera Huarauya, S. (2020). *www.repositorio.uladech.edu.pe*. Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/18485/CALIDAD%20DE%20SERVICIO%20CLIENTE%20RIVERA%20HUARAUYA%20SILVIA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Roldan, P. N. (s.f.). *www.economipedia.com*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/diferenciacion-de-producto.html>
- Santos Vijandea, M. L., & Álvarez González, L. I. (2019). *www.redalyc.org*. ((. t. Universia Business Review [en línea] 2007, Editor) Recuperado el 25 de Julio de 2019, de :<<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=43301306>> ISSN 1698-5117
- Sevilla Arias, A. (s.f.). *www.economipedia.com*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/ventaja-competitiva.html>
- Thompson, I. (2006). *www.cloudfront.net*. Obtenido de https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/52648624/Lectura_1.pdf?1492449174=&response-content-

disposition=inline%3B+filename%3DLa_Satisfaccion_del_Cliente.pdf&Expires=1605485688&Signature=GWfgwt-M7Wu3cyGxU5kUjV4Jg58v3OMN2ZgR22Gj4LJlHPyC5IQBpmvtMM66BnuB287ygqM

Udaondo Durán, M. (1992). *www.books.google.es*. Obtenido de https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=hoRIEGdLGxIC&oi=fnd&pg=PR9&dq=gestion+de+calidad+libro&ots=qh-oRoYt18&sig=FnH5Q4wEEoadSk_XOq7rN0FZNT8#v=onepage&q=gestion%20de%20calidad%20libro&f=false

ULADECH. (2019). CÓDIGO DE ÉTICA PARA LA INVESTIGACIÓN VERSIÓN 001 Chimbote. Obtenido de <https://www.uladech.edu.pe/images/stories/universidad/documentos/2019/codigo-de-etica-para-la-investigacion-v002.pdf>

Vallejo Carriel, C. F. (2018). *www.repositorio.uteq.edu.ec*. Obtenido de <https://repositorio.uteq.edu.ec/bitstream/43000/2890/1/T-UTEQ-0032.pdf>

Anexos

Anexo 1: Cronograma de actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																	
N°	ACTIVIDADES	AÑO 2020				AÑO 2021								AÑO 2022			
		SEMESTRE II				SEMESTRE I				SEMESTRES II				SEMESTRE I			
		MES				MES				MES				MES			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Elaboración del proyecto	X															
2	Revisión del proyecto por el Jurado de Investigación		X														
3	Aprobación del proyecto por el Jurado de Investigación			X													
4	Exposición del proyecto al Jurado de Investigación o Docente Tutor				X												
5	Mejora del marco teórico					X											
6	Redacción de la revisión de la literatura					X											
7	Elaboración del consentimiento informado (*)						X										
8	Ejecución de la metodología						X										
9	Resultados de la investigación							X									
10	Conclusiones y recomendaciones							X	X								
11	Redacción del pre informe de Investigación									X	X	X	X				
12	Redacción del informe Final													X	X		
13	Aprobación del informe final por el Jurado de Investigación															X	
14	Presentación de ponencia en eventos científicos																X
15	Redacción de Artículo Científico																X

Anexo 2: Presupuesto

Categoría	Base	% o Número	Total (S/.)
Suministros (*)			
• Impresiones	0.20	50	15.00
• Fotocopias	0.10	80	7.00
• Empastado	12.00	1	12.00
• Papel bond A-4 (500 hojas)	11.00	1	11.00
• Lapiceros	0.5	5	2.50
Servicios			
• Uso de Turnitin	50.00	2	100.00
Sub total			147.50
Gastos de viaje			
• Pasajes para recolectar información	10.00	2	20.00
Servicios			
• Uso de Internet	50.00	2	100.00
• Luz eléctrica	35.00	2	70.00
Sub total			
Total de presupuesto.			
Total (S/.)			337.50
Presupuesto no desembolsable (Universidad)			
Categoría	Base	% o Número	Total (S/.)
Servicios			
- Uso de internet (Laboratorio de Aprendizaje Digital - LAD)	30.00	4	120.00
- Búsqueda de información en base de datos	35.00	2	70.00
- Soporte informático (Módulo de Investigación del ERP University – MOIC)	40.00	4	160.00
- Publicación de artículo en repositorio institucional	50.00	1	50.00
- Sub total			400.00
Recurso humano			
- Asesoría personalizada (5 horas por semana)	63.00	4	252.00
- Sub total			252.00
Total presupuesto no desembolsable			652.00
Total (S/.)			959.50

Anexo 3: cuadro de sondeo

Anexo 4: Consentimiento informado



ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION

CARTA N° - 2020-ULADECH CATÓLICA

Sra.
ADALIDES NELDY MORI ZAMBRANO
Propietaria de la Restaurant **Broasteria Alessandro**
Presente.-

De mi consideración:

Es un placer dirigirme a usted para expresar mi cordial saludo e informarle que soy estudiante de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad Católica Los Angeles de Chimbote. El motivo de la presente tiene por finalidad presentarme, Zambrano Orizano, Thelma Adelina, con código de matrícula N° 4811151076 de la Carrera Profesional de Administración, ciclo VIII quien solicita autorización para ejecutar de manera remota o virtual, el proyecto de investigación titulado "PROPUESTA DE MEJORA DEL SERVICIO AL CLIENTE PARA LA GESTION DE LA CALIDAD DE LA MYPE XUBIRO RESTAURANT CASO - RESTAURAN BROASTERIA ALESSANDRO EN EL DISTRITO DE AMBO - JULIÁNICO 2021", durante los meses de Setiembre, Octubre y noviembre del presente año.

Por este motivo, mucho agradeceré me brinde el acceso y las facilidades a fin de ejecutar satisfactoriamente mi investigación la misma que redundará en beneficio de su Institución. En espera de su amable atención, quedo de usted.

Atentamente,


ZAMBRANO ORIZANO, THELMA ADELINA
DNI. N° 41283127

Recibido
07-09-2021

Adalides Nelly Zambrano
DNI - 46983251



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS
(Escuela profesional de Administración)

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

La presente investigación se titula Servicio al cliente bajo el enfoque de la gestión de la calidad en las micro y pequeñas Empresas, rubro restaurante: caso restaurante broastería Alessandro, distrito de Ambo, Huanuco, 2021, y es dirigido por Thelma Adelina Zambrano Orizano, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Determinar la propuesta de mejora servicio al cliente para la gestión de calidad de la Mype rubro restaurant caso – restaurant broastería Alessandro en el distrito de Ambo - Huánuco 2021. Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través del celular o correo electrónico. Si desea, también podrá escribir al correo zambranothelma242@gmail-com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

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

Nombre: GARCIA CAHACHO ALBERTO - 22640482

Fecha: 07-10-2021

Correo electrónico: 921755438

Firma del participante: 

Firma del investigador (o encargado de recoger información): 

COMITÉ INSTITUCIONAL DE ÉTICA EN INVESTIGACIÓN – ULADECH CATÓLICA



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS
(Escuela profesional de Administración)

