



**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**“CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y
ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MYPES, RUBRO
RESTAURANTES SECTOR MERCADO MODELO DEL
DISTRITO DE CHULUCANAS AÑO 2018”**

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

AUTOR

CRUZ JUAREZ, URPY BRENDA LY

ORCID: 0000-0002-1082-1123

ASESOR

Mgtr. PELÁEZ CAMACHO, HÉCTOR YVÁN

ORCID: 0000-0002-5394-1037

PIURA – PERÚ

2020

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

Cruz Juárez, Urpy Brendaly

ORCID: 0000-0002-1082-1123

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Estudiantes de Pregrado,
Piura Perú.

ASESOR:

Mgtr.Peláez Camacho, Héctor Yván

ORCID ID: 0000 0002 5394 1037

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias
Contables, Financieras y Administrativas, Escuela Profesionales de
Administración, Piura, Perú.

JURADO

Mgtr.Vilela Vargas, Víctor Hugo

ORCID ID: 0000 0003 2027 6920

Mgtr.Guzmán Castro, Iván Arturo

ORCID ID: 0000 0002 4650 4322

Lic.Chumacero Ancajima, Maritza Zelideth

ORCID ID: 0000 0001 7372 741X

JURADO EVALUADOR DE TESIS Y ASESOR

Mgtr. VILELA VARGAS VÍCTOR HUGO
PRESIDENTE

Mgtr. GUZMÁN CASTRO IVÁN ARTURO
MIEMBRO

Lic. CHUMACERO ANCAJIMA MARITZA ZELIDETH
MIEMBRO

Mgtr. PELÁEZ CAMACHO HÉCTOR IVAN
ASESOR

DEDICATORIA

El presente trabajo investigativo lo dedico principalmente a Dios, por ser el inspirador y darme fuerza para continuar en este proceso de obtener uno de los anhelos más deseados.

A mi familia por su amor, trabajo y sacrificio en todos estos años.

A mis profesores que me apoyaron a culminar mi proyecto de investigación, en cada asesoría por brindarme sus conocimientos para así poder culminar mi proyecto de investigación de una manera adecuada.

RESUMEN

La presente investigación titulada “Caracterización de la Gestión de calidad y atención al cliente en las MyPes rubro restaurantes sector mercado modelo del distrito de Chulucanas 2018”, cuyo problema fue ¿Cuáles son las características de Gestión de calidad y Atención al cliente en la MPYES rubro restaurantes, sector mercado modelo provincia Chulucanas 2018? Y los objetivos fueron determinar las características de Gestión de calidad que pone en prácticas las MYPE, y específico Identificar cuáles son los elementos de Gestión de calidad de las MYPE, Conocer que tipos principios se están usando en las MYPE, Identificar las estrategias de Atención al cliente en las MYPE, conocer los tipos de Atención al cliente en las MYPE, cuya metodología fue nivel descriptiva , su propósito es describir realidades, hechos y fenómenos buscando especificar sus características, para la recolección de datos se seleccionó como técnica el cuestionario y el instrumentos de la encuesta de cada variable de la localidad , se aplicó 38 y 68 encuestas entre dueños , trabajadores y clientes , a partir de ello se muestra que existe una relación entre gestión de calidad y atención al cliente en los restaurantes del distrito de Chulucanas; se obtuvieron los resultados siguiente: el 100% que representa a los propietarios respondieron que las Mypes Si cuentan con procedimientos establecidos para el cumplimiento de las actividades; el 100% que representa a los propietarios respondieron que las Mypes Si se enfocan en las necesidades que presentan los clientes; y el 100% que representa a los clientes respondieron que las MYPES si brindan atención preferencial. Se concluyó que los propietarios de las Mypes no tienen mucho conocimiento acerca de lo que es gestión de calidad por lo cual no la ponen en práctica y esto hace que la Mypes no tenga un buen funcionamiento, mientras que en la atención los clientes algunos tienen apreciaciones positivas acerca del buen trato que les dan por parte de los trabajadores por otro lado algunos de ellos no comparten las mismas opiniones.

Palabras clave: clientes, gestión, atención.

ABSTRACT

The present investigation titled "characterization of the Quality management and customer service in the MyPes restaurant sector market model of the Chulucanas district 2018", whose problem was What are the characteristics of Quality Management and Customer Service in the MPYES restaurant sector, sector Chulucanas province model market 2018? And the objectives were to determine the characteristics of Quality Management that put into practice the MYPE, and specifically Identify what are the elements of Quality Management of the MYPE, Know what types of principles are being used in the MYPE, Identify the strategies of Attention to client in the MYPE, to know the types of Customer Service in the MYPE, whose methodology was descriptive, its purpose is to describe realities, facts and phenomena seeking to specify their characteristics, for data collection, the questionnaire and the instruments of the survey of each variable of the locality, 38 and 68 surveys were applied between owners, workers and clients, from which it is shown that there is a relationship between quality management and customer service in the restaurants of the Chulucanas district; The following results were obtained: 100% representing the owners answered that the Mypes do have established procedures for the fulfillment of the activities; 100% representing the owners responded that the Mypes Si focus on the needs presented by the clients; and 100% representing clients answered that MYPES do provide preferential care. It was concluded that the owners of the Mypes do not have much knowledge about what quality management is, so they do not put it into practice and this makes the Mypes not work well, while in customer service some have appreciations positive about the good treatment given by the workers on the other hand some of them do not share the same opinions.

keywords: Customers, Management, Attention.

CONTENIDO

EQUIPO DE TRABAJO	ii
JURADO EVALUADOR DE TESIS Y ASESOR.....	iii
RESUMEN	v
ABSTRACT	vi
Contenido	vii
I. INTRODUCCIÓN.....	- 11-
1.1. ENUNCIADO DEL PROBLEMA	- 16-
1.2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION.....	- 16-
1.3. JUSTIFICACIÓN	- 17-
II. REVISION DE LA LITERATURA	- 18-
2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN.....	- 18-
2.2. BASES TEORICAS	- 27-
2.3. ATENCIÓN AL CLIENTE	- 32-
III. HIPOTESIS.....	- 36-
IV. METODOLOGIA	- 37-
4.1. DISEÑO DE LA INVESTIGACION	- 37-
4.2. TIPO DE INVESTIGACION	- 37-
4.3. NIVEL DE INVESTIGACION	- 37-
4.4. TENICAS DE RECOLECCION DE DATOS.....	- 37-
4.5. POBLACION Y MUESTRA.....	- 38-
1.4. MATRIZ DEOPERACIONALIZACIÓN	- 40-
1.5. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS.....	- 41-
1.6. PLAN DE ANÁLISIS	- 41-
1.7. MATRIZ DECONSISTENCIA	- 42-
V. RESULTADOS.....	- 43-
5.1. VARIABLE GESTIÓN DE CALIDAD	- 43-
5.2. VARIABLE ATENCIÓN AL CLIENTE	- 57-
5.3. ANALISIS DE RESULTADOS.....	- 67-
VI. CONCLUSIONES	- 75-
RECOMENDACIONES	- 76-
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	- 77-
ANEXOS.....	- 80-
ANEXO 1	- 80-
ANEXO 2.....	- 81-
ANEXO 03.....	- 85-
ANEXO 4.....	- 86-
ANEXO 5.....	- 90-

ÍNDICE DE GRAFICOS, TABLAS Y CUADROS

Tabla N ^a 1 población Y Muestra.....	- 38 -
Tabla N ^a 2 matriz De operacionalización	- 40 -
Tabla N ^a 3 matriz Deconsistencia.....	- 42 -
Tabla N ^a 4 ¿La empresa dispone de una estructura organizacional bien definida?.....	- 43 -
Tabla N ^a 5 ¿La empresa dispone de un plan Estrategico?	- 44 -
Tabla N ^a 6 ¿La empresa dispone de los recursos necesarios para el eficiente desarrollo de las actividades?.....	- 45 -
Tabla N ^a 7 ¿Existen procedimientos establecidos para el cumplimiento de las actividades?	- 46 -
Tabla N ^a 8 ¿La empresa presenta manual para proporcionar calidad en el servicio?-	- 47 -
Tabla N ^a 9 ¿La empresa cuenta con políticas de calidad establecidas en su planeamiento estratégico?	- 48 -
Tabla N ^a 10 ¿La empresa utiliza instrumentos para evaluar las opiniones que tienen los clientes acerca de los productos ofrecidos?	- 49 -
Tabla N ^a 11 ¿La empresa se enfoca en las necesidades que presenta el cliente?	- 50 -
Tabla N ^a 12 ¿Dentro de la empresa existe una buena participación de personal?	- 51 -
Tabla N ^a 13 ¿Cuentan con un proceso de sistema de gestión integral de la calidad?... -	- 52 -
Tabla N ^a 14 ¿Aplican normas Iso?	- 53 -
Tabla N ^a 15 ¿La empresa está dispuesto a utilizar nuevos métodos para conocer si hay una mejora?.....	- 54 -
Tabla N^a 16 ¿Antes De tomar una decisión se enfoca en los hechos?.....	- 55 -
Tabla N ^a 17 ¿Mantienen una buena relación con los proveedores?.....	- 56 -
Tabla N ^a 18 ¿Reciben capacitacion de manera constancia	- 57 -
Tabla N ^a 19 ¿La empresa evalúa su desempeño en función a la contratación de sus servicios?.....	- 58 -
Tabla N ^a 20 ¿Considera que la empresa aplica la estrategia de comprador incógnito? -	- 59 -
Tabla N ^a 21 ¿Prestan servicios a domicilio?.....	- 60 -
Tabla N ^a 22 ¿Consideran que la empresa mantiene indices de ventas superiores mensualmente?.....	- 61 -
Tabla N ^a 23 ¿Brindan atención preferencial?	- 62 -
Tabla N ^a 24 ¿Realizan sus pedidos mediante atención telefónica?	- 63 -
Tabla N ^a 25 ¿Conoce si es que la Mype cuenta con página virtual?	- 64 -
Tabla N ^a 26 ¿Muestran iniciativa al momento de ofrecer los productos?	- 65 -
Tabla N ^a 27 ¿Cuándo adquieren sus servicios lo hacen directamente con La Mype?..	- 66 -
Tabla N ^a 28 presupuesto del financiamiento	- 80 -
Tabla N ^a 29 matriz de datos	- 86 -
Tabla N ^a 30 Gestion de calidad (Propietarios)	- 86 -
Tabla N ^a 31 Atencion al cliente (Trabajadores).....	- 87 -
Grafico N ^a 1	- 43 -
Grafico N ^a 2	- 44 -
Grafico N ^a 3	- 45 -
Grafico N ^a 4	- 46 -
Grafico N ^a 5	- 47 -

Grafico N ^a 6	- 48 -
Grafico N ^a 7	- 49 -
Grafico N ^a 8	- 50 -
Grafico N ^a 9	- 51 -
Grafico N ^a 10	- 52 -
Grafico N ^a 11	- 53 -
Grafico N ^a 12	- 54 -
Grafico N ^a 13	- 55 -
Grafico N ^a 14	- 56 -
Grafico N ^a 15	- 57 -
Grafico N ^a 16	- 58 -
Grafico N ^a 17	- 59 -
Grafico N ^a 18	- 60 -
Grafico N ^a 19	- 61 -
Grafico N ^a 20	- 62 -
Grafico N ^a 21	- 63 -
Grafico N ^a 22	- 64 -
Grafico N ^a 23	- 65 -
Grafico N ^a 24	- 66 -

I. INTRODUCCIÓN

La presente investigación denominada “CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MYPES, EN EL RUBRO RESTAURANTES SECTOR MERCADO MODELO DEL DISTRITO DE CHULUCANAS AÑO 2018” proviene de las líneas que han sido dadas por la escuela profesional de administración y comprometida en el campo de disciplina de las MYPES. Las unidades económicas materia de trabajo son MYPES, del distrito de Chulucanas, dedicadas entre otras actividades al rubro comercio. En este distrito existe un número muy alto de MYPES, cuyo objetivo es aumentar la productividad y ser mejor que las demás MYPES. Esto se evidencia en la motivación que reciben los trabajadores a ser mejores dándoles un trabajo seguro y beneficios.

Es de mi interés conocer cómo se desarrolla la gestión de calidad dentro de las MYPES. Conducirá a los administradores, gerentes y dueños tomen medidas pertinentes para mejorar la gestión y el servicio en sus empresas, los instrumentos utilizados les va a servir de gran ayuda para otra investigación referente a las variables del estudio.

Los resultados y conclusiones, no solo se podrá utilizar para dicho rubro sino también para otras MYPES de otras zonas, a nivel regional y nacional del rubro de restaurantes. En la actualidad los servicios de restaurantes son vitales para la sociedad satisface nuestras necesidades. Como ya sabemos hoy en día las micro y pequeñas empresas son importante para la generación de empleos, y reducción de la pobreza en distintas partes del mundo, pero en ciertas ocasiones la mayoría de los emprendimientos llegan a fracasar, sin haber superado el primer año de su creación, esto se debe a que los dueños o administradores no aplican gestión de calidad en atención al cliente, por ello el cliente pocas veces queda satisfecho, sin embargo estos problemas se dan en todas partes del mundo.

Se debe tener presente a los clientes como lo más importante pues son ellos quienes dan la aceptación de las malas o buenas condiciones del servicio al sentirse a gusto y tomarlo en cuenta para mejorar o seguir haciendo lo correcto.

Si dichas empresas desean mantenerse dentro del mercado deben saber satisfacer muy bien las necesidades de sus clientes poniendo en práctica dichas variables.

De cada 100 puestos de trabajo, 85 se generan gracias a la actividad de las micro y pequeñas empresas. Es un sector muy intensivo en mano de obra que genera la principal fuente de empleo en el Perú”el emprendimiento empresarial de la micro y pequeña empresa (Mype) tiene una participación de 24% en el PBI nacional.(Chau 2018).

El Índice de Capacidad Formal de las mype peruanas 2018 se ubica en apenas 0.265, siendo 0 la menor capacidad y 1 la de mayor capacidad formal de los 5 millones 900 mil emprendimientos que operan en el Perú, de las cuales solo 985 mil 300 tienen Registro Unificado de Contribuyente (**RUC**). (La república 2018)

Las Mypes con mayor puntaje en el Índice de Capacidad Formal se encuentran en la costa central y sur del país, así como en Piura y Madre de Dios, lo que significa que sus micro y pequeños empresas son las que tienen mayor capacidad de formalizarse en el país. De forma coincidente, la costa central y sur del país son las que tienen mayor competitividad, según el Índice Regional de Competitividad. (Comex Perú2018)

Por otro lugar en el Perú las micro y pequeñas empresas son fuente de progreso y desarrollo del país, dado que representan más del 98% del tejido empresarial, no obstante el principal problema que impide el desarrollo de estas empresas es la deficiente gestión en atención al cliente, en este caso a pesar de que existe una gran demanda por satisfacer, no son capaces de captar nuevos clientes, se puede decir que las micro y pequeñas empresas se encuentran desorganizadas, por ende no logran crear estrategias que contribuyan a atraer nuevos clientes. (Fidel 2017)

Según el Ministerio de Trabajo y Promoción de Empleo, en su publicación del Boletín de Estadísticas Ocupacionales (2007), menciona que, la subrama de restaurantes incrementó su número de trabajadores gracias al impulso de las cadenas de pollerías que contratan personal adicional por el aumento de sus ventas, por la temporada alta y por la apertura de nuevos establecimientos. Las franquicias de comida rápida incrementaron su número de trabajadores por la mayor demanda de estos productos en el mercado, lo que obligó a la contratación de personal para atención al público, sobre todo en la temporada alta de ventas como feriados largos y fechas conmemorativas.

DENTRO DEL ANÁLISIS EXTERNO

Es una herramienta de planificación estratégica que mide el impacto de los factores del macro entorno en la organización. PEST es un acrónimo de los siguientes factores del macroentorno: Políticos Económicos Sociales Tecnológicos Análisis PESTEL Es una modificación del análisis PEST donde se incorporan además de los cuatro factores convencionales, los siguientes: Ecológicos Legal. (Cervantes 2015)

POLITICO: el Gobierno impulsa una reforma tributaria que facilita el crecimiento de las mypes y las lleva a la prosperidad. En ese sentido, presentó los avances alcanzados a favor de las mypes peruanas. Fraccionamiento de impuestos, Las empresas con ventas menores a 150 unidades impositivas tributarias (UIT), cuentan con beneficios para fraccionar su IGV corriente hasta por 72 meses. Postergación del pago del IGV. Las empresas con ventas menores a 1,700 UIT podrán prorrogar el pago de sus tributos hasta por 90 días. Extinción de deudas tributarias menores a una UIT y reducción de aquellas superiores a una UIT, aplicando recortes de 90%, 70% y 50% al monto adeudado. Régimen Especial de Recuperación Anticipada del IGV. Este régimen promueve la adquisición de equipos y maquinarias para que las mypes sean más productivas.

ECONOMICO: El incremento en el flujo migratorio de venezolanos hacia Perú habría generado efectos negativos sobre el salario promedio en micro y pequeñas empresas.

SOCIO-CULTURAL: las MYPES enfrentan una serie de obstáculos que limitan su supervivencia a largo plazo y desarrollo. Estudios previos indican que la tasa de mortalidad de los pequeños negocios es mayor en los países en desarrollo que en los países desarrollados (Arinaitwe, 2017).

TECNOLOGICO: las Mypes en vías de crecimiento deben luchar cada día por ir de la mano con los avances tecnológicos y adaptarse a ellos, con el fin de acelerar sus procesos y por supuesto, mantener competitividad en el mercado. (Rodríguez 2019)

ECOLOGICO : Las empresas, no solo desempeñan un papel importante en lo que se refiere a económica, sino también tienen la obligación ética y moral de preservar el medio ambiente, es un gran compromiso que tiene con la sociedad y el ambiente propiamente dicho, evitando hacer daño y promoviendo el bienestar de todos en general.

LEGAL: Ley N° 30056 Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial”. Este tiene entre sus objetivos establecer el marco legal para la promoción de la competitividad, formalización y el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas

EN EL ÁMBITO INTERNO

- **Actividades Primarias:** Las actividades primarias en **la cadena de valor** son las actividades implicadas en la creación física del producto, su venta y transferencia al comprador, así como la asistencia posterior a la venta.
- **Logística interna:** La primera actividad primaria de la cadena de valor es la logística interna. Las empresas necesitan gestionar y administrar de alguna manera las actividades de recibir y almacenar las materias primas necesarias para elaborar su producto, así como

la forma de distribuir los materiales. Cuanto más eficiente sea la logística interna, mayor es el valor generado en la primera actividad.

- **Operaciones:** La siguiente etapa de la cadena de valor son las operaciones. Las operaciones toman las materias primas desde la logística de entrada y crea el producto. Naturalmente, mientras más eficientes sean las operaciones de una empresa, más dinero la empresa podrá ahorrar, proporcionando un valor agregado en el resultado final.
- **Logística Externa:** Aquí es donde el producto sale del centro de la producción y se entrega a los mayoristas, distribuidores, o incluso a los consumidores finales dependiendo de la empresa.
- **Marketing y Ventas:** Aquí hay que tener cuidado con los gastos de publicidad, los cuales son una parte fundamental de las ventas.
- **Servicios:** Los servicios cubren muchas áreas, que van desde la administración de cualquier instalación hasta el servicio al cliente después de la venta del producto. Tener una fuerte componente de servicio en la cadena de suministro proporciona a los clientes el apoyo y confianza necesaria, lo que aumenta el valor del producto.
- **Actividades de Apoyo:** En la cadena de Valor de Michael Porter las actividades de apoyo son las que sustentan a las actividades primarias y se apoyan entre sí, proporcionando insumos comprados, tecnología, recursos humanos y varias funciones de toda la empresa.

1.1. ENUNCIADO DEL PROBLEMA

¿Cuáles son las características de Gestión de calidad y Atención al cliente en la MPYES rubro restaurantes, sector mercado modelo del distrito de Chulucanas año 2018?

1.2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION

1.2.1. Objetivo general

Determinar las características de Gestión de calidad que pone en prácticas las MYPE, rubro Restaurantes sector mercado modelo del distrito de año 2018.

1.2.2. Objetivos específicos

- ♣ Identificar cuáles son los elementos de Gestión de calidad de las MYPE, rubro Restaurantes mercado modelo del distrito de Chulucanas 2018.
- ♣ Conocer que tipos principios se están usando en las MYPE, rubro Restaurantes sector mercado modelo del distrito de Chulucanas 2018.
- ♣ Identificar las estrategias de Atención al cliente en las MYPE, rubro Restaurantes sector mercado modelo del distrito de Chulucanas 2018.
- ♣ Conocer los tipos de Atención al cliente en las MYPE, rubro restaurantes sector mercado modelo del distrito de Chulucanas 2018.

1.3. JUSTIFICACIÓN.

Justificación Social: esta investigación se justifica socialmente porque nos permite poder saber e informar a los usuarios que gozan de este servicio lo importante que es la gestión calidad y la atención al cliente en las empresas.

Justificación teórica: esto lo justifico porque la investigación se basa en contenido teórico debidamente referenciado y además como base para futuras investigaciones sobre este tema.

Justificación práctica: se justifica porque servirá como una muestra o una guía para los que hagan estudios como este, sea del mismo rubro u otro similar del distrito de Chulucanas.

Justificación Institucional: le servirá a dicha empresa ya que al saber y estudiar su calidad y la atención al cliente se verá en la obligación a poder introducirse más para poder desarrollarse con éxito en dicho sector.

Justificación Metodológica: esta metodología nos ayudara a obtener información importante y clara para saber la gestión de la calidad y la atención al cliente.

II. REVISION DE LA LITERATURA

2.1.ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN.

2.1.1. GESTION DE CALIDAD

REGIONALES

✚ Farfán (Piura 2016) en su investigación “mecanismos de control administrativo y su impacto en los resultados de gestión en los restaurantes” su investigación tiene como propósito describir el mecanismo y el impacto en la gestión de calidad que permita la buena excelencia en sus productos, con un diseño de investigación descriptiva- no experimental, utilizando como instrumento la entrevista y el cuestionario sus metas, satisfacción y acogida del público.

✚ Lizano (Piura,2016) en su investigación “ gestión de calidad y competitividad en las MYPE, rubro restaurantes vegetarianos del centro de Piura”, su investigación tiene como propósito determinar las características que tiene la gestión de calidad y la competitividad en la mype, con un diseño de investigación descriptivo-no experimental, en una población de 15 colaboradores y una muestra desconocida, utilizando como instrumento la entrevista y la encuesta, se concluyó que a las MYPES le faltan realizar nuevas técnicas de gestión de calidad para que su colaboradores tengan buen desarrollo y cambio de conducta en cuanto a 14 competitividad presentan ventajas competitivas, en su ubicación calidad de productos y precios.

✚ Medina (Talara,2018) en su investigación “Caracterización de Competitividad y Gestión de Calidad de las MYPE sector servicio

Gastronómico rubro Restaurantes comida marina de Talara, año 2018 tuvo como objetivo general: Determinar la Competitividad y Gestión de Calidad de las MYPE sector servicio Gastronómico rubro Restaurantes comida marina de Talara, año 2018. Metodología fue de tipo de descriptiva, nivel-cuantitativo, diseño no experimental y corte transversal. La población se consideró tres unidades económicas, con 18 trabajadores, de carácter infinito para las dos variables, siendo los resultados de la muestra obtenidos, 89 clientes, utilizando la técnica de la encuesta, con el instrumento cuestionario. Luego de las aplicaciones de análisis de los resultados se concluyó: los restaurantes de la Av. B de Talara utilizan ventajas competitivas como la diferenciación, las actividades de apoyo de la cadena de valor, el enfoque y aplicación de estrategias de publicidad; los tipos de competitividad que aplica son la estructural, la empresarial, y en lo referido a la importancia de la gestión de calidad se centra en los procedimientos, empleo y estándares de calidad, y como beneficios encuentran la satisfacción en la atención y los procesos.

NACIONALES

🚩 Ángulo (Chimbote 2018) en su investigación titulada “Caracterización de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro-restaurantes campestres, zona agrícola del distrito de Chimbote, 2018”. Menciona que esta investigación tuvo como principal objetivo determinar las características de gestión de calidad que son aplicados en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes. El diseño para esta investigación es no experimental

- transaccional - descriptivo. La población de estudio fueron 12 micro y pequeñas empresas, se consideró la totalidad de la población en estudio; a quienes se encuestó y obteniendo los siguientes resultados 83.3% de los encuestados tienen de 40 años de edad a más; el 66,7% son de género masculino y cuentan con estudios superiores universitarios; el 75% de los empresarios encuestados señalaron trabajar bajo el enfoque al cliente; 58,3% han determinado sus políticas y objetivos las mismas que cumplen tal como se estableció; 75% mide la satisfacción del cliente analizando sus ventas y el 58.3% de los trabajadores son indiferentes al cambio.

- ✚ Bojórquez (Huaraz 2018) en su investigación “gestión de calidad con el uso del marketing relacionado en las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro restaurantes” tubo como finalidad constituir las principales características de la gestión de calidad con el uso del marketing, y para ello se basó en el estudio tipo descriptivo-cuantitativo, y la técnica del cuestionario para la recolección de datos con una muestra de 16 representantes de cada MYPE teniendo como resultado que el 75% nunca establecieron objetivos para una gestión de calidad y el 68,50% refieren que sí, concluyéndose que las empresas no plantean objetivos de gestión de calidad ni monitorean regularmente a los empleados para saber el cumplimiento a cabalidad de su trabajo y con respecto al marketing no buscan la continuidad de los consumidores ni el interés de mantener la relación con ellos.
- ✚ Aranda (Chimbote 2017) en la tesis denominada “Gestión de calidad bajo el enfoque de la calidad total en las micro y pequeñas empresas

sector servicio-rubro restaurantes del casco urbano de Chimbote, 2017”. Indica que para el estudio se aplicó el diseño no experimental transversal-descriptiva, no experimental. Asimismo, la población objeto del estudio, fue conformado por 149 micro pequeñas empresas, obteniendo una muestra de 27 MYPES rubro restaurantes. La encuesta formulada a los gerentes, el 51,9% de encuestados, mencionaron tener entre 31 a 50 años, obteniendo como resultado que el 51,9% son de género femenino que están a cargo de la gerencia; además, se encontraron resultados que el 52% de encuestados son profesionales administrando los restaurantes; también, se obtuvo como resultado el 92,6 % de los encuestados señalaron que sí controlan los procesos de elaboración de alimentos; el 96,3% de encuestados señalaron que sí cumplen los objetivos planteados y 63% de encuestados indicaron proporcionar información a sus clientes acerca de los procesos de preparación de alimentos.

INTERNACIONALES

✚ Campuzano (Guayaquil,2017) en su estudio “análisis de la calidad de servicio gestión de calidad del restaurante rock sport café, para implementación de mejora de calidad”, en su investigación tiene como propósito fortalecer las deficiencias que se encontró en el servicio que se le brindan a los clientes, su investigación exploratoria y descriptiva, se concluyó la necesidad de implantar un sistema de gestión de gestión de calidad presentado como propuesta y elaborado con la base a la norma ISO 9001-2015.

- ✚ Carranza (Ecuador, 2016), en su investigación “análisis de la calidad de servicio de restaurante ROCK SPORT CAFÉ, para la implementación de mejora de calidad”, su investigación tiene como propósito fortalecer la investigación con teorías y bases que la fundamentan, con un diseño de investigación descriptivo, en una población de 1520 clientes, utilizando como instrumento el cuestionario, se concluyó que existe una deficiencia en el servicio, por lo cual los clientes sugirieron la necesidad de mejorar, cuyo fin será dar pautas de servicio a los colaboradores para así conseguir calidad y agilidad en los procesos operativos.
- ✚ Camarillo (Venezuela 2015) en su investigación de “diseño de estrategias para la implementación de un sistema de gestión de calidad de empresas de consultoría” dicho estudio tuvo como finalidad diseñar estrategias para mejorar su excelencia en la organización implementando las normas ISO 9000: 2000, realizando una investigación descriptiva con una población de 10 personas consultores, a través de una encuesta y se concluyó idear nuevas estrategias basadas en metodología, y solucionar las dificultades de funcionamiento de las organizaciones. buscar alternativas metodológicas para resolver

2.1.2. ATENCION AL CLIENTE

REGIONALES

- ✚ Silva (Piura, 2015), en su investigación “calidad de atención al cliente en restaurante la lomita-tambogrande”, su investigación tiene como propósito determinar la calidad de satisfacción del servicio del cliente, con una investigación descriptiva- no experimental, en una población del cliente, se utilizó como instrumento un cuestionario, se concluyó que existe una buena atención y los clientes están satisfechos.
- ✚ Robledo (piura,2018), en su investigación “caracterización de la competitividad y calidad de atención al cliente en las Mypes rubro restaurante en la Urb. Santa Ana- Piura 2018” su investigación tiene como objetivo determinar qué características de la competitividad y calidad de atención al cliente existen en la MYYPE del rubro restaurante de la Urb, con una investigación de tipo descriptivo, con un nivel cuantitativo, se utilizó como instrumento la encuesta, plan de análisis SPSS versión 21 y Excel 2010, la población para la variable competitividad es infinita igual para la variable de atención al cliente , de lo cual se obtuvo una muestra de 385 clientes de las 8 MYPES del rubro restaurante.
- ✚ Palacios (Piura, 2019) en su investigación “ caracterización de atención al cliente y capacitación de las MYPES rubro restaurantes de la calle Tacna del cercado de Piura” , tiene como objetivo general establecer las características de la atención al cliente y la capacitación de las MYPE del rubro restaurantes de la calle Tacna del centro de Piura, la investigación es de tipo descriptiva de nivel cuantitativo y con

diseño no experimental de corte transversal, la población estuvo conformada por 04 MYPE, basado en una muestra para la variable atención al cliente fueron 160 clientes y para la variable capacitación fueron 32 trabajadores, se empleó la técnica de la encuesta , se concluyó que respecto a los factores de atención al cliente , la mayoría de los clientes consideran adecuada la capacidad de respuesta de atención , que se emplean materia prima e insumos de calidad y que se cuentan con personal calificado para la atención. En cuanto a las estrategias de atención al cliente: que la mayoría de clientes se muestran satisfechos con la atención, evidencia esfuerzos por fidelizar a los clientes, se cuenta con diversidad de platos en la carta y que los precios son accesibles

NACIONALES

🚩 Sánchez (Chiclayo 2017) en su investigación “diseño de un modelo de gestión de calidad basado en la herramienta EFQM para mejorar la atención al cliente del restaurante marako’s grill s.a.c- Chiclayo” que tiene como objetivo diseñar un modelo de gestión para mejorar la atención al cliente del restaurante, su investigación es de tipo descriptivo , se utilizó el cuestionario como instrumento de recolección de datos se concluyó que la gestión de la calidad en la atención al cliente en el restaurante , es considerada buena sin embargo se pueden mejorar ,la rapidez en la atención al cliente , la aceptación del servicio , brindando higiene , seguridad y la percepción que tienen los clientes ,se propuso un modelo de calidad basado en el EFQM , la autoevaluación es importante ya que permitirá detectar cuales son los

puntos fuertes y débiles de la organización y establecer los criterios de mejora.

✚ Mogrovejo (Pucallpa,2018) en su investigación “gestión bajo el enfoque de atención al cliente, en la mypes del sector servicios, rubro restaurant, distrito de calleria, año 2018” el objetivo principal de la investigación ha sido determinar la gestión bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes sector servicios, el diseño de investigación fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental, transversal. Se aplico un cuestionario estructurado de 19 preguntas con la técnica encuesta como resultado: respecto al microempresario en su mayoría (471%9 son jóvenes adultos de 29 a 39 años de edad, existen emprendimientos de ambos géneros: masculino (70,6%) y femenino (29,4%) s concluyo que el 64,7% no cuentan con indicadores empíricos de monitoreo para el crecimiento y desarrollo empresarial. Respectó la atención del cliente: los emprendedores se involucran en brindar una experiencia agradable de (70,6%) y manifiestan conocer las necesidades de sus clientes como mantener ambientes según sus expectativas.

✚ Martínez (Chimbote, 2018), en su investigación “ gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicio, rubro restaurantes en la Urb.21 de abril -Chimbote” tiene como objetivo determinar las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente en micro y pequeñas empresas, la investigación fue de diseño no experimental- transversal , una población muestral de 8 micro empresas y pequeñas empresas , a quienes se les

aplico un cuestionario de 22 preguntas, obteniendo los siguientes resultados el 62,5% de los representantes tienen entre 31 a 50 años de edad, el 50% son de género femenino y masculino respectivamente. El 75% de los encuestados son los dueños o propietarios de los restaurantes., el 62.5% de los restaurantes tienen entre 4 a 6 años en el rubro.

INTERNACIONALES

- ✚ Reyes (Guatemala 2015) en su investigación titulado “ calidad del servicio para aumentar la satisfacción del cliente de la asociación SHARE, SEDE Guatemala 2015” tuvo como objetivo general verificar si la calidad del servicio aumenta la satisfacción del cliente en la asociación , su investigación fue de tipo descriptivo de nivel cuantitativo, se utilizó la encuesta como recolección de datos con una población de clientes tanto internos como externos , en donde se concluye que se ha formulado una propuesta de mejora tanto para el servicio como para el clima laboral, misma que permita alcanzar el éxito en el desempeño de las operaciones de los restaurantes
- ✚ Sánchez (Guatemala,2017) en su investigación “ evaluación dela calidad de servicio al cliente en el restaurante pizza Burger de gualan,Zacapa” tiene como objetivo evaluar la calidad del servicio al cliente, la investigación fue descriptiva , con una población de 70 clientes , 14 colaboradores y 4 directivos , en total de muestra utilizada fue de 88 personas , se concluyó que existe discrepancias entre las percepciones de los colaboradores y los directivos sobre las expectativas de los clientes, lo cual explica que los directivos no

conoces lo que sus clientes necesitan por último se plantea una propuesta de acciones que tienen como propósito reducir brechas de insatisfacción encontradas por cada variable.

2.2. BASES TEORICAS

2.2.1. DEFINICIÓN GESTION DE CALIDAD

Según **Pérez y Gardey (2015)** denomina la gestión de calidad como un mecanismo operativo de una organización para optimizar sus procesos. El objetivo es orientar la información, la maquinaria y el trabajo de manera tal que los clientes estén conformes con los productos y/o los servicios que adquieren.

Para **Riquelme (2015)**. Es el conjunto de praxis y acciones que son determinadas para llevar a cabo las diferentes misiones que tiene una empresa; la administración de un negocio se basa en la calidad como factor de superioridad a diferencia de los otros, su enfoque se orienta a la determinación de la calidad a través de un proceso de mejora continua.

Así mismo **Gómez (2016)**, se denominada gestión de calidad a la diversidad de normas que pertenecen a una organización y a las que están vinculadas entre sí, las organizaciones empresas que se administran organizadamente; donde la misión este siempre enfocada a la mejora continua de calidad.

2.2.2. ELEMENTOS GESTIÓN DE CALIDAD

Según La Real Academia. Española (2001) No es más que una serie de tareas alineadas que se sigue a través de un conjunto de elementos para alcanzar una buena calidad de los servicios o productos que se ofrecen a los clientes, en otras palabras, planificar, vigilar y perfeccionar elementos de

una organización que intervengan en los requisitos del cliente y el logro se su satisfacción y calidad del mismo.

❖ **Estructura organizacional:** Es la categoría de funciones y responsabilidades que una empresa establece para el logro de sus metas, de manera ordenada a su equipo de trabajo, de acuerdo a sus cargos definiendo así el papel que ellos juegan en la misma.