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

La presente investigación se titula Servicio al cliente bajo el enfoque de la gestión de la calidad en las micros y pequeñas Empresas, rubro restaurante: caso restaurante broastería Alessandro, distrito de Ambo, Huanuco, 2021, y es dirigido por Thelma Adelina Zambrano Orizano, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Determinar la propuesta de mejora servicio al cliente para la gestión de calidad de la Mype rubro restaurant caso – restaurant broastería Alessandro en el distrito de Ambo - Huánuco 2021, Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través del celular o correo electrónico. Si desea, también podrá escribir al correo zambranothelma242@gmail-com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

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

Nombre: YOVIS CHERER ARIAS RUFINO

Fecha: 07 - OCTUBRE 2021

Correo electrónico: arias_rufino@gmail.com

Firma del participante: 

Firma del investigador (o encargado de recoger información): 

COMITÉ INSTITUCIONAL DE ÉTICA EN INVESTIGACIÓN – ULADECH CATÓLICA



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS
(Escuela profesional de Administración)

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

La presente investigación se titula **Servicio al cliente bajo el enfoque de la gestión de la calidad en las micros y pequeñas Empresas, rubro restaurante: caso restaurante broasteria Alessandro, distrito de Ambo, Huanuco, 2021**, y es dirigido por **Thelma Adelina Zambrano Orizano**, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Determinar la propuesta de mejora servicio al cliente para la gestión de calidad de la Mype rubro restaurant caso – restaurant broasteria Alessandro en el distrito de Ambo - Huánuco 2021. Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través del celular o correo electrónico. Si desea, también podrá escribir al correo zambranothelma242@gmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el **Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote**.

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

Nombre: María Soledad Figueiredo Juanón

Fecha: 08 - 10 - 21

Correo electrónico: soff_28010820@gmail.com

Firma del participante: [Firma]

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

COMITÉ INSTITUCIONAL DE ÉTICA EN INVESTIGACIÓN – ULADECH CATÓLICA



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS (Escuela profesional de Administración)

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

La presente investigación se titula **Servicio al cliente bajo el enfoque de la gestión de la calidad en las micros y pequeñas Empresas, rubro restaurante: caso restaurante broastería Alessandro, distrito de Ambo, Huanuco, 2021**, y es dirigido por **Thelma Adelina Zambrano Orizano**, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Determinar la propuesta de mejora servicio al cliente para la gestión de calidad de la Mype rubro restaurant caso – restaurant broastería Alessandro en el distrito de Ambo - Huánuco 2021. Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través del celular o correo electrónico. Si desea, también podrá escribir al correo zambranothelma242@gmail-com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el **Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote**.

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

Nombre: Dra. Veronica Kadena Castro

Fecha: 08-10-2021

Correo electrónico: 953626886

Firma del participante: [Firma manuscrita]

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

COMITÉ INSTITUCIONAL DE ÉTICA EN INVESTIGACIÓN – ULADECH CATÓLICA



PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS
(Escuela profesional de Administración)

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

La presente investigación se titula **Servicio al cliente bajo el enfoque de la gestión de la calidad en las micros y pequeñas Empresas, rubro restaurante: caso restaurante broastería Alessandro, distrito de Ambo, Huanuco, 2021**, y es dirigido por **Thelma Adelina Zambrano Orizano**, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Determinar la propuesta de mejora servicio al cliente para la gestión de calidad de la Mype rubro restaurant caso – restaurant broastería Alessandro en el distrito de Ambo - Huánuco 2021. Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través del celular o correo electrónico. Si desea, también podrá escribir al correo zambranothelma242@gmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el **Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote**.

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

Nombre: MARIA TIBURCIO TASTIMAYO

Fecha: 07-10-2021

Correo electrónico: elcristobal93@gmail.com

Firma del participante: 

Firma del investigador (o encargado de recoger información): 



PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS
(Escuela profesional de Administración)

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

La presente investigación se titula Servicio al cliente bajo el enfoque de la gestión de la calidad en las micro y pequeñas Empresas, rubro restaurante: caso restaurante Inocencia Alejandra, distrito de Ambo, Huancayo, 2021. y es dirigido por Thelma Adolina Zambrano Orizaga, Investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Determinar la propuesta de mejora servicio al cliente para la gestión de calidad de la Mype rubro restaurante caso - restaurante Inocencia Alejandra en el distrito de Ambo - Huancayo 2021. Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al iniciar la investigación, usted será informado de los resultados a través del celular o correo electrónico. Si desea, también podrá escribir al correo: nathnathnath242@gmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

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

Nombre: NATHNATHNATH BOLINDO DE ALINDOPE SA

Fecha: 06-07-2021

Celular: 974262833

Firma del participante:

Firma del investigador (o encargado de recoger información):



PROTÓCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS
(Evento profesional de Administración)

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

La presente investigación se realiza Servicio al cliente bajo el enfoque de la gestión de la calidad en las micro y pequeñas Empresa, rubro restaurante: casa restaurante frontera Alejandro, distrito de Ancho, Huancayo, 2021, y es dirigido por Thelma Adelin Zambrano Ojeda, investigador de la Universidad Católica Los Angeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Determinar la propuesta de mejorar servicio al cliente para la gestión de calidad de la Mype rubro restauran casa - restauran frontera Alejandro en el distrito de Ancho - Huancayo 2021. Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través del celular o correo electrónico. Si desea, también podrá escribir al correo maribastrochica2420@gmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la investigación de la universidad Católica los Angeles de Chimbote.

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

Nombre: CESPACI BERANO JENARICO

Fecha: 06-10-2021

Correo electrónico: 958536772

Firma del participante:

Firma del investigador o encargado de recoger información:

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS
(Escuela profesional de Administración)

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

La presente investigación se titula Servicio al cliente bajo el enfoque de la gestión de la calidad en las micro y pequeñas Empresas, rubro restaurante: caso restaurante brassería Alessandro, distrito de Ambo, Huancayo, 2021, y es dirigido por Thelma Adolma Zambrano Orizano, investigador de la Universidad Católica Los Angeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Determinar la propuesta de mejora servicio al cliente para la gestión de calidad de la Mype rubro restaurante caso – restaurante brassería Alessandro en el distrito de Ambo - Huancayo 2021. Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través del celular o correo electrónico. Si desea, también podrá escribir al correo zambranothelma242@gmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica Los Angeles de Chimbote.

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

Nombre: Baudilio Trinidad Jato

Fecha: 09-10-2021

Celular/whatsapp: 5712-444 9840 @trinidad.com

Firma del participante: 

Firma del investigador (o encargado de recoger información): 

PROCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS
(Escuela profesional de Administración)

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

La presente investigación se trata **Servicio al cliente bajo el enfoque de la gestión de la calidad en las micro y pequeñas Empresas, rubro restaurantes: caso restaurante brassería Alessandro, distrito de Ambo, Huancayo, 2021**, y es dirigido por **Thelma Adalina Zambrano Ortizano**, investigador de la Universidad Católica Los Angeles de Chimbo.

El propósito de la investigación es: **Determinar la propuesta de mejor servicio al cliente para la gestión de calidad de la Mype rubro restaurante caso – restaurante brassería Alessandro en el distrito de Ambo - Huancayo 2021**. Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través del celular o correo electrónico. Si desea, también podrá escribir al correo zambraothelma242@gmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica Los Angeles de Chimbo.

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

Nombre: TERESA ARIELITA SANTIAGO

Fecha: 08 - OCTUBRE 2021

Correo electrónico: arielita.santiago@hotmail.com

Firma del participante: 

Firma del Investigador (o encargado de recoger información): 

Anexo 5: Instrumento de recolección de datos



FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERIA ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION

CUESTIONARIO

Cuestionario estructurado que se aplicara a los representantes y trabajadores que toman decisiones del servicio al cliente para la gestión de la calidad de la MYPE Restaura
n Broasteria Alessandro

ENCUESTA:

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

Nunca (1)	Muy pocas veces (2)	Algunas Veces (3)	Casi Siempre (4)	Siempre (5)	
N°	Ítems				Alternativa
V1: SERVICIO AL CLIENTE					
D1: Elementos Tangibles					
1	¿La vestimenta del personal tiene una apariencia pulcra?				1 2 3 4 5
2	¿Los ambientes físicos de empresa son visualmente atractivas?				1 2 3 4 5
3	¿Los elementos de material de información (la carta) son visualmente atractivo?				1 2 3 4 5
D2: Capacidad de respuesta					
4	¿Los empleados están siempre dispuesto a dar información de los servicios que ofrece la empresa?				1 2 3 4 5
5	¿Los empleados ofrecen rapidez del servicio?				1 2 3 4 5
D3: seguridad					
6	¿Usted se sienten seguros y mantiene credibilidad de los servicios?				1 2 3 4 5
7	¿El comportamiento de los empleados transmite confianza?				1 2 3 4 5

D4: confiabilidad						
8	¿Los empleados siempre cumplen lo que prometen a los clientes?	1	2	3	4	5
9	¿Los empleados muestran interés por solucionar problemas del servicio prestado?	1	2	3	4	5
D5: empatía						
10	¿La empresa muestra Comprensión por sus clientes?	1	2	3	4	5
11	¿La empresa ofrece una Atención personalizada a sus clientes?	1	2	3	4	5

Cuestionario para el gerente de la empresa.

	Nunca (1)	Muy pocas veces (2)	Algunas Veces (3)	Casi Siempre (4)	Siempre (5)				
N°	Ítems				Alternativa				
V2: Gestión de la calidad									
D1: Planificación									
12	¿Usted establece metas de calidad para su empresa?				1	2	3	4	5
13	¿Usted identifica las necesidades de sus clientes?				1	2	3	4	5
14	¿Usted planifica las características de sus productos?				1	2	3	4	5
D2: control de la calidad									
15	¿Usted cuenta con un método para medir el desempeño real?				1	2	3	4	5
16	¿Usted tiene Unidades de medida para el desarrollo de su producto?				1	2	3	4	5
D3 mejora continua									
17	¿Usted siempre está dispuesto al mejoramiento de la calidad?				1	2	3	4	5
18	¿Usted diagnostica las causas cuando sale mal sus productos?				1	2	3	4	5
19	¿Usted realiza Propuesta de mejora para tener mejor calidad?				1	2	3	4	5

Anexo 6: Validación del instrumento de recolección de datos

**INFORME DE JUICIO DE EXPERTO SOBRE EL INSTRUMENTO DE
INVESTICAVION**

Juicio de Experto: LIC. Abel Oswaldo Mendoza Domínguez

Constancia de validación

Yo, ABEL OSWALDO MENDOZA DOMÍNGUEZ, identificado con DNI 45873998,
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el (los)
instrumento (s) de recolección de datos: cuestionario, elaborado por **THELMA
ADELINA ZAMBRANO ORIZANO** a los efectos de su aplicación a los elementos de
la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación: **PROPUESTA DE
MEJORA DEL SERVICIO AL CLIENTE PARA LA GESTION DE LA CALIDAD DE LA
MYPE RUBRO RESTAURANT CASO – RESTAURAN BROASTERIA ALESSANDRO
EN EL DISTRITO DE AMBO - HUANUCO 2021**, que se encuentra realizando.

Luego de hacer la revisión correspondiente se recomienda al (la) estudiante tener en
cuenta las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar sus
resultados.

HUANUCO, 27 de septiembre de 2021


.....
45873998

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): MENDOZA DOMÍNGUEZ, ABEL OSWALDO
- 1.2. Grado Académico: LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES
- 1.3. Profesión: ADMINISTRADOR DE EMPRESAS
- 1.4. Institución donde labora: MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE AMBO
- 1.5. Cargo que desempeña: JEFE DE LA UNIDAD DE PROMOCION EMPRESARIAL Y TURISMO
- 1.6. Denominación del instrumento: CUSTIONARIO
- 1.7. Autor del instrumento: THELMA ADELINA ZAMBRANO ORIZAN
- 1.8. Carrera: ADMINISTRACION DE EMPRESAS

II. VALIDACIÓN:

Ítems correspondientes a la variable 1

Nº de ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: Elementos Tangibles							
1	X			X		X	
2	X			X		X	
3	X			X		X	
4	X			X		X	
Dimensión 2: Capacidad de respuesta							
5	X			X		X	
6	X			X		X	
7	X			X		X	
Dimensión 3: Espacia							
8	X			X		X	
9	X			X		X	
Dimensión 4: Seguridad							
8	X			X		X	
9	X			X		X	
Dimensión 5: Habilidad							
8	X			X		X	
9	X			X		X	

Ítems correspondientes a la variable 2

N° de ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: enfoque al cliente							
10	X			X		X	
11	X			X		X	
12	X			X		X	
13	X			X		X	
Dimensión 2: compromiso de las personas							
14	X			X		X	
15	X			X		X	
Dimensión 3: la mejora continua							
16	X			X		X	
17	X			X		X	
18	X			X		X	

Otras observaciones generales: NINGUNA


 LIC. MENDOZA DOMÍNGUEZ, ABEL OSWALDO
 DNI 45873998

Nota: se adjunta:

- Definición y operacionalización de las variables y
- Matriz de consistencia.
- cuestionario

**INFORME DE JUICIO DE EXPERTO SOBRE EL INSTRUMENTO DE
INVESTICAVION**

Juicio de Experta: Magister Liguia Dalva Avila Figueroa

Constancia de validación

Yo, LIGUIA DALVA AVILA FIGUEROA, identificado con DNI 40662006, LICENCIADA ADMINISTRACION DE EMPRESAS, con colegiatura N° CI.AD 26854

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el (los) instrumento (s) de recolección de datos: cuestionario, elaborado por **THELMA ADELINA ZAMBRANO ORIZANO** a los efectos de su aplicación a los elementos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación: **PROPUESTA DE MEJORA DEL SERVICIO AL CLIENTE PARA LA GESTION DE LA CALIDAD DE LA MYPE RUBRO RESTAURANT CASO – RESTAURAN BROASTERIA ALESSANDRO EN EL DISTRITO DE AMBO - HUANUCO 2021**, que se encuentra realizando.

Luego de hacer la revisión correspondiente se recomienda al (la) estudiante tener en cuenta las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar sus resultados.