❖ **Planificación:** conforman una serie de tareas que ayudan a la empresa a proyectar un mapa y lograr sus objetivos propuestos, a ello se hace las siguientes interrogantes en una organización: ¿a dónde queremos llegar? ¿Qué se va hacer la para lograrlo? ¿Cómo lo vamos hacer? ¿Qué vamos a necesitar?

❖ **Recursos:** representa a todo lo que se vaya a emplear para el logro de las metas propuestas por la organización como son (mano de obra, infraestructura, capital, bienes, etc.)

❖ **Procesos:** conjunto de operaciones que transforman materia prima en productos o servicios, y para llevar un buen proceso se requiere, de recursos, planificación de las actividades y la supervisión de los responsables del área.

Por otro lado, según la norma ISO 9001 (2008) define dos elementos claves para la gestión de calidad en una organización:

❖ **Manual de calidad:** Ayuda a las organizaciones a implementar políticas, objetivos para una mayor eficacia al logro de sus objetivos con indicaciones precisas y claras para que no se interpreten de diferentes maneras.

❖ **Medición y análisis:** Se enfoca en medir el rendimiento y eficacia de la organización a través de métodos estadísticos y también para saber cómo está trabajando el personal y si se está satisfaciendo las necesidades de sus clientes y cumpliendo con los estándares de calidad.

Asimismo, Nieves (2017) considera estos elementos de calidad beneficiosos para complementar la gestión de calidad:

❖ **Política de calidad:** Toda organización debe tener una política clara y hacerla conocer a todos sus trabajadores exhibiéndola en diferentes partes de la empresa y que se comprometiéndose a respetar y cumplir con lo establecido.

❖ **Evaluación de servicios:** Quiere decir que toda organización debe realizar un estudio para saber si los productos o servicios que ofrece cubren las diferentes necesidades de los clientes y mejor en las que no sean tan favorables para ello se puede utilizar encuestas de satisfacción sobre los servicios brindados.

2.2.3. PRINCIPIOS GESTIÓN DE CALIDAD

Gonzales (2018), la ISO 9000 en sus diversas revisiones, establecen los principios de calidad marco que derivan de la experiencia y de los conocimientos técnicos para guiar a las organizaciones. Estos principios son fundamental para el control de calidad en las empresas, ya que permite aplicar algunos estándares mínimos que, en ocasiones, son obligatorios, y que otras veces denotan una calidad superior a las organizaciones que no lo poseen.

Cliente: Las empresas dependen de sus clientes, y por lo tanto deben comprender las necesidades actuales y futuras de los clientes, satisfacer todos los requisitos de los clientes y esforzarse en exceder a las expectativas de los empleados. La organización debe tener claro que las necesidades de sus clientes no son estáticas, sino dinámica por lo que van cambiando a lo largo del tiempo, además de ser los clientes cada vez más exigentes y cada vez se encuentran más informados.

✚ **La participación del personal:** El personal es la esencia de la empresa y su total compromiso posibilita que sus habilidades sean utilizadas para el beneficio de la empresa. La motivación del personal es clave, así como que una empresa dispone de un plan de incentivos y reconocimientos. Sin estas dos acciones, difícilmente una empresa puede conseguir el compromiso del personal.

✚ **El enfoque basado en procesos:** Un resultado deseado se consigue más eficiente cuando las actividades y los recursos relacionados se gestionan como un proceso. El cambio reside en la concepción de la empresa. Ha dejado de ser una empresa por departamentos o áreas funcionales para ser una empresa por procesos para poder crear valor a los clientes.

✚ **El enfoque de sistema de gestión:** Identificar, entender y gestionar los procesos interrelacionados como un sistema, contribuye a la eficiencia y eficacia de una empresa para conseguir sus objetivos.

El fin último que se persigue es el logro de los objetivos marcados. Para ellos será necesario que la empresa detecte y gestione de forma correcta todos los procesos interrelacionados.

- ✚ **La mejora continua:** La mejora continua del desempeño general de las empresas debe ser un objetivo permanente. La mejora continua de los procesos se consigue con el ciclo PHVA (Planificar, Hacer, Verificar y Actuar), para mejorar, Así mismo consiste en mejorar los procesos, productos y servicios de la empresa, es una forma de gestión de calidad que se centra en hacer pequeñas mejoras
- ✚ **El enfoque basado en hechos para la toma de decisiones:** con este principio se alcanzan ventajas competitivas como la toma de decisiones fundamentada en información veraz y fiable, el incremento de la capacidad para demostrar la eficacia de las decisiones mediante la referencia a datos objetivos, y el aumento de la capacidad para revisar, cuestionar y cambiar las opiniones y decisiones
- ✚ **La relación con los proveedores:** Una empresa y sus proveedores son interdependientes, y una relación beneficiosa para aumentar la capacidad de ambos para crear valor. Es necesario desarrollar alianzas estratégicas con los proveedores para ser mucho más competitivos y mejorar la productividad y la rentabilidad. Durante las alianzas, gana tanto la empresa como los proveedores. Es importante mantener una relación beneficiosa y recíproca entre la organización y los proveedores como alianzas, descuentos, planes de pago, etc.

2.3. ATENCIÓN AL CLIENTE

DEFINICION

Porporato (2015), la atención al cliente es el servicio ofrecido por una empresa con el fin de acercarse más con los clientes y anticiparse a la satisfacción de sus necesidades que buscan. Como también es una herramienta eficiente para interactuar con los clientes brindando asesoramiento adecuado para afirmar el uso correcto de un producto o de un servicio que se brinde al cliente.

Cauri (2018), cuando el usuario compra un producto posee unas expectativas determinadas que espera que sean cumplidas. Sin embargo, depende de llegar a cumplir esas expectativas generadas por el cliente con anterioridad a través del valor que produce nuestro producto o servicio.

Arenal (2017), La atención a la cliente centrada en dos premisas, el excelente servicio y la segunda, cautivar al cliente ha estado sometida a cambios continuos, la frase célebre “El cliente siempre tiene la razón” ha dominado el escenario durante muchos años.

2.3.1. ESTRATEGIAS

Gómez (2016) son aquellas una compañía diseñada para satisfacer, mejor que sus competidores, las necesidades y expectativas de sus clientes externos.

 **Capacitar al personal:** en esta área de forma constante no basta con una sola charla sobre el tema La capacitación es algo realmente importante, algo que permite mejorar los conocimientos, habilidades o conductas y actitudes del personal de una empresa o negocio Así, los empleados cuentan con nuevas herramientas o nuevos conocimientos que deben asimilar.

- ✚ **Efectuar evaluaciones:** Evaluar el desempeño de un trabajador es un componente fundamental para las empresas, porque ayuda a implementar estrategias y afinar la eficacia.
- ✚ **Realizar el comprador incognito:** para mejorar la calidad de servicio de muchas empresas. Es una metodología idónea para evaluar el nivel de satisfacción del cliente, permite identificar y resolver los puntos débiles de cada organización. para generar control y motivación al mismo tiempo
- ✚ **Servicio a domicilio:** De esta forma, el despacho a domicilio de los productos, ya sea mediante el teléfono o Internet, se ha transformado en prácticamente una obligación para el éxito del negocio y acogida del consumidor. Los clientes están comenzando a exigir el sistema de despacho a la casa y esta modalidad se está empezando a hacer imprescindible en cualquier tipo de negocio. le permitirá a tu negocio aumentar la satisfacción del cliente y por consiguiente se generará un aumento en la adquisición de tus servicios o productos.
- ✚ **Generar curiosidad:** La curiosidad es un filtro hacia tu público objetivo que permite enfocar 100% de la atención en ti, siendo prácticamente “sordos” para los mensajes de los demás Prolonga el tiempo para impactar tu target visto que la campaña está dividida en la fase de crear curiosidad y lanzamiento, mejorando la cobertura global. Crea un marketing viral porque las personas hablarán entre sí, para averiguar si alguien tiene más informaciones que ellos para satisfacer su curiosidad.
- ✚ **Vender más en menos tiempo:** no es nada menos ni nada más que el capital humano y material que toda empresa utiliza para alcanzar sus

metas de venta, suena bastante simple y es quizá esta la razón por la que muchas empresas no le dan la importancia que merece puesto que puede ser tan simple como poderosa y definitiva en obtención de resultados deseados.

2.3.2. TIPOS

MOLINA (2016) La forma de atender a los clientes dependerá de todas las herramientas y estrategias que utilice la empresa para garantizar su satisfacción. Existen diversas formas de atender dentro y fuera del establecimiento a los clientes de la empresa

- ✚ **Atención preferencial:** El usuario preferente queda exonerado de esperar turnos o de cualquier otro mecanismo de espera, debiendo ser llamado por los responsables de atención en forma inmediata con la finalidad de brindarle el trato adecuado.
- ✚ **Atención telefónica:** se solicita que el personal cumpla una serie de normas para lograr la satisfacción del cliente. Debido a que por este medio no se pueden observar las reacciones del interlocutor, los requerimientos presenciales a cubrir son distintos, pero no menos importantes, pues también debe sentir disposición y una buena actitud.
- ✚ **Atención virtual:** Con la entrada de las nuevas tecnologías y del comercio electrónico, se está imponiendo una vía alternativa para efectuar las compras. Ya sea por correo electrónico o a través de la misma web donde se ofrecen los productos, el cliente, en este caso, valora la atención recibida por otros parámetros, como el correcto

funcionamiento de la página, el sistema de pago y de entrega, Así evitan las filas en las tiendas o centros de atención.

- ✚ **Atención proactiva:** Es aquella donde la compañía busca o se acerca directamente al cliente. Se utiliza la atención proactiva en cualquier fase del proceso de venta, durante el proceso de compra o en la relación que se desee mantener posteriormente con el cliente.
- ✚ **Atención directa:** Cuando el interlocutor es la persona que expresa la necesidad y además es el que decide acerca de la compra, se trata de una atención directa, sin intermediarios. Dado que los roles se concentran en una única persona, toda nuestra energía se dirige también a un único interlocutor.

III. HIPOTESIS

Dicho por Caballero y Bolívar (2015), no todas las investigaciones tienen hipótesis, ya que los estudios donde se van a describir ciertos conceptos o variables no se pueden establecer hipótesis

IV. METODOLOGIA

Según el diseño de la investigación en base a Hernández; Fernández, & Baptista, (2015).

4.1. DISEÑO DE LA INVESTIGACION

El diseño no experimental es observar fenómenos tal como se dan en su contexto natural, para después analizarlos. Por lo tanto, esta investigación es no experimental porque no se pueden manipular las variables, los datos a reunir se obtendrán de los propietarios y colaboradores de las MYPE.

4.2. TIPO DE INVESTIGACION

Esta investigación es de tipo cuantitativa, porque examina los datos de manera científica, recoge y analiza los resultados de las encuestas que se aplicaran los propietarios de las MYPE rubro Restaurantes sector mercado modelo Chulucanas.

4.3. NIVEL DE INVESTIGACION

El nivel de la investigación es descriptivo, según Rojas (2015) una investigación es descriptiva porque exhibe el conocimiento de la realidad tal y como se presenta en una situación de espacio y tiempo determinado. Hernández, Fernández & Baptista (2015)

4.4. TECNICAS DE RECOLECCION DE DATOS

Hernández, Fernández & Baptista (2015) mencionan que la investigación de corte transversal es aquella en la que los datos son recogidos en un solo momento, en un tiempo único. Teniendo como propósito describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado.

Donde:

M: es muestra por los propietarios y trabajadores en la variable Gestión de calidad y clientes y trabajadores para la variable de Atención al cliente.

O: observación de las variables de Gestión de calidad y Atención al cliente.

M  O

4.5. POBLACION Y MUESTRA

P1: la población para la variable Gestión de calidad se considera finita la misma que está conformada por los propietarios y trabajadores de las (04) MYPES, dedicadas al servicio del restaurante.

P2: La población para la variable atención al cliente se considera infinita, está conformada por los clientes del servicio de restaurantes en el distrito de CHULUCANAS, siendo (04) MYPES, dedicadas al servicio rubro ya mencionado.

TABLA N^a 1 POBLACIÓN Y MUESTRA

CUADRO DE PERSONAS INTEGRANTES DE EMPRESAS				
Ord.	Razón social	Dueños	Trabajadores	Total, de personas
1	EL RANCHO	1	14	15
2	PASION Y FUEGO	1	6	7
3	LO NUESTRO	1	9	10
4	ENTRE AMIGOS	1	5	6

Fuente: elaborada por el autor

MUESTRA 01 VARIABLE DE GESTIÓN CALIDAD

La muestra se tomará a 1 propietario por MYPE esto será conformado por 4 dueños.

MUESTRA 02 VARIEBLE ATENCIÓN AL CLIENTE

La muestra será tomada por la población de los trabajadores (34) que trabajan en las empresas materia de investigación.

La muestra será tomada por la población de los clientes (68) del distrito de Chulucanas siendo esto una población desconocida

$$n = \frac{Z^2 * p * q}{e^2}$$

Donde cada sigla representa

- n= representa el tamaño de la muestra
- z= valor estadístico del nivel de confianza que para esta investigación es de 90% cuyo valor estadístico es de 1.645
- p= posibilidad de ocurrencia, que será de 50% equivalente a 0.50
- q= posibilidad de ocurrencia que será de 50% equivalente a 0.50
- e= nivel de investigación que se puede incurrir en la investigación representa el (10%) margen de error 0.1

Entonces se determinó de la siguiente manera:

$$n = \frac{Z^2 * p * q}{e^2}$$

$$n = \frac{(1.645)^2 * 0.50 * 0.50}{(0.10)^2}$$

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

$$n = 67.650625$$

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

TABLA N° 2 MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	FUENTE	ESCALA DE MEDICIÓN NOMINAL
Gestión de calidad	Gómez (2016), se denominada gestión de calidad a la diversidad de normas que pertenecen a una organización y a las que están vinculadas entre sí, las organizaciones empresas que se administran organizadamente; donde la misión este siempre enfocada a la mejora continua de calidad.	Se pretenderá determinar, describir las características y estrategias de Atención al cliente de las MYPES materia de investigación median la aplicación de una serie de interrogantes indicadores formuladores de preguntas.	Elementos	Estructura organizacional	propietarios Clientes Trabajadores	Nominal
				Planificación		
				Recursos		
				Procesos		
				Manual de calidad		
				Política de calidad		
			Principios	Evaluación de servicios		
				Cliente		
				participación del personal		
				enfoque basado en procesos		
				enfoque de sistema de gestión		
				Mejora continua		
				Enfoque basado en hechos para la toma de decisiones		
				Relación con los proveedores		
VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES		
atención al cliente	Porporato (2015), la atención al cliente es el servicio ofrecido por una empresa con el fin de acercarse más con los clientes y anticiparse a la satisfacción de sus necesidades que buscan. Como también es una herramienta eficiente para interactuar con los clientes brindando asesoramiento	Se pretenderá determinar, describir las características y estrategias de atención al cliente de las MYPES materia de investigación mediante la aplicación de una serie de interrogantes indicadores formuladores de preguntas.	Estrategias	Capacitar al personal		
				Efectuar evaluaciones constantes		
				Comprador incognito		
				Servicio a domicilio		
				Ofrecer experiencia		
				Vender más en menos tiempo		
			Tipos	Atención preferencial		
				Atención telefónica		
				Atención virtual		
				Atención proactiva		
				Atención directa		

4.6. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

La técnica que se empleó en este trabajo fue la encuesta y como instrumento el cuestionario, para lo cual en la variable gestión de calidad se formularon 19 preguntas las cuales fueron aplicadas de manera independiente para los propietarios y trabajadores para la variable atención al cliente se plantearon 7 preguntas solo para los clientes.

Además, el cuestionario se encuentra estructurado por preguntas cerradas, de enfoque dicotómicas, se orientaron a este enfoque para que el encuestado tenga más facilidad al momento de su participación en el desarrollo de la investigación.

4.7. PLAN DE ANÁLISIS

Para Alarcón & Gutiérrez, el plan de análisis detalla las medidas de resumen de las variables gestión de calidad y atención al cliente, y como serán presentadas, indicando los modelos y técnicas estadística a usar. Se recogió los datos mediante el instrumento encuesta, se tabularon y graficaron de manera ordenada de acuerdo a cada variable y sus dimensiones. Se empleó estadística descriptiva, calculando las frecuencias y porcentajes, se usó el programa de hojas de cálculo Excel 2013.