HUANUCO, 27 de septiembre de 2021



INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante (Experta): AVILA FIGUEROA, LIGUIA DALVA
- 1.2. Grado Académico: LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
- 1.3. Profesión: ADMINISTRADORA DE EMPRESAS
- 1.4. Institución donde labora: MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE AMBO
- 1.5. Cargo que desempeña: GERENTE DE DESARROLLO ECONOMICO Y ADMINISTRACION TRIBUTARIA
- 1.6. Denominación del instrumento: CUESTIONARIO
- 1.7. Autor del instrumento: THELMA ADELINA ZAMBRANO ORIZAN
- 1.8. Carrera: ADMINISTRACION DE EMPRESAS

II. VALIDACIÓN:

Ítems correspondientes a la variable I

N° de ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: Elementos Tangibles							
1	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		
2	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		
3	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		
Dimensión 2: Capacidad de respuesta							
4	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		
5	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		
6	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		
Dimensión 3: Empatía							
7	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		
8	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		
Dimensión 4: Seguridad							
9	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		
10	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		
Dimensión 5: fiabilidad							
11	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		
12	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		

Ítems correspondientes a la variable 2

Nº de Ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: enfoque al cliente							
13	✓		✓		✓		
14	✓		✓		✓		
15	✓		✓		✓		
Dimensión 2: compromiso de las personas							
16	✓		✓		✓		
17	✓		✓		✓		
Dimensión 3: la mejora continua							
18	✓		✓		✓		
19	✓		✓		✓		
20	✓		✓		✓		

Otras observaciones generales: NINGUNA


MUNICIPALIDAD PROVINCIAL AMBO
[Handwritten Signature]
 Lic. Adm. Lilia D. Avila Figueroa
 Ger. Des. Econ. y AT.

Nota: se adjunta:

- Definición y operacionalización de las variables y
- Matriz de consistencia
- cuestionario

**INFORME DE JUICIO DE EXPERTO SOBRE EL INSTRUMENTO DE
INVESTICAVION**

Juicio de Experto: Doctor Luis Henry Barrueta Salazar

Constancia de validación

Yo, **BARRUETA SALAZAR LUIS HENRRY**, identificado con DNI 42380412, DOCTO EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el (los) instrumento (s) de recolección de datos: cuestionario, elaborado por **THELMA ADELINA ZAMBRANO ORIZANO** a los efectos de su aplicación a los elementos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación: **PROPUESTA DE MEJORA DEL SERVICIO AL CLIENTE PARA LA GESTION DE LA CALIDAD DE LA MYPE RUBRO RESTAURANT CASO – RESTAURAN BROASTERIA ALESSANDRO EN EL DISTRITO DE AMBO - HUANUCO 2021**, que se encuentra realizando.

Luego de hacer la revisión correspondiente se recomienda al (la) estudiante tener en cuenta las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar sus resultados.

HUANUCO, 27 de septiembre de 2021



Firma

Barrueta Salazar Luis Henry

DNI N° 42380412

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): **BARRUETA SALAZAR LUIS HENRRY**
- I.2. Grado Académico: **DOCTOR**
- I.3. Profesión: **ADMINISTRADOR DE EMPRESAS**
- I.4. Institución donde labora: **MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE HUANUCO**
- I.5. Cargo que desempeña: **GERENTE DE DESARROLLO SOCIAL Y SEGURIDAD CIUDADANA**
- I.6. Denominación del instrumento: **CUSTIONARIO**
- I.7. Autor del instrumento: **THELMA ADELINA ZAMBRANO ORIZAN**
- I.8. Carrera: **ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

II. VALIDACIÓN:

Ítems correspondientes a la variable 1

Nº de ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: Elementos Tangibles							
1	X			X		X	
2	X			X		X	
3	X			X		X	
Dimensión 2: Capacidad de respuesta							
4	X			X		X	
5	X			X		X	
6	X			X		X	
Dimensión 3: Empatía							
7	X			X		X	
8	X			X		X	
Dimensión 4: Seguridad							
9	X			X		X	
10	X			X		X	
Dimensión 5: fiabilidad							
11	X			X		X	
12	X			X		X	

Ítems correspondientes a la variable 2

N° de Ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: enfoque al cliente							
13	X			X		X	
14	X			X		X	
15	X			X		X	
Dimensión 2: compromiso de las personas							
16	X			X		X	
17	X			X		X	
Dimensión 3: la mejora continua							
18	X			X		X	
19	X			X		X	
20	X			X		X	

Otras observaciones generales: NINGUNA



Firma

Barrueta Salazar Luis Henry

DNI N° 42380412

Nota: se adjunta:

- Definición y operacionalización de las variables y
- Matriz de consistencia
- cuestionario

Anexo 7: Figuras

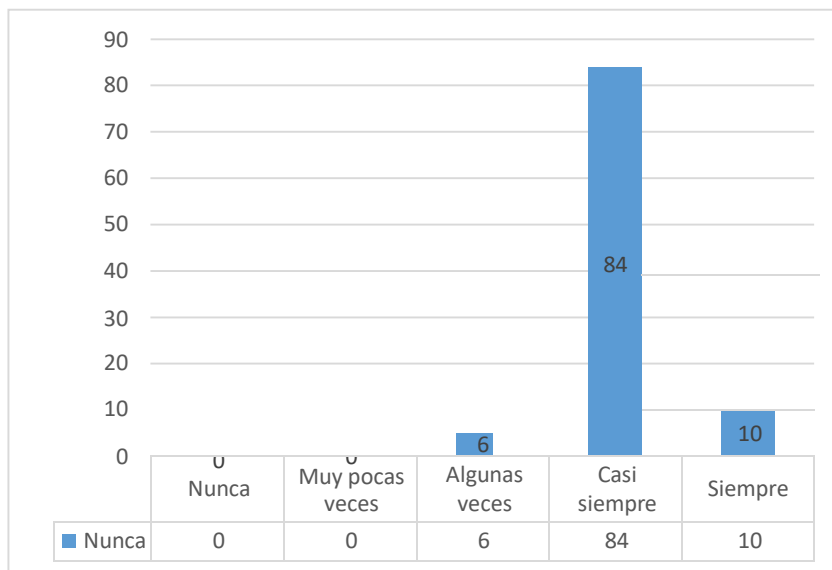


Figura 1: La vestimenta del personal tiene una apariencia pulcra

Fuente: Elaboración propia

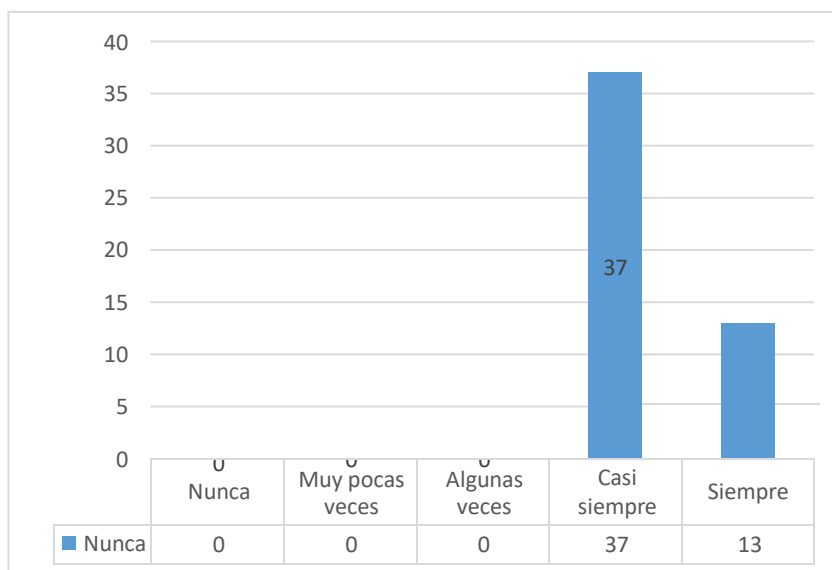


Figura 2: Los ambientes físicos de la empresa son visualmente atractivas

Fuente: Elaboración propia

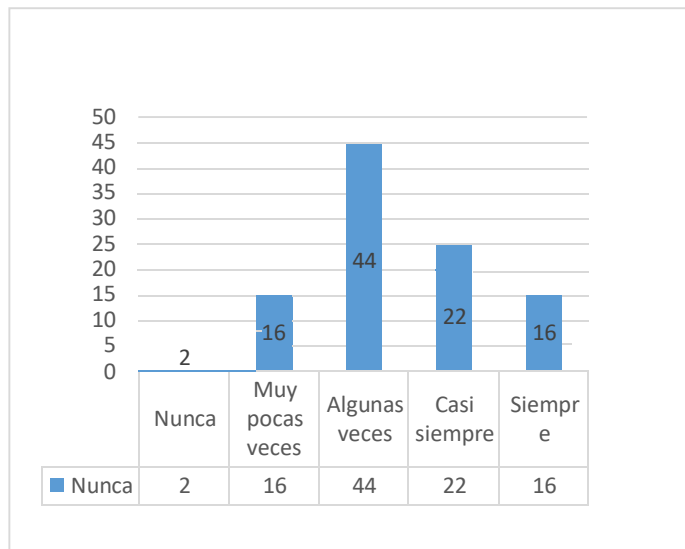


Figura 3: Los elementos de material de información (la carta) son visualmente atractivo

Fuente: Elaboración propia

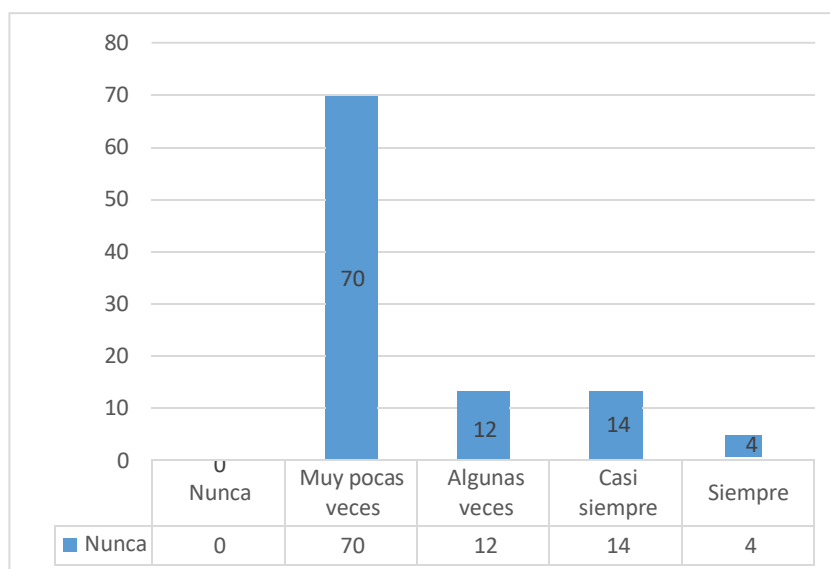


Figura 4: Los empleados están siempre dispuesto a dar Información de los servicios que ofrece la empresa