TABLA N° 3 MATRIZ DE CONSISTENCIA

ENUNCIADO DEL PROBLEMA	OBJETIVOS DE INVESTIGACION	HIPOTESIS	METODOLOGÍA	PROCESAMIENTO DE DATOS
<p>¿Cuáles son las características de gestión de calidad y atención al cliente de las Mypes sector servicio rubro restaurant, del distrito de CHULUCANAS 2018?</p>	<p>OBJETIVO GENERAL</p>		<p>TIPO:</p>	<p>Pala Alarcón y Gutiérrez, el plan de análisis detalle las medidas de resumen de las variables marketing y atención al cliente, y como serán presentada, indicando los modelos y técnicas estadísticas a usar. Se recogió los datos mediante instrumentos (encuesta), se tabularon y graficaron de manera ordenada de acuerdo a cada variable y sus dimensiones. Se empleó estadística descriptiva, calculando las frecuencias y porcentajes se usó de hoja de cálculo Excel 2013.</p>
	<p>Determinar la gestión de calidad y atención al cliente de las MYPES sector servicio rubro restaurant del distrito de Chulucanas, 2018</p>	<p>Dicho por Fidias (2012), no todas las investigaciones tienen hipótesis, ya que en los estudios donde se van a describir ciertos conceptos o variables no se puede establecer hipótesis. Este estudio no se aplica hipótesis</p>	<p>Descriptiva</p>	
	<p>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</p>		<p>NIVEL:</p>	
	<p>Identificar los elementos de gestión de calidad de las MYPES sector servicio rubro restaurant, Piura- Chulucanas, 2018.</p>		<p>Cuantitativo</p>	
	<p>Conocer los tipos de principios gestión de calidad de las MYPES sector servicio rubro restaurant, Piura – Chulucanas, 2018.</p>		<p>DISEÑO:</p> <p>No experimental</p>	
<p>Identificar las estrategias de atención al cliente de las MYPES sector servicio rubro restaurant, Piura – Chulucanas, 2018.</p>		<p>POBLACIÓN:</p>		
<p>Conocer los tipos de atención al cliente de las MYPES sector servicio rubro restaurant, Piura – Chulucanas, 2018.</p>		<p>p1: finita p2: infinita</p>		

4.8. PRINCIPIOS ÉTICOS

Durante la ejecución del presente estudio se respetaron los principios para investigación en humanos, autonomía, justicia y confidencialidad (Organización de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la Cultura, 2017); velando por el cumplimiento de las expectativas que presenta el artículo científico; se aplicó principios éticos como la protección a las personas, cuidado del medio ambiente y la biodiversidad, libre participación y derechos a estar informado, beneficencia no maleficencia y justicia (Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, 2019)

V. RESULTADOS

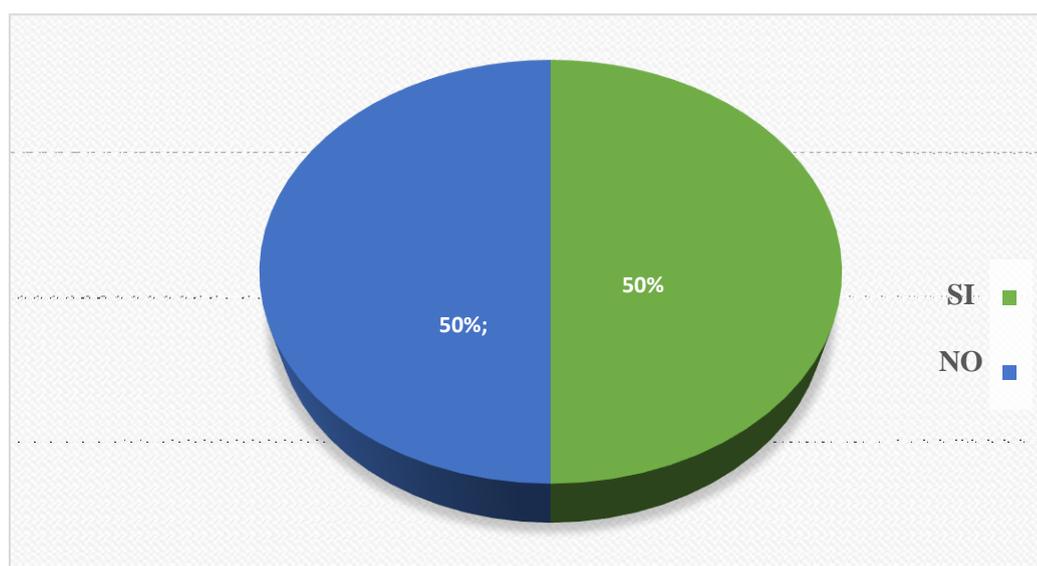
1.1. VARIABLE GESTIÓN DE CALIDAD

Objetivo 1: Elementos de gestión de calidad

TABLA N° 4: ¿LA EMPRESA DISPONE DE UNA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL BIEN DEFINIDA?

NIVEL	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	3	50%
NO	1	50%
Total	4	100%

GRAFICO N° 1



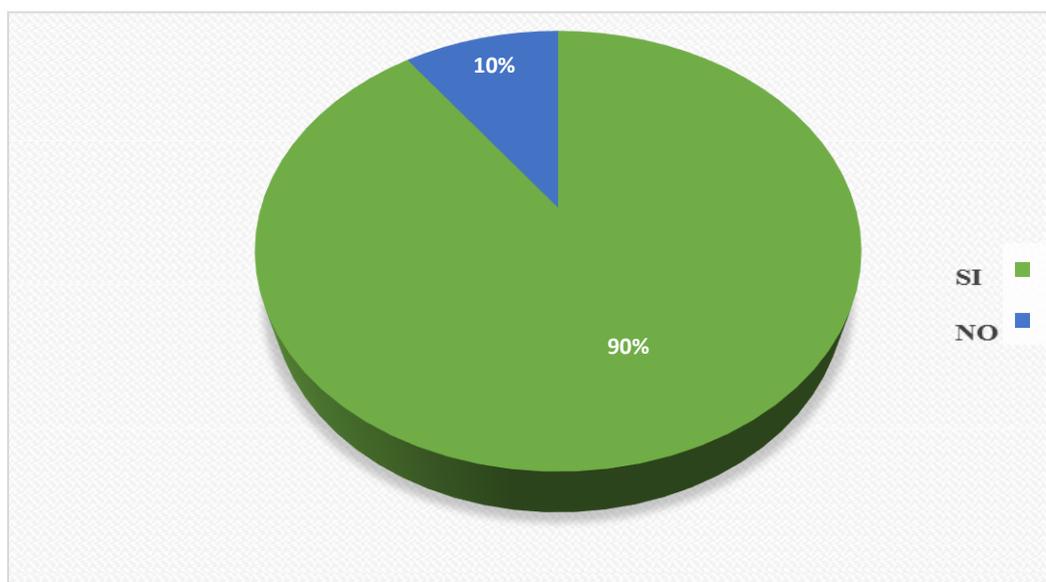
Fuente: datos obtenidos por la encuesta realizada a los dueños de las MYPES sector rubro restaurantes en el distrito de Chulucanas

Interpretación: de los 4 dueños de los restaurantes en el distrito el 50% que representa a 2 propietarios respondieron que sus Mypes dispone de una estructura bien definida, mientras el 50% que representa 2 propietarios consideran que sus MYPES no cuenta con la estructura definida

TABLA N° 5 ¿LA EMPRESA DISPONE DE UN PLAN ESTRATEGICO?

NIVEL	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	3	90 %
NO	1	10 %
Total	4	100%

GRAFICO N° 2



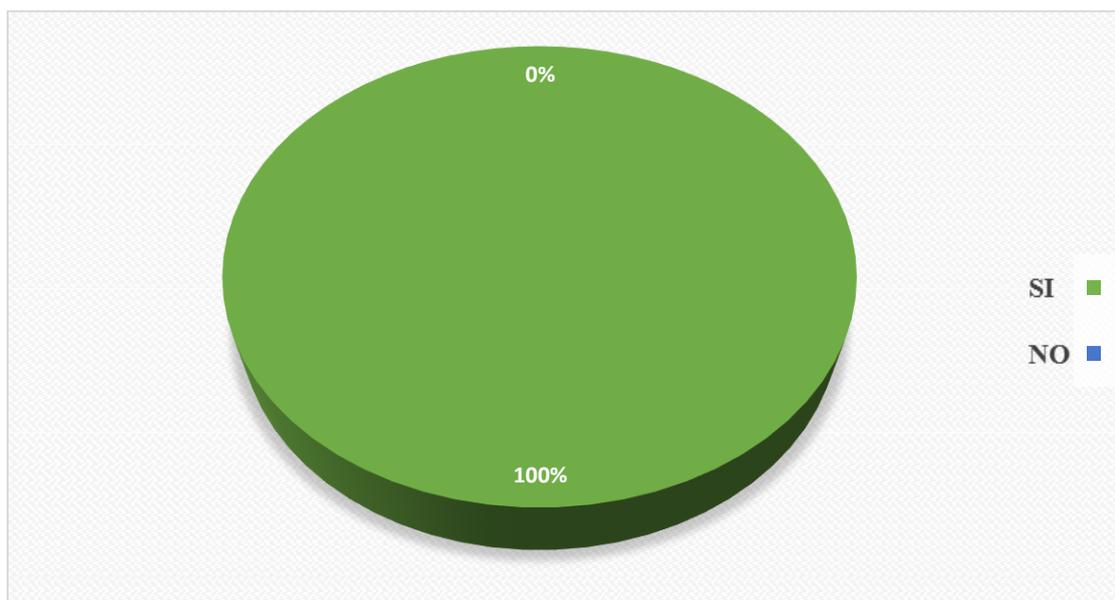
Fuente: datos obtenidos por la encuesta realizada a los dueños de las MYPES sector rubro restaurantes en el distrito de Chulucanas

Interpretación: de los 4 dueños de los restaurantes en el distrito el 90% que representa a 3 propietarios respondieron que sus Mypes Si cuentan con un plan estratégico, mientras el 10% que representa 1 propietario considera que su MYPE No dispone de un plan estratégico

TABLA N° 6; LA EMPRESA DISPONE DE LOS RECURSOS NECESARIOS PARA EL EFICIENTE DESARROLLO DE LAS ACTIVIDADES?

NIVEL	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	4	100%
NO	0	0%
Total	4	100%

GRAFICO N° 3



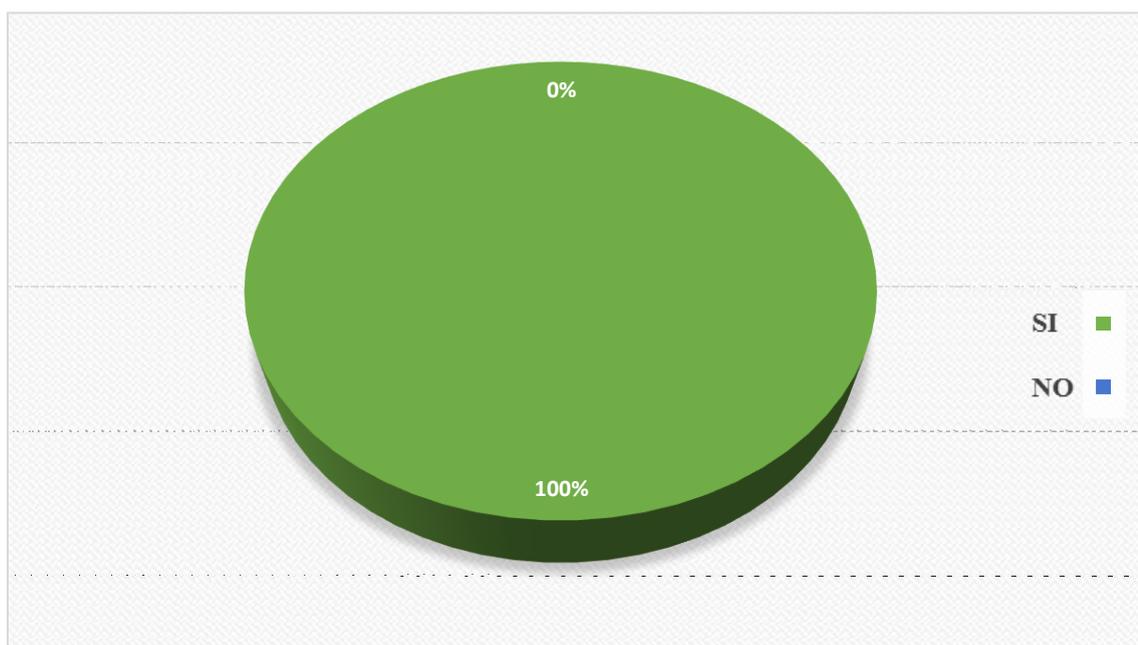
Fuente: datos obtenidos por la encuesta realizada a los dueños de las MYPES sector rubro restaurantes en el distrito de Chulucanas

Interpretación: de los 4 dueños de los restaurantes en el distrito el 100% que representa a todos los propietarios respondieron que sus Mypes Si dispone de los recursos necesarios para tener un eficiente desarrollo en las actividades.

TABLA N° 7: ¿EXISTEN PROCEDIMIENTOS ESTABLECIDOS PARA EL CUMPLIMIENTO DE LAS ACTIVIDADES?

NIVEL	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	4	100%
NO	0	0%
Total	4	100%

GRAFICO N° 4



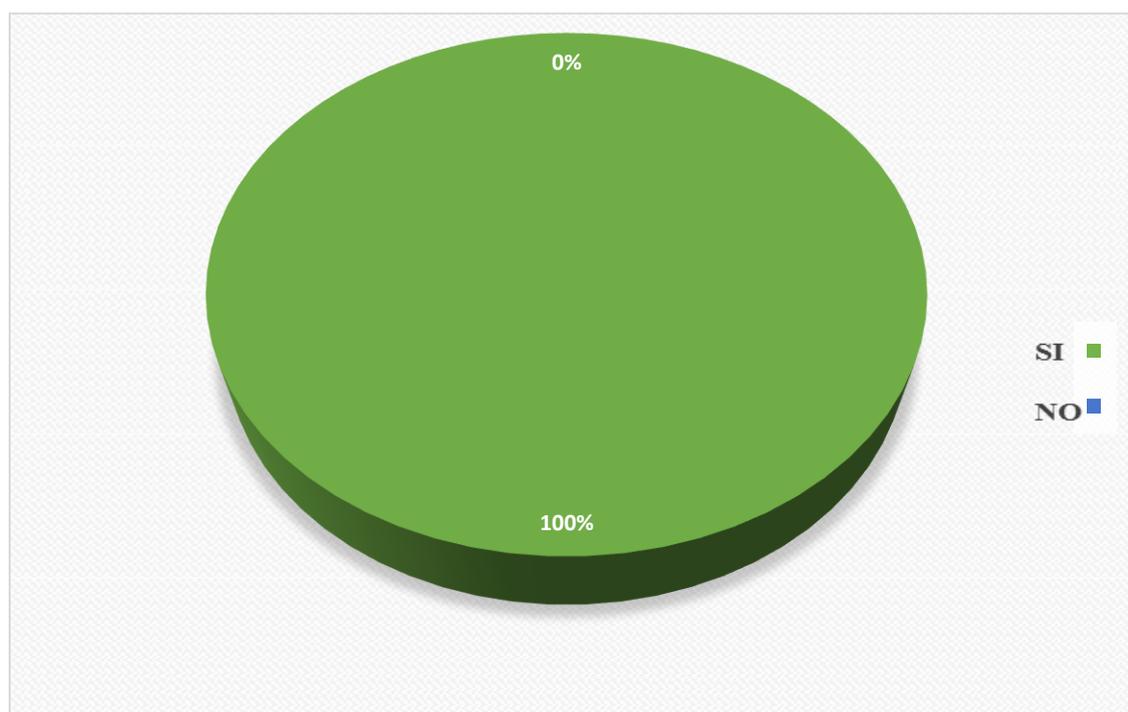
Fuente: datos obtenidos por la encuesta realizada a los dueños de las MYPES sector rubro restaurantes en el distrito de Chulucanas

Interpretación: de los 4 dueños de los restaurantes en el distrito el 100% que representa a los propietarios respondieron que las Mypes Si cuentan con procedimientos establecidos para el cumplimiento de las actividades.

TABLA N° 8 ¿LA EMPRESA PRESENTA MANUAL PARA PROPORCIONAR CALIDAD EN EL SERVICIO?

NIVEL	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	4	100%
NO	0	0%
Total	4	100%

GRAFICO N° 5



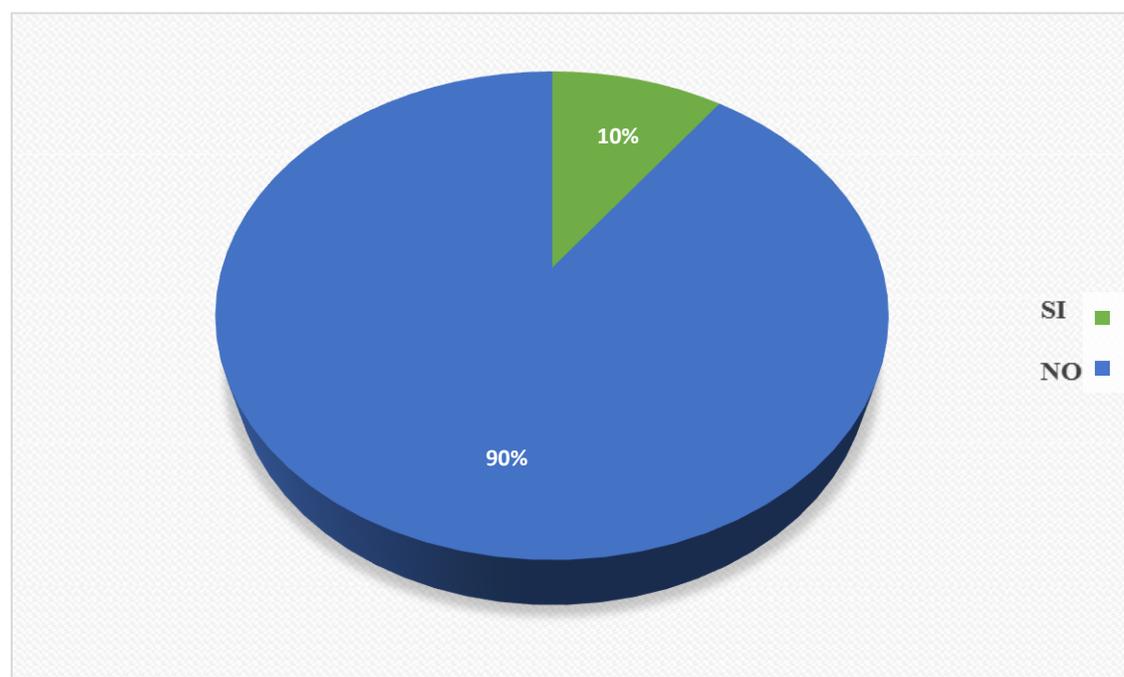
Fuente: datos obtenidos por la encuesta realizada a los dueños de las MYPES sector rubro restaurantes en el distrito de Chulucanas

Interpretación: de los 4 dueños de los restaurantes en el distrito el 100% que representa a los propietarios respondieron que las Mypes Si presentan un manual donde proporcionan la calidad de su servicio.

TABLA N° 9; LA EMPRESA CUENTA CON POLÍTICAS DE CALIDAD ESTABLECIDAS EN SU PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO?

NIVEL	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	1	10%
NO	3	90%
Total	4	100%

GRAFICO N° 6



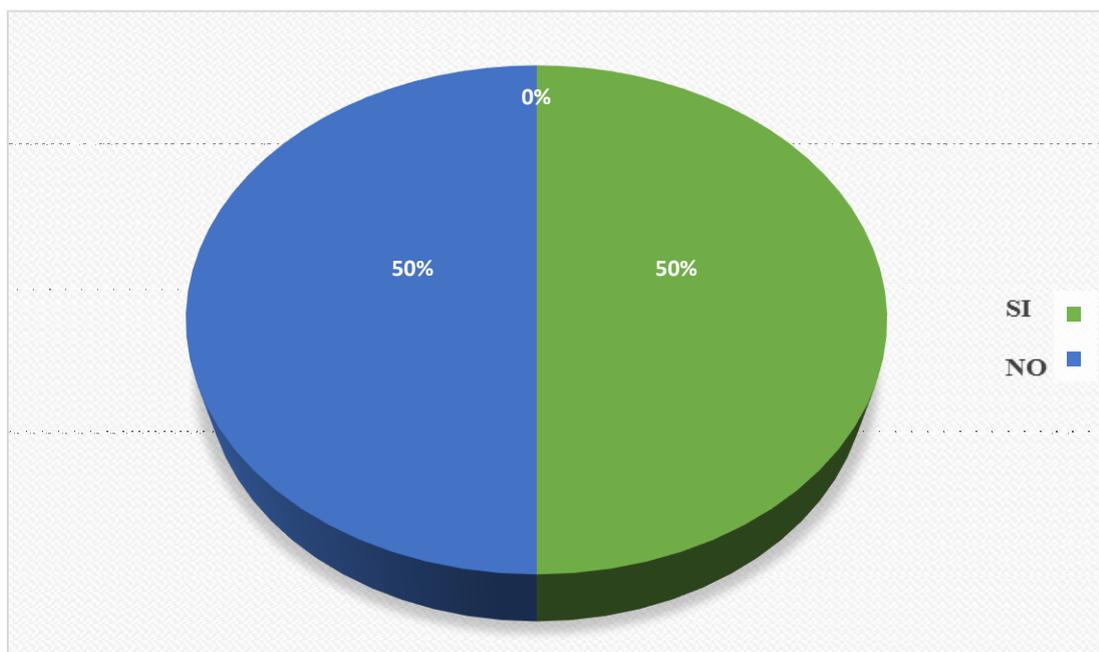
Fuente: datos obtenidos por la encuesta realizada a los dueños de las MYPES sector rubro restaurantes en el distrito de Chulucanas

Interpretación: de los 4 dueños de los restaurantes en el distrito el 90% que representa a 3 propietarios respondieron que la Mypes Si cuenta con políticas de calidad establecidas, mientras el 10% que presentan a 1 propietario respondió que la Mype no cuenta con políticas de calidad.

TABLA N° 10: LA EMPRESA UTILIZA INSTRUMENTOS PARA EVALUAR LAS OPINIONES QUE TIENEN LOS CLIENTES ACERCA DE LOS PRODUCTOS OFRECIDOS?

NIVEL	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	2	50%
NO	2	50%
Total	4	100%

GRAFICO N° 7



Fuente: datos obtenidos por la encuesta realizada a los dueños de las MYPES sector rubro restaurantes en el distrito de Chulucanas

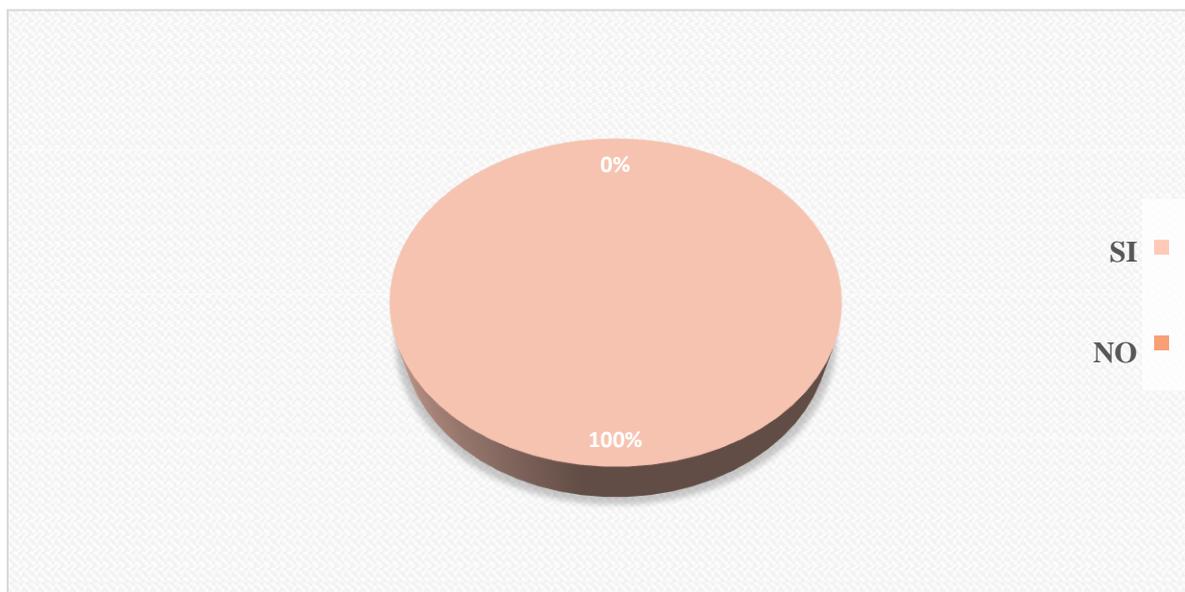
Interpretación: de los 4 dueños de los restaurantes en el distrito el 50% que representa a 2 propietarios respondieron que las Mypes Si utilizan instrumentos para evaluar la opinión de los clientes, mientras el 50% que representa 2 propietarios consideran que las MYPES No utilizan estos instrumentos.

OBJETIVO 2: PRINCIPIOS DE GESTIÓN DE CALIDAD

TABLA N° 11: ¿LA EMPRESA SE ENFOCA EN LAS NECESIDADES QUE PRESENTA EL CLIENTE?

NIVEL	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	4	100%
NO	0	0%
Total	4	100%

GRAFICO N° 8



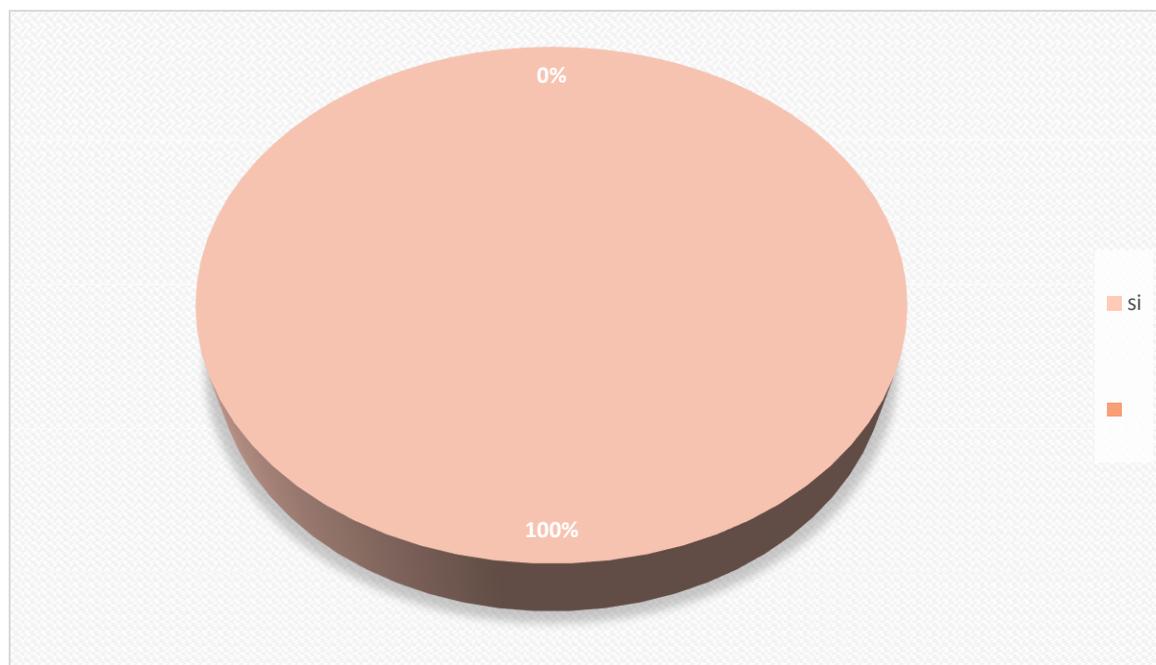
Fuente: datos obtenidos por la encuesta realizada a los dueños de las MYPES sector rubro restaurantes en el distrito de Chulucanas

Interpretación: de los 4 dueños de los restaurantes en el distrito el 100% que representa a los propietarios respondieron que las Mypes Si se enfocan en las necesidades que presentan los clientes.

TABLA N° 12; DENTRO DE LA EMPRESA EXISTE UNA BUENA PARTICIPACIÓN DE PERSONAL?

NIVEL	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	4	100%
NO	0	0%
Total	4	100%

GRAFICO N° 9



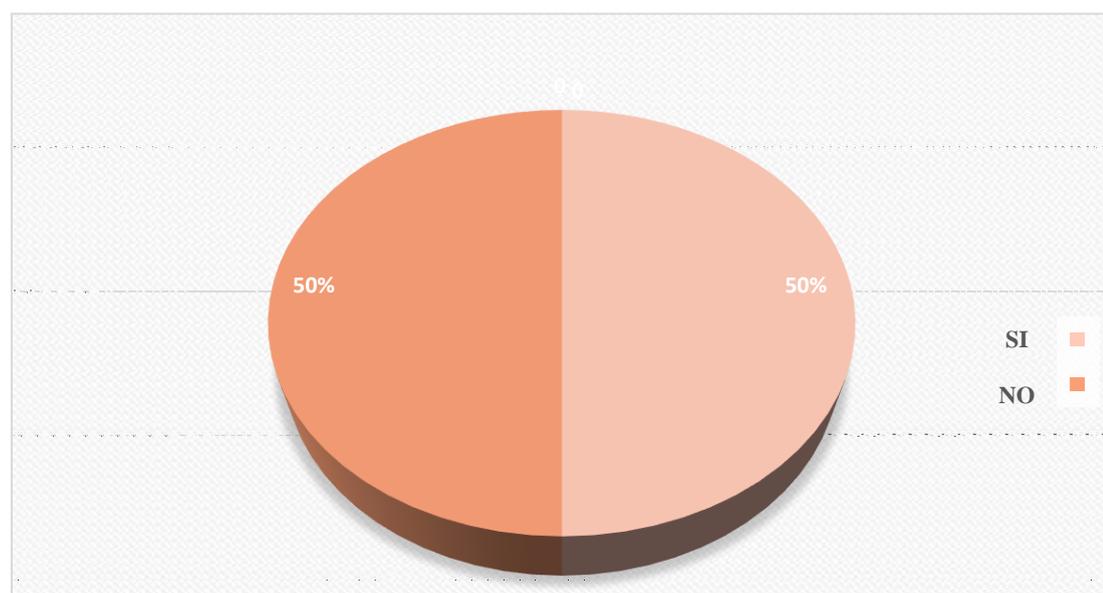
Fuente: datos obtenidos por la encuesta realizada a los dueños de las MYPES sector rubro restaurantes en el distrito de Chulucanas

Interpretación: de los 4 dueños de los restaurantes en el distrito el 100% que representa a los propietarios respondieron que dentro de las MYPES Si hay una buena participación por parte del personal.

TABLA N° 13; CUENTAN CON UN PROCESO DE SISTEMA DE GESTIÓN INTEGRAL DE LA CALIDAD?

NIVEL	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	2	50%
NO	2	50%
Total	4	100%

GRAFICO N° 10



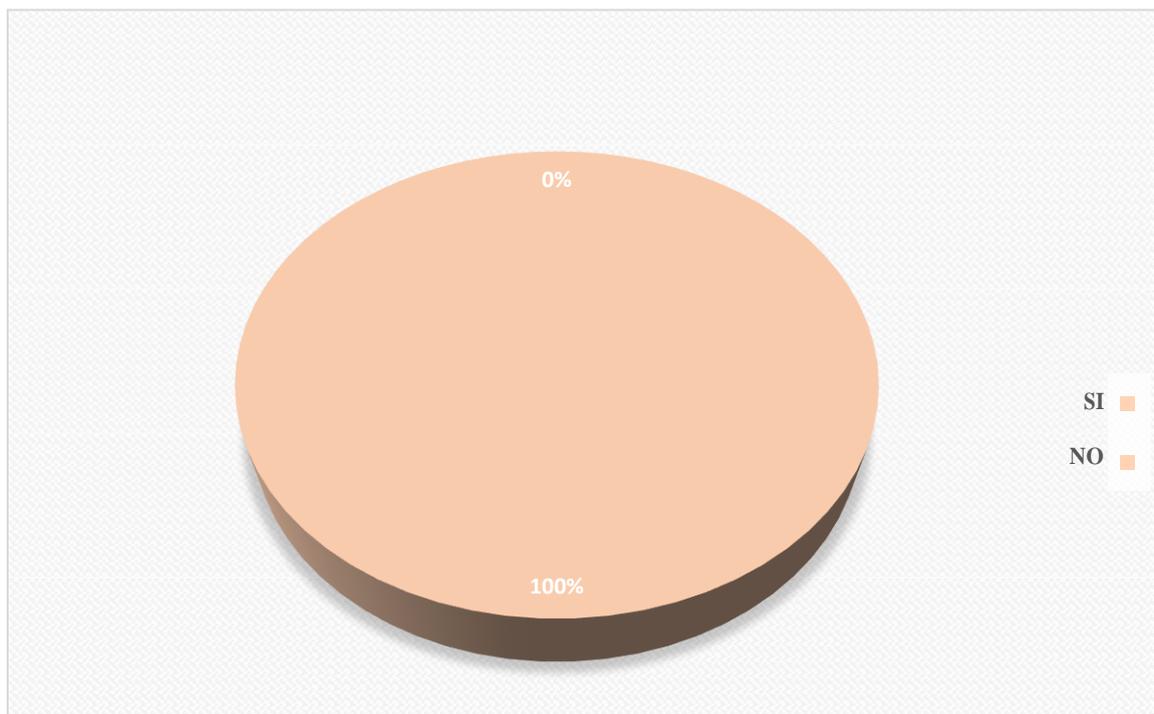
Fuente: datos obtenidos por la encuesta realizada a los dueños de las MYPES sector rubro restaurantes en el distrito de Chulucanas

Interpretación: de los 4 dueños de los restaurantes en el distrito el 50% que representa a 2 propietarios respondieron que las Mypes Si cuentan con un proceso de gestión de calidad, mientras el 50% que representa 2 propietarios respondieron que las mypes no cuentan con ningún proceso de gestión de calidad.

TABLA N° 14; APLICAN NORMAS ISO?

NIVEL	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	0	0%
NO	4	100%
Total	4	100%

GRAFICO N° 11



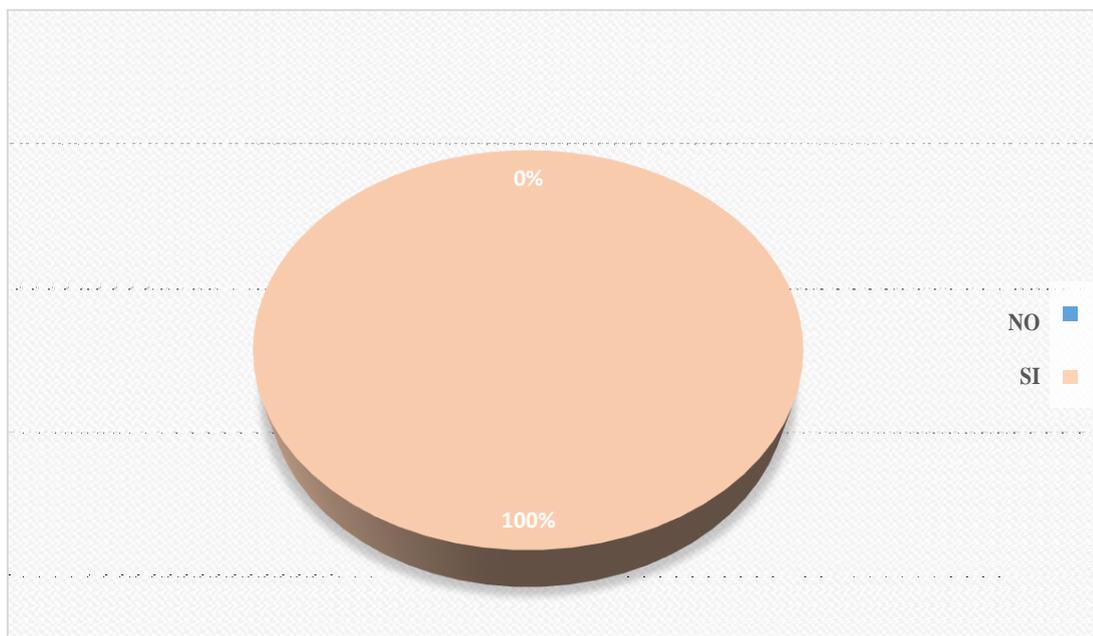
Fuente: datos obtenidos por la encuesta realizada a los dueños de las MYPES sector rubro restaurantes en el distrito de Chulucanas

Interpretación: de los 4 dueños de los restaurantes en el distrito el 100% que representa a los propietarios respondieron que dentro de las MYPES No aplican las normas ISO.

TABLA N° 15 ¿LA EMPRESA ESTÁ DISPUESTO A UTILIZAR NUEVOS MÉTODOS PARA CONOCER SI HAY UNA MEJORA?