Fuente: Elaboración propia

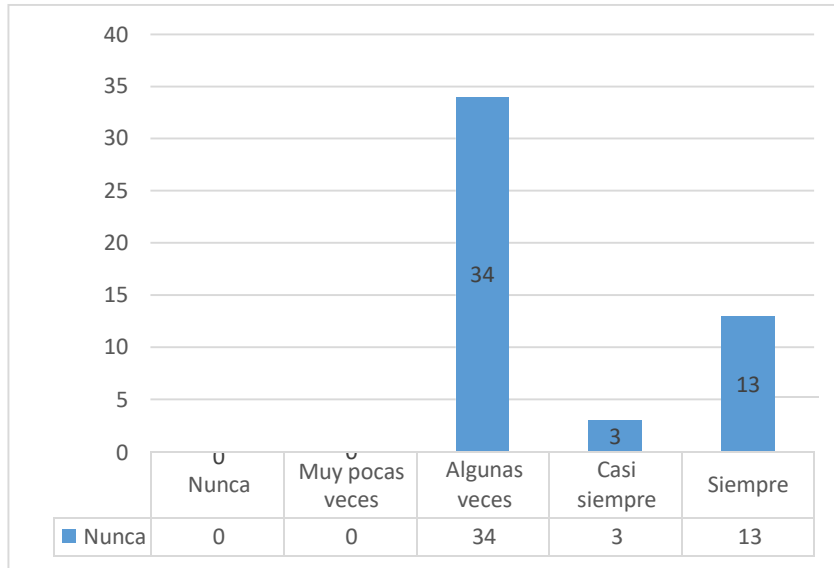


Figura 5: Los empleados ofrecen rapidez del servicio

Fuente: Elaboración propia

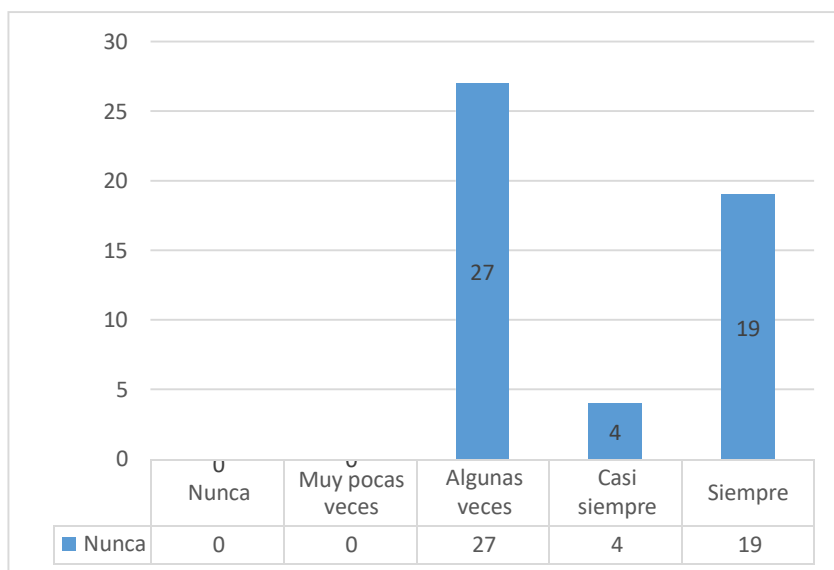


Figura 6: Usted se siente seguro y mantiene credibilidad de los servicios

Fuente: Elaboración propia

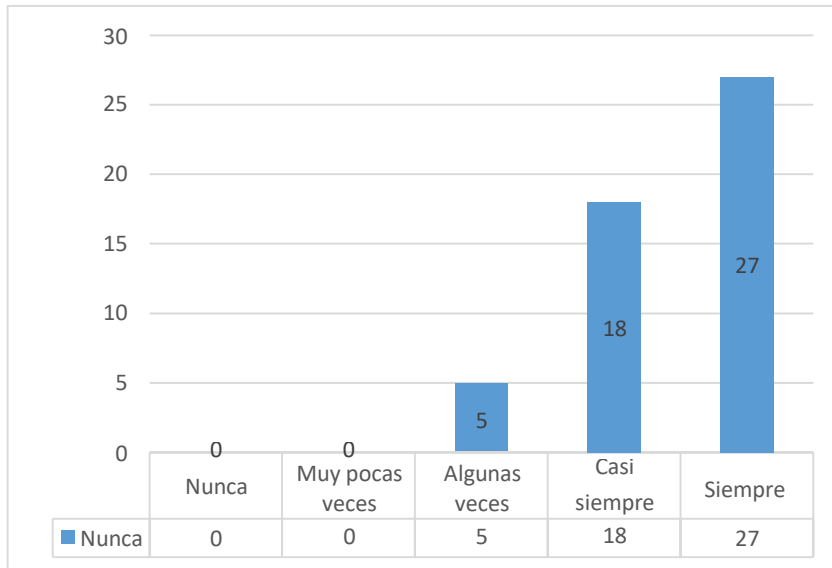


Figura 7: El comportamiento de los empleados transmite confianza

Fuente: Elaboración propia

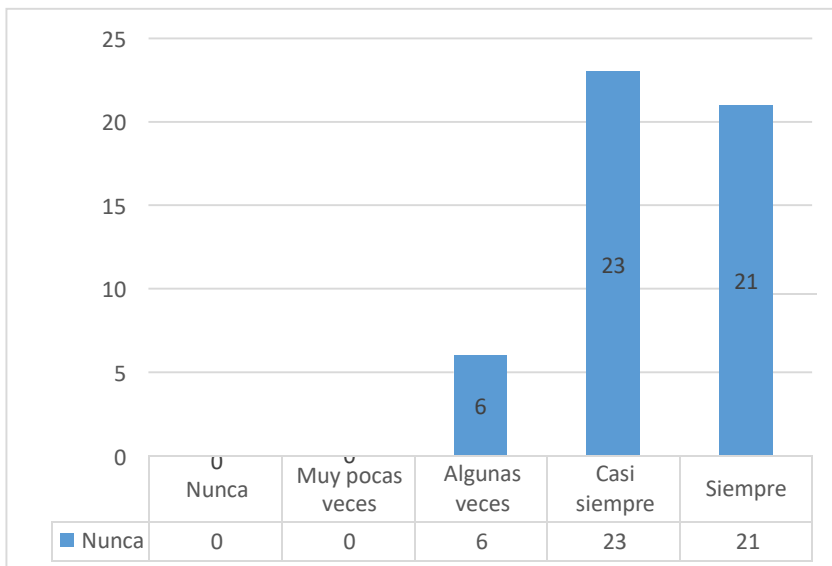


Figura 8: Los empleados siempre cumplen lo que prometen a los clientes

Fuente: Elaboración propia

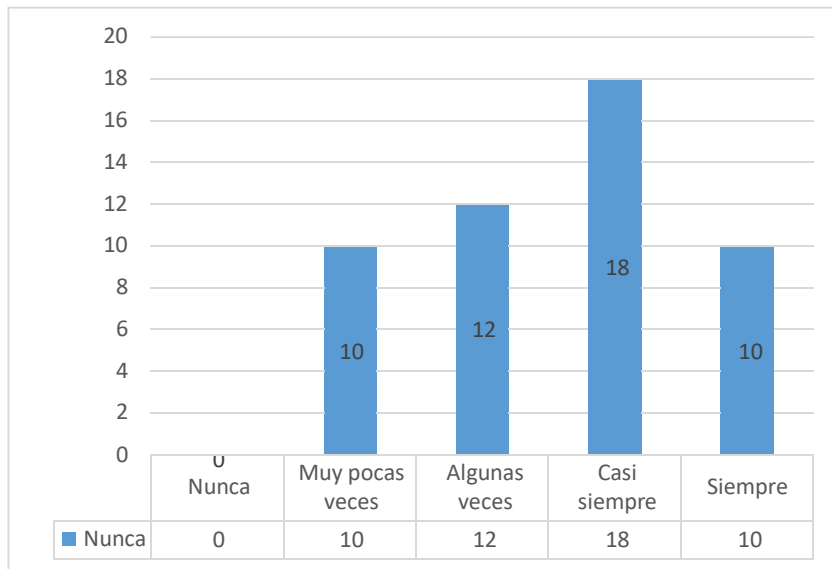


Figura 9: Los empleados muestran interés por solucionar problemas del servicio prestado