NIVEL	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	4	100%
NO	0	0%
Total	4	100%

GRAFICO N° 12



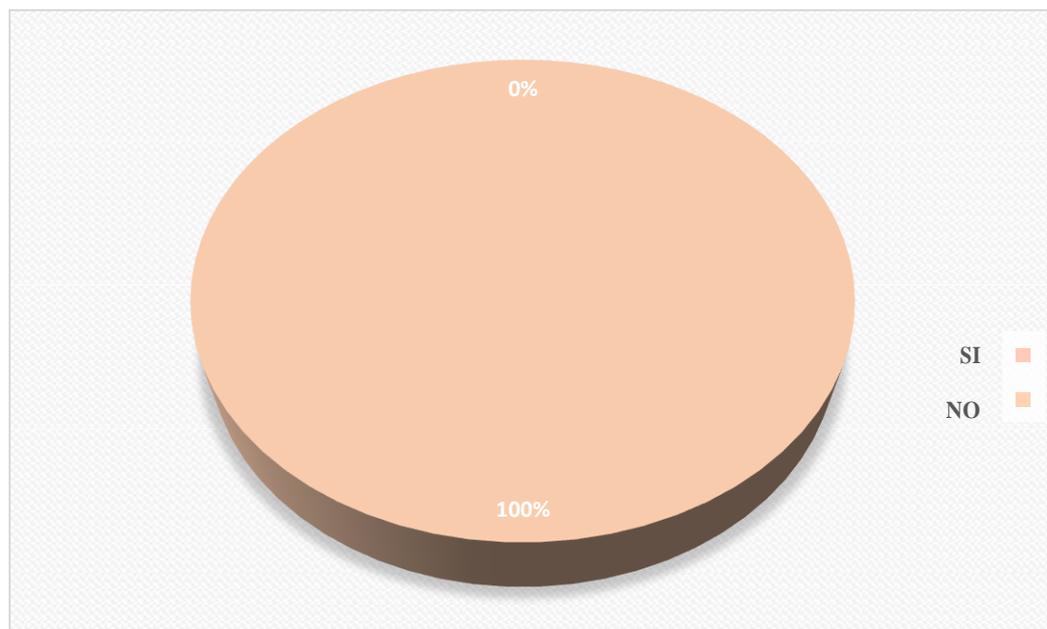
Fuente: datos obtenidos por la encuesta realizada a los dueños de las MYPES sector rubro restaurantes en el distrito de Chulucanas

Interpretación: de los 4 dueños de los restaurantes en el distrito el 100% que representa a los propietarios respondieron que SI i están dispuestos a utilizar nuevos métodos para conocer si hay mejoras dentro de las MYPES.

TABLA N° 16 ¿ANTES DE TOMAR UNA DECISIÓN SE ENFOCA EN LOS HECHOS?

NIVEL	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	4	100%
NO	0	0%
Total	4	100%

GRAFICO N° 13



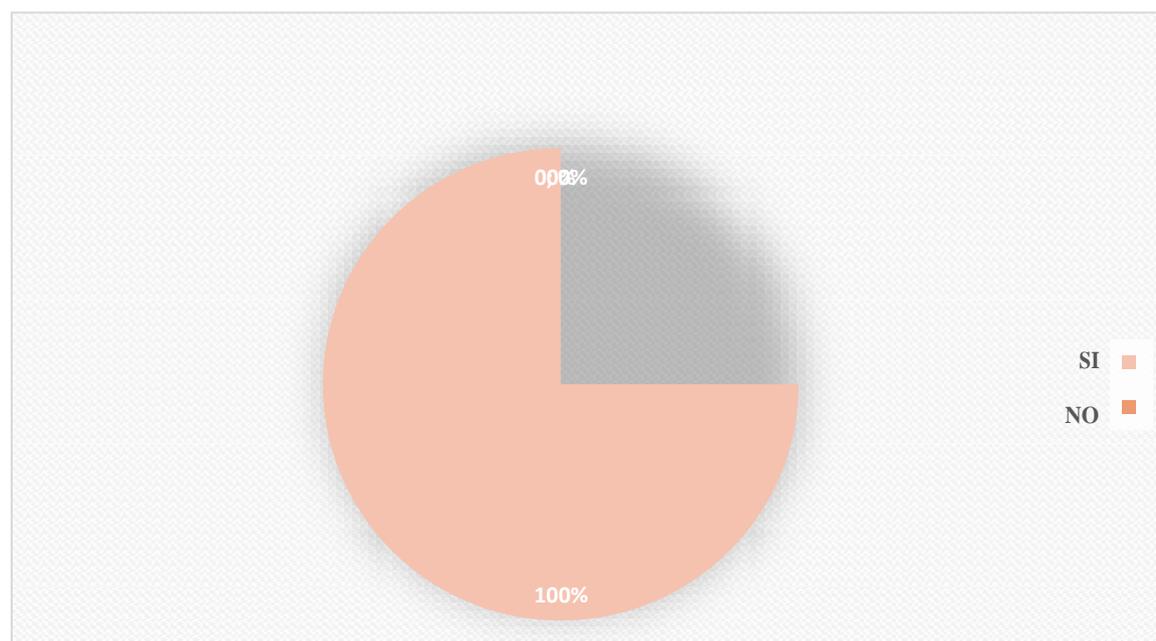
Fuente: datos obtenidos por la encuesta realizada a los dueños de las MYPES sector rubro restaurantes en el distrito de Chulucanas

Interpretación: de los 4 dueños de los restaurantes en el distrito el 100% que representa a los propietarios respondieron que Si se enfocan los hechos antes de tomar una decisión.

TABLA N° 17: ¿MANTIENEN UNA BUENA RELACIÓN CON LOS PROVEEDORES?

NIVEL	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	4	100%
NO	0	0%
Total	4	100%

GRAFICO N° 14



Fuente: datos obtenidos por la encuesta realizada a los dueños de las MYPES sector rubro restaurantes en el distrito de Chulucanas

Interpretación: de los 4 dueños de los restaurantes en el distrito el 100% que representa a los propietarios respondieron que Si mantienen una buena relación con los proveedores.

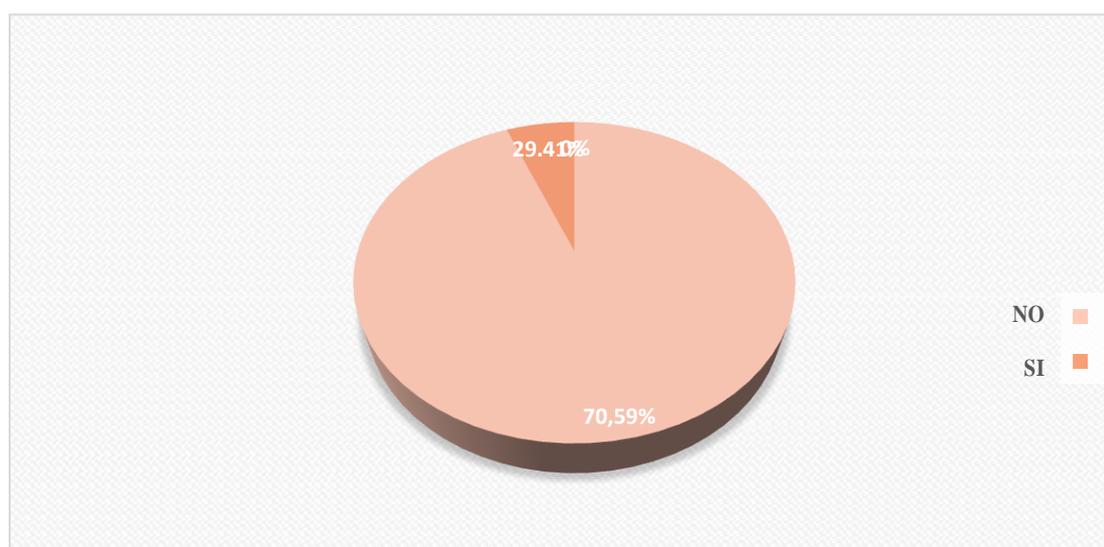
1.2. VARIABLE ATENCIÓN AL CLIENTE

OBJETIVO 3: ESTRATEGIAS DE ATENCIÓN AL CLIENTE

TABLA N° 18¿RECIBEN CAPACITACION DE MANERA CONSTANTE?

NIVEL	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	24	70,59%
NO	10	29,41%
Total	34	100%

GRAFICO N° 15



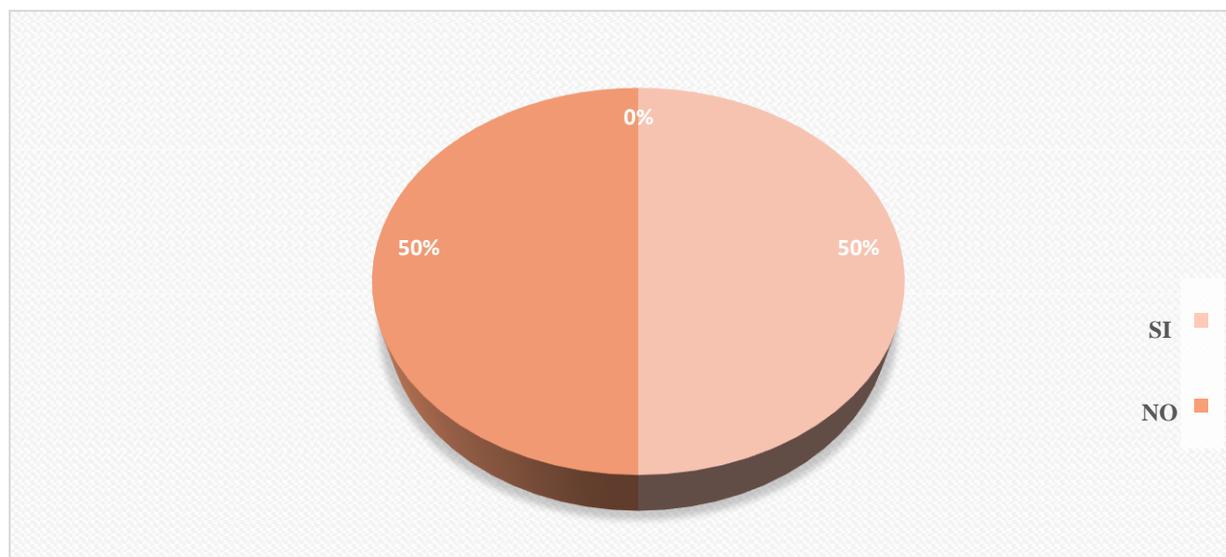
Fuente: datos obtenidos por la encuesta realizada a los trabajadores de las MYPES sector rubro restaurantes en el distrito de Chulucanas.

Interpretación: de los 34 trabajadores de los restaurantes en el distrito el 29.41% que representa a 10 trabajadores respondieron que, Si reciben capacitación de manera constante, mientras que el 70.59% respondieron que No son capacitados constantemente

TABLA N° 19; LA EMPRESA EVALÚA SU DESEMPEÑO EN FUNCIÓN A LA CONTRATACIÓN DE SUS SERVICIOS?

NIVEL	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	17	50%
NO	17	50%
Total	34	100%

GRAFICO N° 16



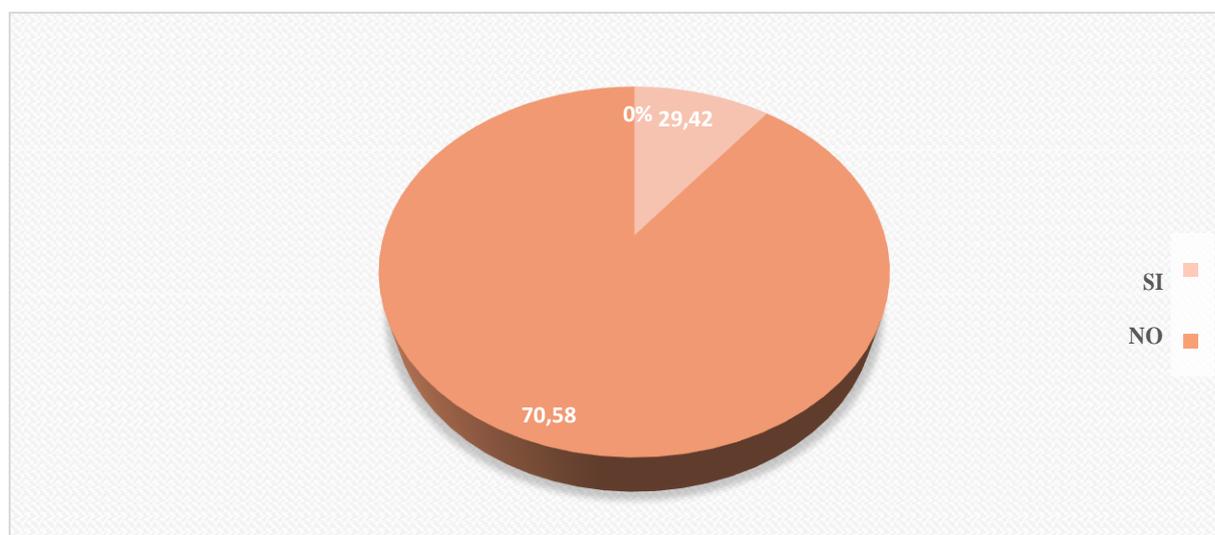
Fuente: Datos obtenidos por la encuesta realizada a los trabajadores de las MYPES sector rubro restaurantes en el distrito de Chulucanas.

Interpretación: De los 34 trabajadores encuestados en los diferentes restaurantes del distrito de Chulucanas se obtuvo que el 50% que representa a 17 trabajadores respondieron que la MYPE Si evalúan su desempeño, mientras que el otro 50% que representa a 17 trabajadores respondió que No son evaluados por la Mypes.

TABLA N° 20; CONSIDERA QUE LA EMPRESA APLICA LA ESTRATEGIA DE COMPRADOR INCÓGNITO?

NIVEL	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	10	29,42%
NO	24	70,58%
Total	34	100%

GRAFICO N° 17



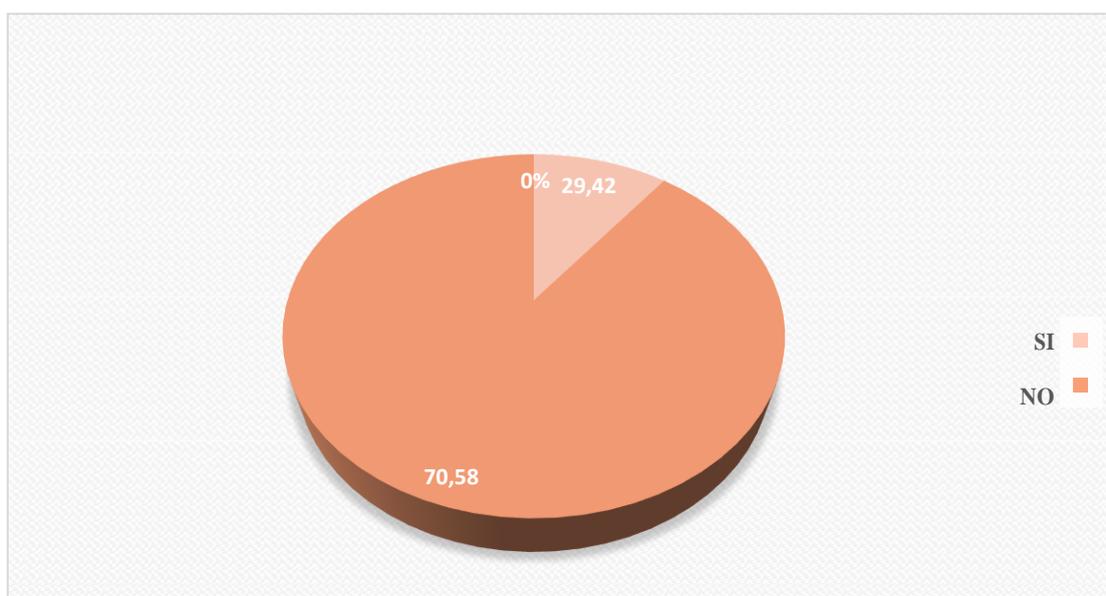
Fuente: Datos obtenidos por la encuesta realizada a los trabajadores de las MYPES sector rubro restaurantes en el distrito de Chulucanas.

Interpretación: De los 34 trabajadores encuestados en los diferentes restaurantes del distrito de Chulucanas se obtuvo que el 29.42% que representa a 10 trabajadores respondieron que la MYPE Si aplica la estrategia del comprador incognito, mientras que el 70.58% que representa a 24 trabajadores respondió que la Mypes no aplican esta estrategia.

TABLA N° 21 ¿PRESTAN SERVICIOS A DOMICILIO?

NIVEL	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	10	29,42%
NO	24	70,58%
Total	34	100%

GRAFICO N° 18



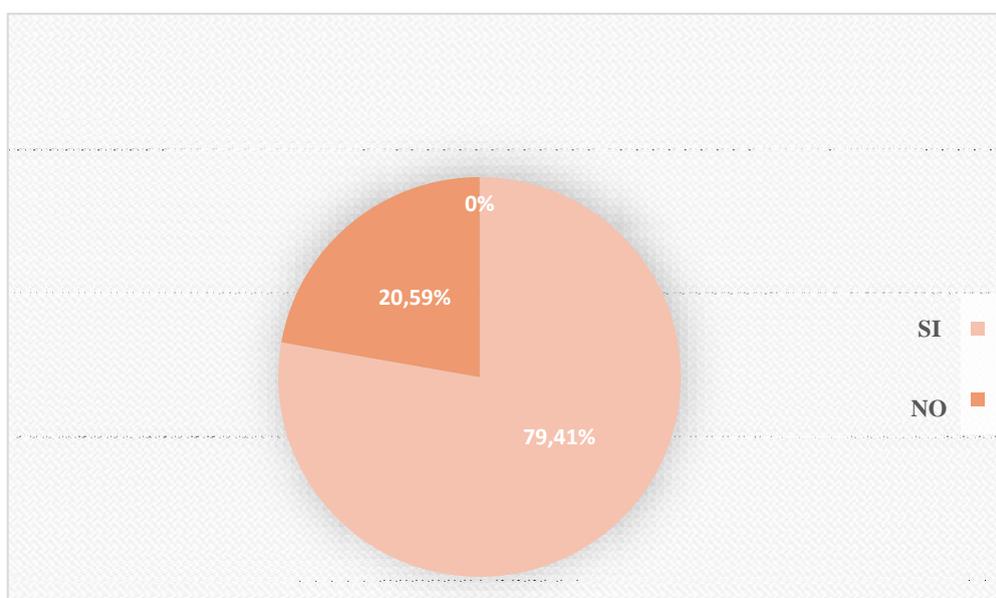
Fuente: Datos obtenidos por la encuesta realizada a los trabajadores de las MYPES sector rubro restaurantes en el distrito de Chulucanas.

Interpretación: De los 34 trabajadores encuestados en los diferentes restaurantes del distrito de Chulucanas se obtuvo que el 29,42% que representa a 10 trabajadores respondieron que la MYPE Si presta servicio domicilio, mientras que el 70,58% que representa a 24 trabajadores respondió que la Mypes No prestan este servicio.

TABLA N° 22; CONSIDERAN QUE LA EMPRESA MANTIENE ÍNDICES DE VENTAS SUPERIORES MENSUALMENTE?

NIVEL	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	27	79,41%
NO	7	20,59%
Total	34	100%

GRAFICO N° 19



Fuente: Datos obtenidos por la encuesta realizada a los trabajadores de las MYPES sector rubro restaurantes en el distrito de Chulucanas.

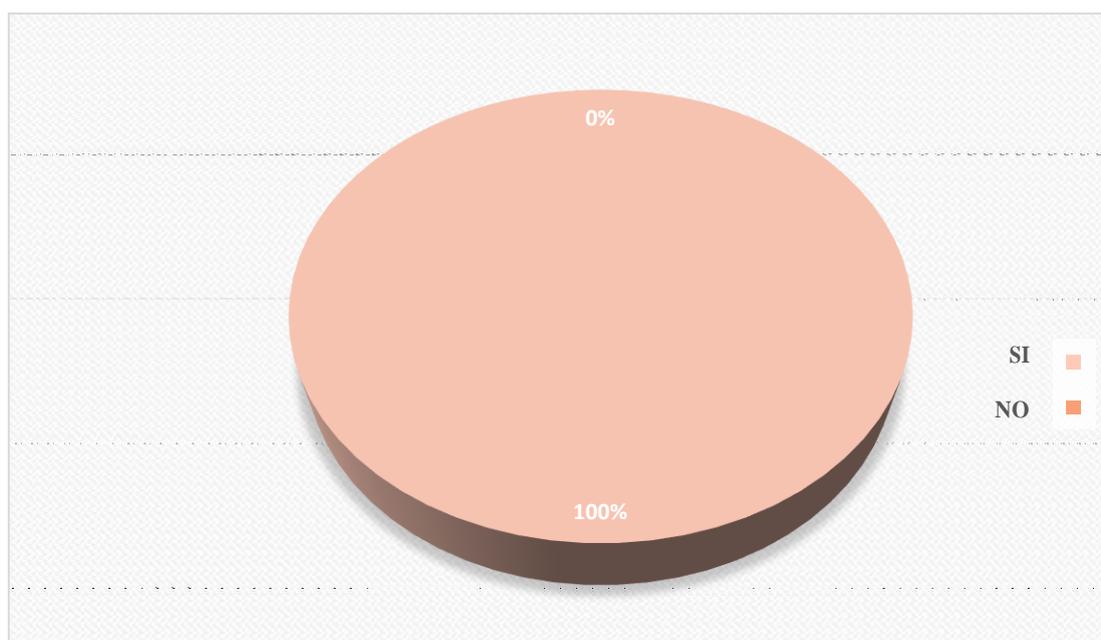
Interpretación: De los 34 trabajadores encuestados en los diferentes restaurantes del distrito de Chulucanas se obtuvo que el 79.41% que representa a 27 trabajadores respondieron que la MYPE Si tienen índices de ventas superiores cada mes, mientras que el 20,39% que representa a 7 trabajadores respondió que la Mypes No mantienen índices de ventas superiores.

OBJETIVO N° 4 TIPOS DE ATENCIÓN AL CLIENTE

TABLA N° 23;BRINDAN ATENCIÓN PREFERENCIAL?

NIVEL	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	68	100%
NO	0	0%
Total	68	100%

GRAFICO N° 20



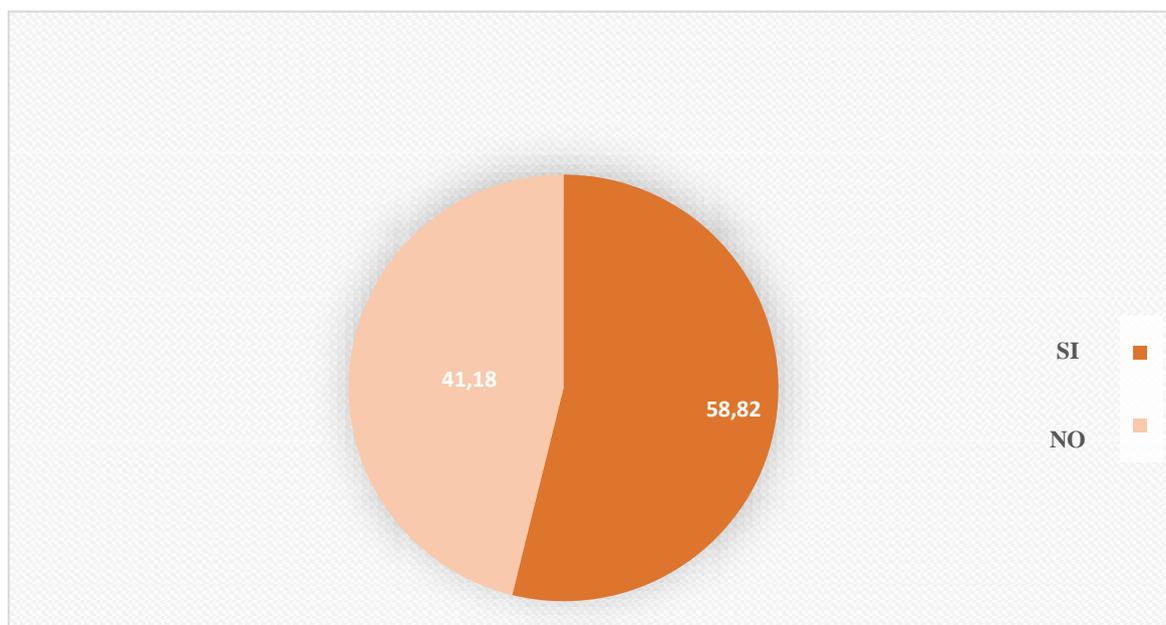
Fuente: Datos obtenidos por la encuesta realizada a los clientes de las MYPES sector rubro restaurantes en el distrito de Chulucanas.

Interpretación: De los 68 clientes encuestados en los diferentes restaurantes del distrito de Chulucanas se obtuvo que el 100% que representa a los clientes respondieron que las MYPES si brindan atención preferencial.

TABLA N° 24 ¿REALIZAN SUS PEDIDOS MEDIANTE ATENCIÓN TELEFÓNICA?

NIVEL	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	40	58,82%
NO	28	41,18%
Total	68	100%

GRAFICO N° 21



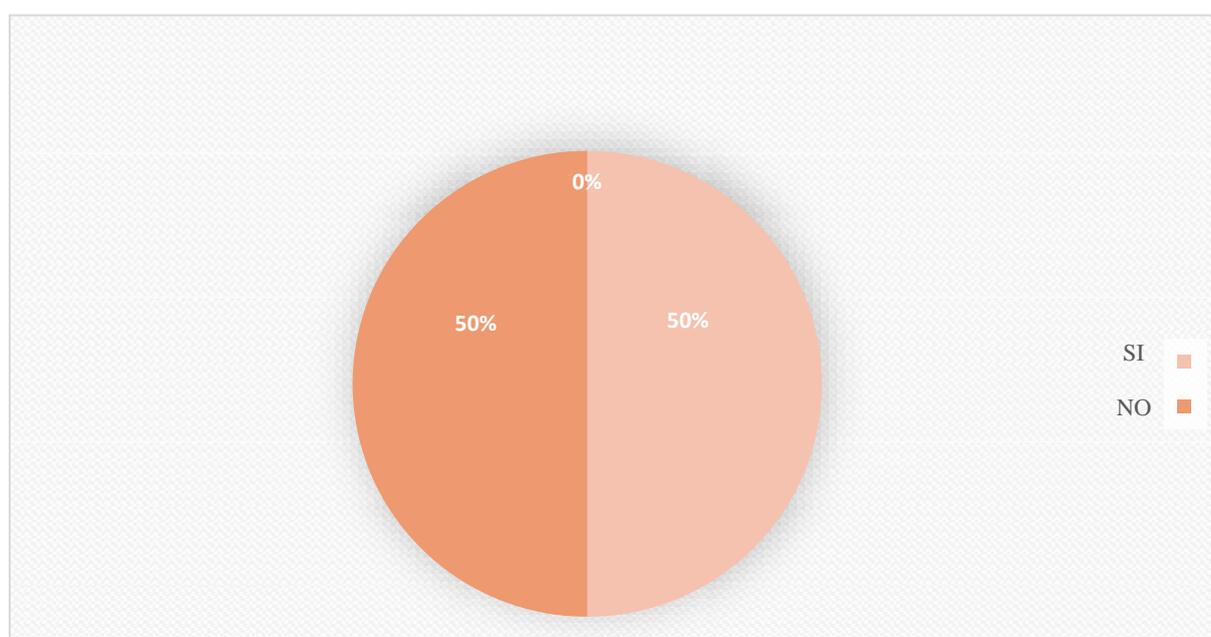
Fuente: Datos obtenidos por la encuesta realizada a los clientes de las MYPES sector rubro restaurantes en el distrito de Chulucanas.

Interpretación: De los 68 clientes encuestados en los diferentes restaurantes del distrito de Chulucanas se obtuvo que el 58,82% que representa a 40 clientes respondieron que, si hacen sus pedidos mediante atención telefónica, mientras el 41,18% que representa a 28 clientes No hacen sus pedidos mediante atención telefónica.

TABLA N° 25¿CONOCE SI ES QUE LA MYPE CUENTA CON PÁGINA VIRTUAL?

NIVEL	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	34	50%
NO	34	50%
Total	68	100%

GRAFICO N° 22



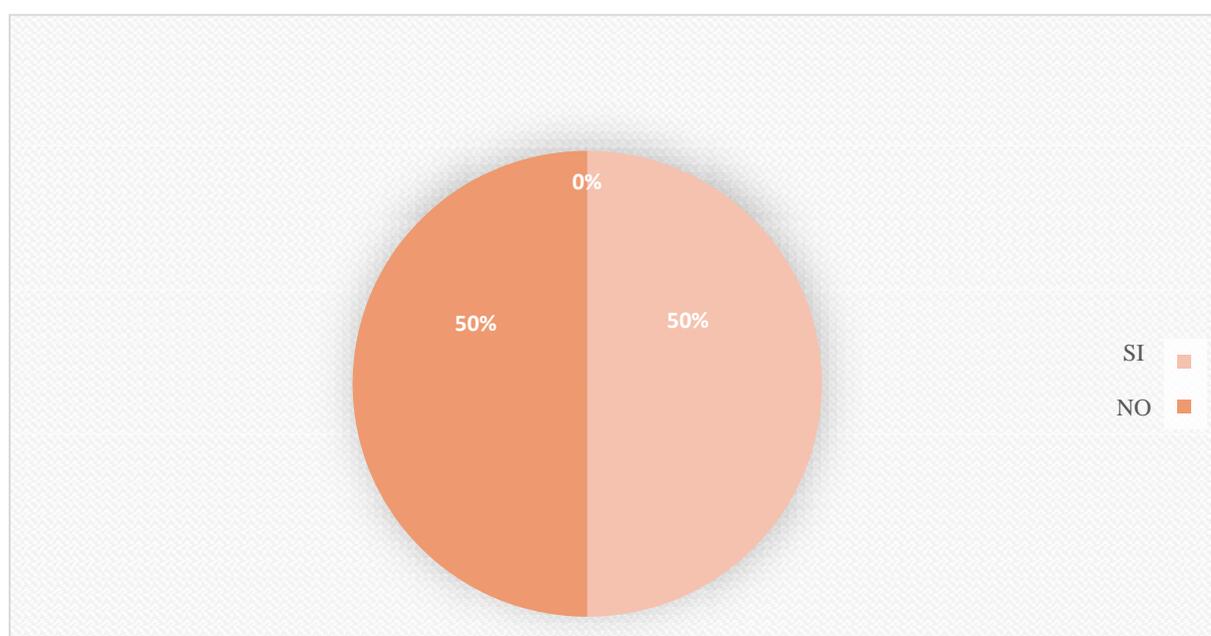
Fuente: Datos obtenidos por la encuesta realizada a los clientes de las MYPES sector rubro restaurantes en el distrito de Chulucanas.

Interpretación: De los 68 clientes encuestados en los diferentes restaurantes del distrito de Chulucanas se obtuvo que el 50% que representa a 34 clientes respondieron que, Si conocen la página virtual de la MYPE, mientras el otro 50% que representa a 34 clientes No conocen la página virtual de las MYPE.

TABLA N° 26¿MUESTRAN INICIATIVA AL MOMENTO DE OFRECER LOS PRODUCTOS?

NIVEL	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	34	50%
NO	34	50%
Total	68	100%

GRAFICO N° 23



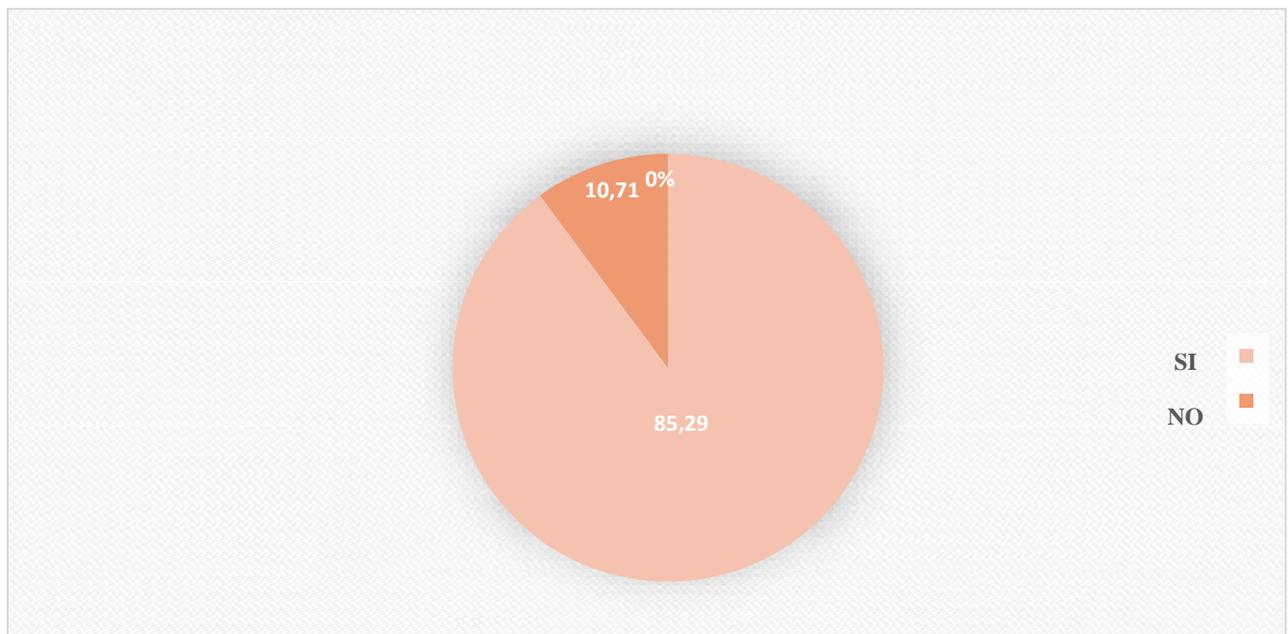
Fuente: Datos obtenidos por la encuesta realizada a los clientes de las MYPES sector rubro restaurantes en el distrito de Chulucanas.

Interpretación: De los 68 clientes encuestados en los diferentes restaurantes del distrito de Chulucanasse obtuvo que el 50% que representa a 34 clientes respondieron que los trabajadores de las MYPES Si muestran iniciativa al momento de ofrecer los productos, mientras el otro 50% que representa a 34 clientes consideran que los trabajadores No muestran iniciativa.

TABLA N° 27 ¿CUÁNDO ADQUIEREN SUS SERVICIOS LO HACEN DIRECTAMENTE CON LA MYPE?

NIVEL	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	58	85,29%
NO	10	14,71%
Total	68	100%

GRAFICO N° 24



Fuente: Datos obtenidos por la encuesta realizada a los clientes de las MYPES sector rubro restaurantes en el distrito de Chulucanas.

Interpretación: De los 68 clientes encuestados en los diferentes restaurantes del distrito de Chulucanas se obtuvo que el 85,29% que representa a 58 clientes respondieron que cuando adquieren sus productos Si lo hacen directamente con la MYPE, mientras el otro 14,71% que representa a 10 clientes respondieron que No adquieren sus productos directamente

1.3. ANALISIS DE RESULTADOS

Objetivo N°1 Identificar cuáles son los elementos de Gestión de calidad que ponen en prácticas las MYPE, rubro Restaurantes mercado modelo Piura-Chulucanas 2018.