Fuente: Elaboración propia

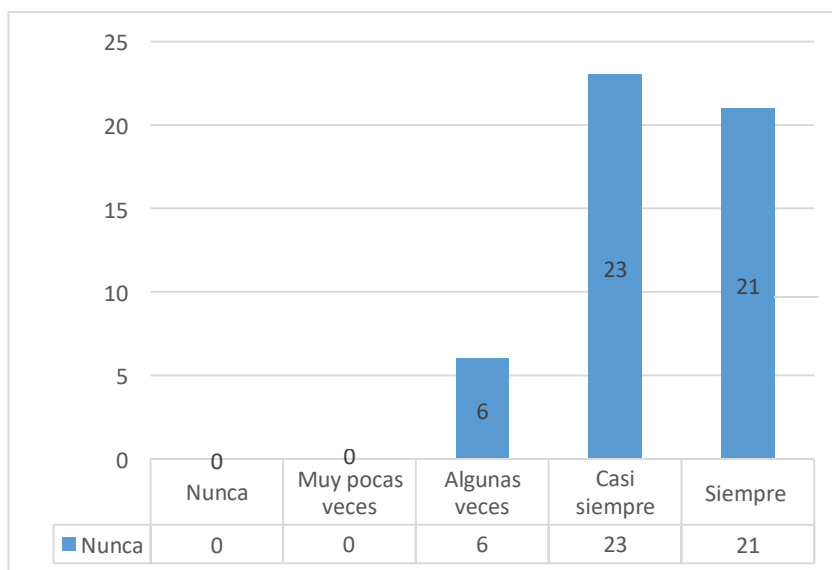


Figura 10: La empresa muestra comprensión por sus clientes

Fuente: Elaboración propia

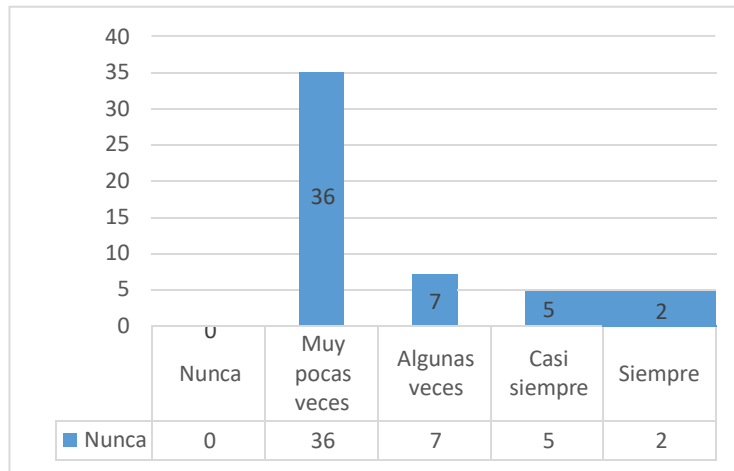


Figura 11: La empresa ofrece una atención personalizada a sus clientes

Fuente: Elaboración propia

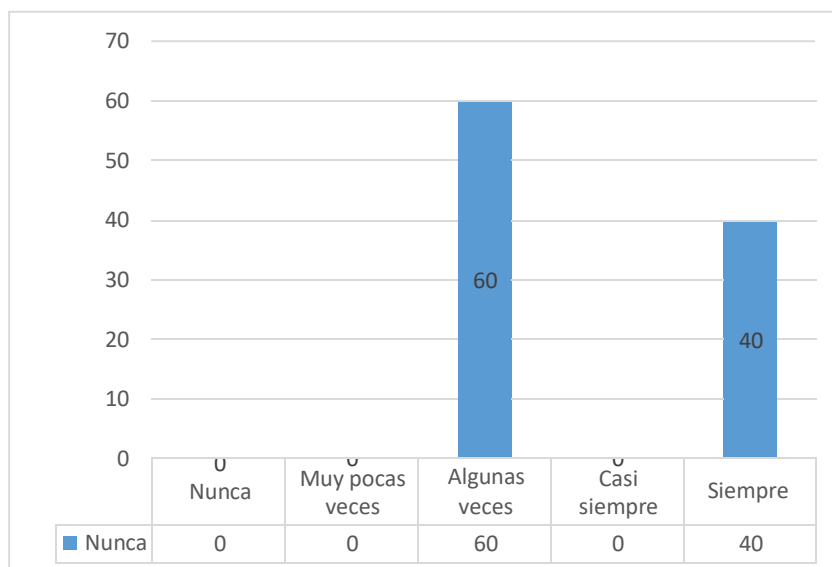


Figura 12: Usted establece metas de calidad para su empresa

Fuente: Elaboración propia

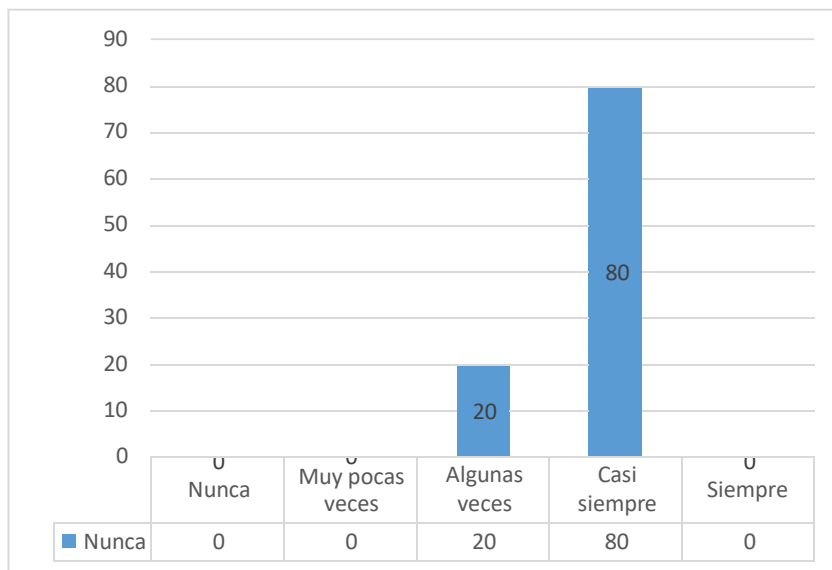


Figura 13: Usted identifica las necesidades de sus clientes

Fuente: Elaboración propia

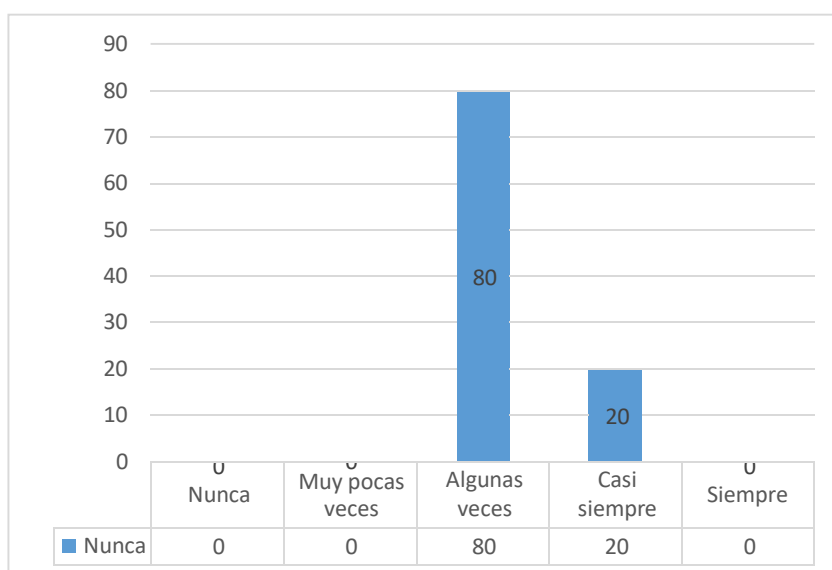


Figura 14: Usted planifica las características de sus productos

Fuente: Elaboración propia

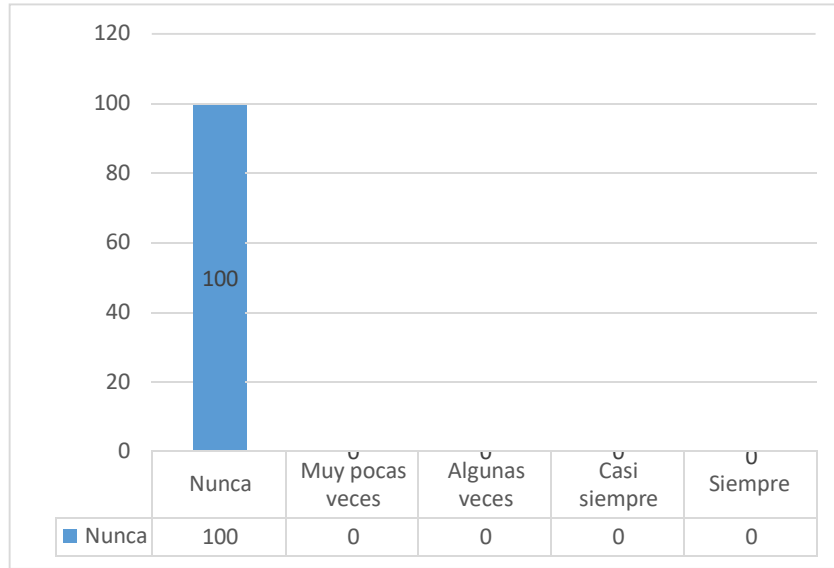


Figura 15: Usted cuenta con un método para medir el desempeño real

Fuente: Elaboración propia

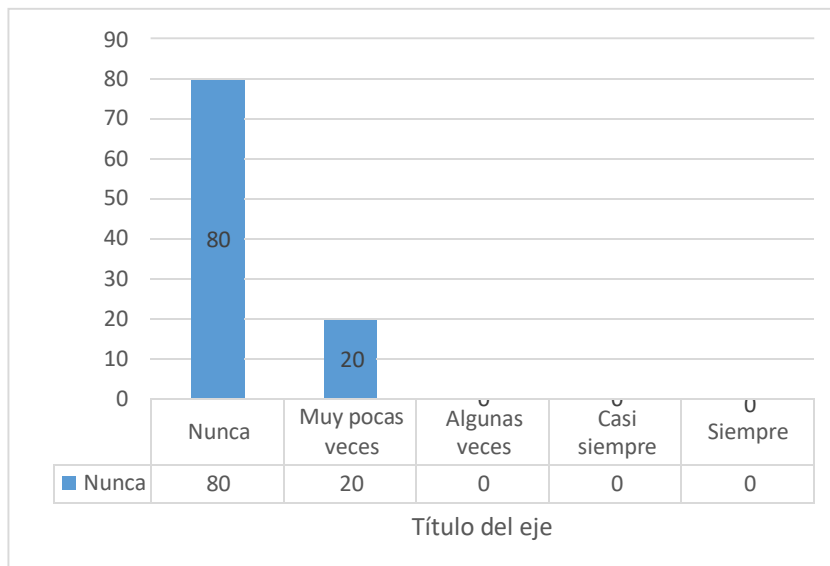


Figura 16: Usted tiene Unidades de medida para el desarrollo de su producto

Fuente: Elaboración propia

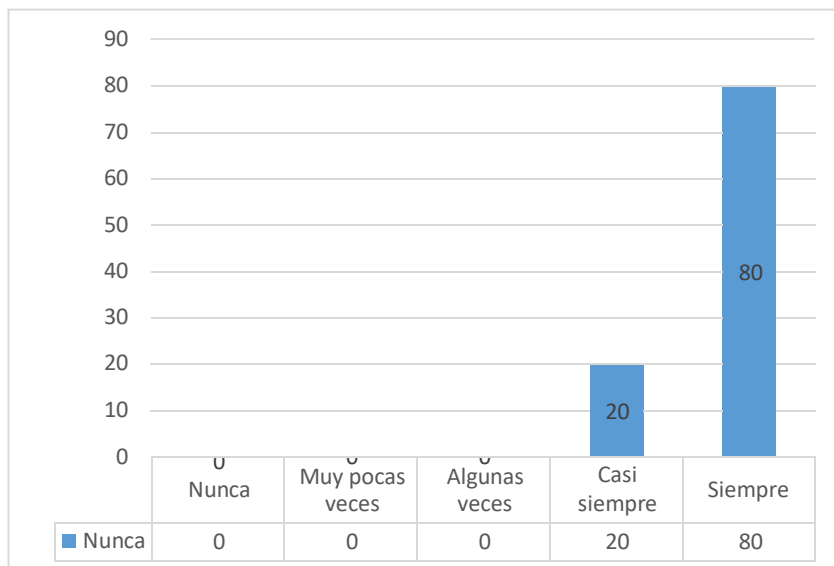


Figura 17: Usted siempre está dispuesto al mejoramiento de la calidad

Fuente: Elaboración propia

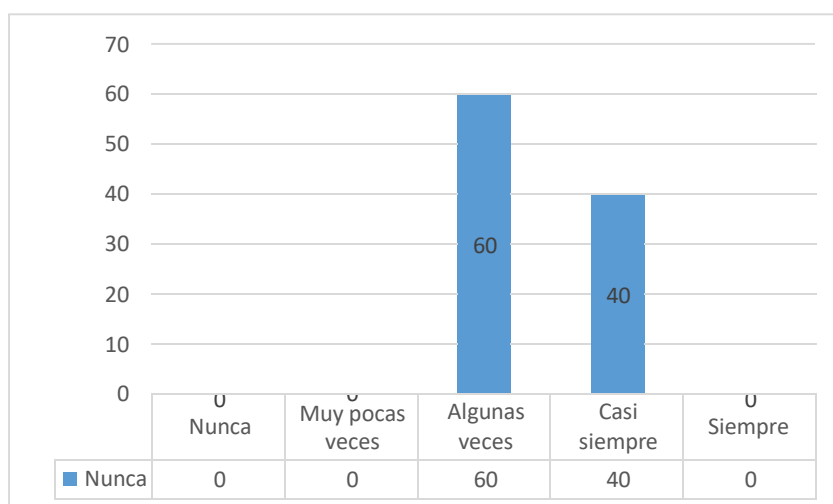


Figura 18: Usted diagnostica las causas cuando sale mal su producto

Fuente: Elaboración propia

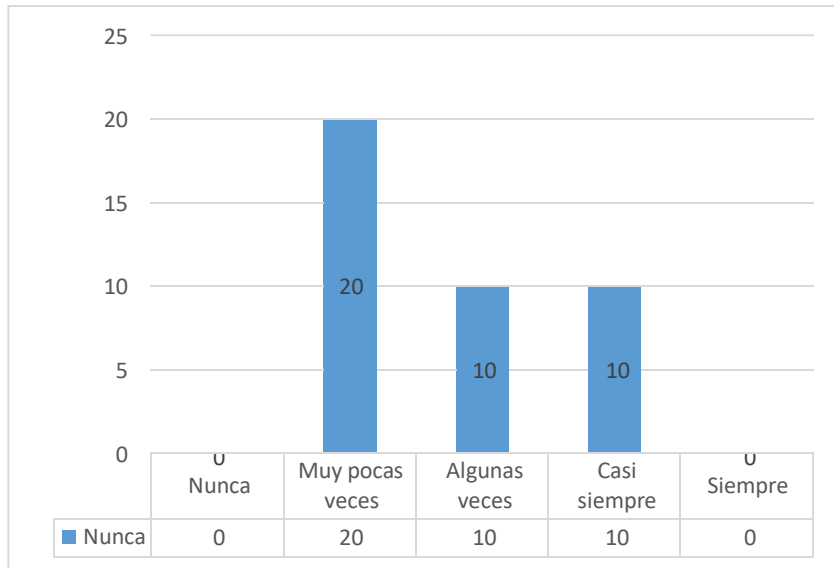


Figura 19: Usted realiza propuesta de mejora para tener mejora calidad

Fuente: Elaboración propia

TC-861-TZAMBRANOO-PREBANCA-TURNITIN-2022-03

INFORME DE ORIGINALIDAD

4%

INDICE DE SIMILITUD

4%

FUENTES DE INTERNET

0%

PUBLICACIONES

0%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1

repositorio.uladech.edu.pe

Fuente de Internet

4%

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias < 4%

Excluir bibliografía

Activo