- ♣ Según la tabla 04 se observa que el 50% de los propietarios encuestados respondieron que sus Mypes dispone de una estructura bien definida, sin embargo. Por lo tanto, Reino, (2016). Manifiesta que, es la categoría de funciones y responsabilidades que una empresa establece para el logro de sus metas, de manera ordenada a su equipo de trabajo, de acuerdo a sus cargos definiendo así las tareas a realizar. Por ello es recomendable que todas las Mypes de este rubro deben de conocer a profundidad la estructura organizacional y la serie de responsabilidades que implican estas Mypes rubro restaurantes.
- ♣ Según la tabla N 05 se observa que el 90% de los propietarios encuestados respondieron que sus Mypes si cuentan con un plan estratégico. Deduciéndose que la gran mayoría de dueños que representan estos restaurantes manifiestan q estas, si tienen un plan estratégico bien definido. Según Venezuela, (2002). Señala que, idear nuevas estrategias basadas en metodología, y solucionar las dificultades de funcionamiento de las organizaciones contribuyen a buenos resultados. Por lo tanto, estas Mypes y sus representantes, deben de conocer bien a profundidad su plan estratégico, y esa manera buscar alternativas metodológicas para resolver y mejorar.
- ♣ Según la tabla N 06 se observa que el 100%de los propietarios encuestados respondieron que sus Mypes Si dispone de los recursos necesarios para tener un eficiente desarrollo en las actividades. Coincidiendo con lo expresado por

Palacios, (2019). Donde en su trabajo de investigación la mayoría de los clientes consideran adecuada la capacidad de respuesta de atención, que se emplean materia prima e insumos de calidad. Como se sabe, toda empresa constituida debe de planificar primeramente que lo que se va a necesitar para llevar a cabo dicha actividad.

- ♣ Según la tabla N 07 se observa que del 100% de los propietarios encuestados respondieron que las Mypes Si cuentan con procedimientos establecidos para el cumplimiento de las actividades. Coincidiendo por lo expresado por Nieves, (2017). Toda organización debe tener una política clara y hacerla conocer a todos sus trabajadores exhibiéndola en diferentes partes de la empresa y que se comprometiéndose a respetar y cumplir con lo establecido. Eso es lo que realmente se necesita hoy en día, toda organización, en estos casos los restaurantes deben de explicar bien a sus trabajadores y capacitarlos constantemente y la manera de atención que estas deben de brindar con la mejor calidad que el público espera.
- ♣ Según la tabla N 08 se observa que el 100% que representa a los propietarios respondieron que la Mypes Si presentan un manual donde proporcionan la calidad de su servicio. propuso un modelo de calidad basado en el EFQM, la autoevaluación es importante ya que permitirá detectar cuales son los puntos fuertes y débiles de la organización y establecer los criterios de mejora. Es decir, estos restaurantes no solo deben de enfocarse en lo que manifiesta el manual de calidad elaborado de cada empresa, sino que también deben de realizar una retroalimentación para de esa manera conocer los puntos más débiles que a estas organizaciones les falta para ser reconocidas no solo a nivel regional sino también nacional e internacional.

- ♣ Según la tabla N 09 se observa que el 90% de los propietarios encuestados respondieron que la Mypes Si cuenta con políticas de calidad establecidas. Para Nieves, (2017).: Toda organización debe tener una política clara y hacerla conocer a todos sus trabajadores exhibiéndola en diferentes partes de la empresa y que se comprometiéndose a respetar y cumplir con lo establecido. Estos puntos en una empresa son fundamentales ya que representan y definen a la organización y esa política debe de ser respetado y recordada constantemente para mejorar cada día.
- ♣ Según la tabla N 10 se muestra que el 50% de los propietarios encuestados respondieron que las Mypes Si utilizan instrumentos para evaluar la opinión de los clientes. Mientras que, para Reyes, (2015), expresa que para evaluar el ambiente interno como externo de la organización concluye que se ha formulado una propuesta de mejora tanto para el servicio como para el clima laboral, misma que permita alcanzar el éxito en el desempeño de las operaciones de los restaurantes. Siendo así, se recomienda a Mypes realizar una evaluación de la manera que lo expresa dicho autor con la finalidad de obtener buenos resultados.

Objetivo N 02 Conocer que tipos principios se están usando en las MYPE, rubro Restaurantes sector mercado modelo distrito -Chulucanas 2018.

- ♣ Según la tabla N 11 se observa que el 100% de los propietarios encuestados respondieron que las Mypes Si se enfocan en las necesidades que presentan los clientes. Entonces los resultados obtenidos coinciden con lo expuesto por Palacios, (2019), donde concluye que la mayoría de clientes se muestran satisfechos con la atención, evidencia esfuerzos por fidelizar a los clientes, se cuenta con diversidad de platos en la carta y que los precios son accesibles. Es

decir, estos restaurantes si se preocupan por mejorar cada día más, eso les permite conocer de la mejor manera que es lo que realmente necesita el consumidor y se sienta satisfecho.

- ♣ Según la tabla N 12 se observa que el 100% de los propietarios respondieron que dentro de las MYPES Si hay una buena participación por parte del personal. Mientras que, para Sánchez, (2017) dice lo contrario a este resultado ya que manifiesta que existe discrepancias entre las percepciones de los colaboradores y los directivos sobre las expectativas de los clientes, lo cual explica que los directivos no conocen lo que sus clientes necesitan. De acuerdo a lo encontrado y expuesto por el autor se deduce entonces que estas Mypes necesitan tener una mejor capacitación tanto al personal como también con los trabajadores que son la esencia de toda organización.
- ♣ Según la tabla N 13 se observa que el 50% de los propietarios encuestados respondieron que las Mypes Si cuentan con un proceso de gestión de calidad. De acuerdo a lo expresado por Reino, (2016). Manifiesta que un proceso integral es un conjunto de operaciones que transforman materia prima en productos o servicios, y para llevar un buen proceso se requiere, de recursos, planificación de las actividades y la supervisión de los responsables del área. Es decir, es una serie actividades que necesitan estar en constantes retroalimentaciones para llegar a conocer si el servicio que se está ofreciendo está satisfaciendo a plenitud la necesidad del público.
- ♣ En la tabla N 14 se observa que el 100% de los propietarios encuestados No aplican las normas ISO por falta de conocimiento. Gonzales (2018), respalda que el sistema de gestión permite controlar el desempeño de los procesos y de la organización en sí misma, la cual ayuda a cumplir de manera más adecuada

la normativa relacionada con nuestros productos y servicios, por lo tanto, las Mypes deberían de implementar este principio ya que sirve para controlar cada uno de los procesos de la Mypes.

- ♣ En la tabla N 15 se observa que el 100% de los propietarios encuestados está dispuesto a utilizar nuevos métodos para conocer si hay una mejora dentro de la Mypes cabe mencionar que (Dedios 2019) en su investigación concluyó que los restaurantes deben seguir innovando y mejorando con nuevos platos turísticos de otras regiones para seguir siendo competitiva y los consumidores puedan conocer más de nuestra gastronomía.
- ♣ En la tabla N16 se observa que el 100% de los propietarios encuestados si se enfocan en los hechos antes de tomar una decisión. Estos resultados coinciden con lo expuesto por la (ISO 9000) las decisiones están basadas en información veraz y fiable, se limita la posibilidad de cometer errores.
- ♣ En la tabla N 17 se observa que el 100% de los propietarios encuestados respondieron que si mantienen una buena relación con los proveedores estos resultados coinciden con lo expuesto por (Gonzales 2018) donde expone que Es importante mantener una relación beneficiosa y recíproca entre la organización y los proveedores como alianzas, descuentos, planes de pago, etc. Por lo tanto, las Mypes debes seguir así ya que la relación con los proveedores tiene una gran oportunidad de éxito

OBJETIVO N 03 Identificar las estrategias de Atención al cliente en las MYPE, rubro Restaurantes sector mercado modelo distrito- Chulucanas 2018.

- ♣ En la tabla N 18 se observa que el 70% de los trabajadores encuestados si reciben capacitación de manera constante. Estos resultados coinciden con lo expuesto por (Gómez 2016) en esta área de forma constante no basta con una sola charla sobre el tema La capacitación es algo realmente importante, algo que permite mejorar los conocimientos, habilidades o conductas y actitudes del personal de una empresa o negocio. Así, los empleados cuentan con nuevas herramientas o nuevos conocimientos que deben asimilar. Por lo tanto, las Mypes deberían programar capacitaciones constantes a su persona para que así puedan obtener buenos resultados en su desempeño
- ♣ En la tabla N 19 se observa que el 50% de los trabajadores encuestados respondieron que, si evalúan su desempeño. (Sánchez 2017) en su investigación concluye la autoevaluación es importante ya que permitirá detectar cuales son los puntos fuertes y débiles de la organización y establecer los criterios de mejora.
- ♣ En la tabla N 20 el 30% de los trabajadores encuestados respondieron que la Mypes si aplica esta estrategia de comprador incognito. Hecho que no coincide con (Gómez 2016) que nos dice que Es una metodología idónea para evaluar el nivel de satisfacción del cliente, permite identificar y resolver los puntos débiles de cada organización. para generar control y motivación al mismo tiempo. Por lo tanto, la Mypes debe de poner en práctica esta estrategia para así mejorar e identificar la calidad de su servicio.

- ♣ En la tabla N 21 el 30% de los trabajadores encuestados respondieron que la Mypes si presta servicio a domicilio. Por lo tanto, las Mypes deberían brindar este tipo de servicio lo cual le permitirá a tu negocio aumentar la satisfacción del cliente y por consiguiente se generará un aumento en la adquisición de tus servicios o productos.
- ♣ En la tabla N 22 el 79,41 % de los trabajadores encuestados respondieron que las Mypes si mantienen índice de ventas elevadas. Por lo tanto, las Mypes deben de continuar dándole valor al capital humano ya que toda empresa utiliza para alcanzar metas de venta, muchas empresas no le dan la importancia que merece puesto que puede ser tan simple como poderosa y definitiva en obtención de resultados deseados.

Objetivo N 04 Conocer los tipos de Atención al cliente en las MYPE, rubro restaurantes sector mercado modelo distrito- Chulucanas 2018.

- ♣ En la tabla N 23 el 100 % de los clientes encuestados respondieron que las Mypes si brindan atención preferencial. Por lo tanto, las Mypes deben seguir ofreciendo este tipo de atención y facilitar a los que lo necesitan.
- ♣ En la tabla N 24 el 58,82 % de los clientes encuestados indico que si hacen sus pedidos mediante atención telefónica. Estos resultados coinciden con lo expuesto por (Molina 2016) donde se solicita que el personal cumpla una serie de normas para lograr la satisfacción del cliente. Debido a que por este medio no se pueden observar las reacciones del interlocutor, los requerimientos presenciales a cubrir son distintos, pero no menos importantes, pues también debe sentir disposición y una buena actitud.
- ♣ En la tabla N 25 el 50% de los clientes encuestados respondieron que la Mypes si cuenta con página virtual. Estos resultados coinciden con lo expuesto

(Rodríguez 2019) donde nos dice que las Mypes en vías de crecimiento deben luchar cada día por ir de la mano con los avances tecnológicos y adaptarse a ellos, con el fin de acelerar sus procesos y por supuesto, mantener competitividad en el mercado.

- ♣ En la tabla N 26 el 50% de los clientes encuestados respondieron que los trabajadores de las Mypes si muestran iniciativa al momento de ofrecer sus productos, este resultado coincide con lo expuesto por (Palacios 2019) En cuanto a las estrategias de atención al cliente: que la mayoría de clientes se muestran satisfechos con la atención, evidencia esfuerzos por fidelizar a los clientes.
- ♣ En la tabla N 27 el 85,29 % de los clientes encuestados respondieron que cuando adquieren sus productos si lo hacen directamente con la Mypes. Por lo tanto, la Mypes debe asesorarse de los motivos por lo cual no está llegando directamente a todos sus clientes

VI. CONCLUSIONES

Objetivo N° 1: los elementos de Gestión de calidad que utilizan las MYPES son la estructura organizacional lo cual no todas ellas ponen en práctica este elemento pero finalmente tienen el interés de mejorar , así mismo de un plan estratégico el algunas de ellas si están al pendiente del rendimiento de sus trabajadores lo cual eso les beneficia para llegar al cumplimiento de sus objetivos , en lo que es evaluación de proveedores todas las MYPES investigadas si los evalúan antes de prestar sus servicios y están en constantes comunicación para así brindar un servicio de excelencia al cliente del Distrito de Chulucanas

Objetivo N ° 2: En relación a los principios de la variable gestión de calidad, las MYPES si se enfocan a las necesidades del cliente lo cual hace que ellos se fidelicen en sus servicios, con respecto a participación de personal la gran mayoría tienen buena referencias sobres sus trabajadores, finalmente todas ellas están dispuestas a utilizar nuevos métodos para conocer si existen cambios positivos dentro de la MYPE lo cual ara que sean más competitivas dentro del mercado y su rubro.

Objetivo N ° 3: En cuanto a las estrategias de atención al cliente, la mayoría de trabajadores son capacitados de manera constantes y están dispuestos a seguir aprendiendo para poder tener un buen desempeño y que los clientes tengas buenos comentarios sobre su atención, algunas de estas Mypes no prestan servicio a domicilio, pero desean hacerlo para que sus clientes los prefieren en todos los ámbitos, la mayoría de estas Mypes si tienen elevados índices de ventas mensuales.

Objetivo N ° 4: Finalmente, en tipos de atención muchas de ellas si brindan atención preferencial y también cuentas con paginas virtuales donde ofrecen sus productos, así mismo los clientes si obtienen sus productos directamente con las Mypes y los atienden de la manera correcta lo cual hace que tengan una buena imagen de cada una de las Mypes.

RECOMENDACIONES

- ♣ Lo primero que deben hacer los dueños de las Mypes de los restaurantes es aplicar sistemas de gestión de calidad ya que esta le permite a cualquier organización planear, ejecutar y controlar las actividades, esto fue el porcentaje negativo más alto hemos encontrado ya que ninguna de las Mypes encuestas aplicaba ningún sistema de gestión.
- ♣ Por otra parte, deben de poner en práctica la estrategia de comprador incognito ya que este ayuda a evaluar el nivel de satisfacción del cliente, permite identificar y resolver los puntos débiles de cada organización. para generar control y motivación al mismo tiempo.
- ♣ Así mismo brindar el servicio a domicilio ya que algunas de estas Mypes no ofrecen esto generará un aumento en la adquisición de tus servicios o productos

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Medina (Talara-2016) en su investigación “caracterización de competitiva y gestión de calidad de las MYPES sector de servicio gastronómico rubro restaurantes comida marina de Talara” (pág. 12) universidad católica Los Ángeles de Chimbote facultad de ciencias contables financieras y administrativa.

Palacios (Piura, 2019) en su investigación “caracterización de atención al cliente y capacitación de las MYPES rubro restaurantes de la calle Tacna del cercado de Piura” (pag.115) universidad católica Los Ángeles de Chimbote facultad de ciencias contables financieras y administrativa.

Silva (Piura, 2015), en su investigación “calidad de atención al cliente en restaurante la lomita-Tambogrande”, universidad católica Los Ángeles de Chimbote facultad de ciencias contables financieras y administrativa.

Bojórquez (Huaraz 2018) en su investigación “gestión de calidad con el uso del marketing relacionado en las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro restaurantes” (pág. 89) universidad católica Los Ángeles de Chimbote facultad de ciencias contables financieras y administrativa.

Ángulo (Chimbote 2018) en su investigación titulada “Caracterización de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro-restaurantes campestres, zona agrícola del distrito de Chimbote, 2018” (pág. 39) universidad católica Los Ángeles de Chimbote facultad de ciencias contables financieras y administrativa.

Carranza (ecuador, 2016), en su investigación “análisis de la calidad de servicio de restaurante ROCK SPORT CAFÉ, para la implementación de mejora de calidad” (pag.34) Universidad de Guayaquil facultad de ciencias empresariales.

Martínez (Chimbote, 2018) gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicio, rubro restaurantes en la Urb.21 de abril -

Chimbote” (pág. 112) universidad católica Los Ángeles de Chimbote facultad de ciencias contables financieras Reyes (Guatemala 2015) en su investigación “calidad del servicio para aumentar la satisfacción del cliente de la asociación SHARE, SEDE Guatemala 2015” (pág. 100) universidad Landívar facultad de ciencias económicas y empresariales.

Sánchez (Guatemala,2017) en su investigación “evaluación de la calidad de servicio al cliente en el restaurante pizza Burger de gualan, Zacapa” (pág. 80) universidad Landívar facultad de ciencias económicas y empresariales.

Mateo (2015) “Sistemas de Gestión de la Calidad” Recuperado del sitio [webhttps://www.gestiopolis.com/sistemas-gestion-calidad/](https://www.gestiopolis.com/sistemas-gestion-calidad/)

Porto y Gardey (2016) “Definición de sistema de gestión de calidad” recuperado del sitio web <https://definicion.de/sistema-de-gestion-de-calidad/>

Karina Da Silva (2018)-el concepto de servicio al cliente. Recuperado del sitio web <http://www.pymerang.com/ventas-y-servicio/servicio-al-cliente/451-tipos-de-atencion-al-cliente>

Catillo (2018) Estrategias de Atención al cliente. Recuperado del sitio web <https://consultoriaempresarialcastillo.com/2018/01/24/10-estrategias-servicio-atencion-al-cliente/>

PYMES Y AUTONOMOS (s.f.) “conocer sobre la comunicación de atención al cliente”pág. Web <https://www.pymesyautonomos.com/marketing-y-comercial/la-importancia-de-la-comunicación-en-la-atención-al-cliente>

Peralta (s.f) “tipos de atención al cliente” pág. Web <http://www.pymerang.com/ventas-y-servicio/servicio-al-cliente/451-tipos-de-atencion-al-cliente>

Escuela Europea (2017) “principios de gestión de calidad” pág. Web

<https://www.escuelaeuropeaexcelencia.com/2017/12/los-7-principios-de-la-gestion-de-la-calidad/>

Valencia (2017) “estrategias de atención al cliente “pág. Web [https://retos-](https://retos-directivos.eae.es/5-estrategias-de-servicio-al-cliente/)

[directivos.eae.es/5-estrategias-de-servicio-al-cliente/](https://retos-directivos.eae.es/5-estrategias-de-servicio-al-cliente/)

ANEXOS

ANEXO 1 PRESUPUESTO DEL FINANCIAMIENTO

PRESUPUESTOS DE LA INVESTIGACIÓN				
Descripción	Unidad de medida	Cantidad	Precio unitario	Total
MATERIAL DE OFICINA				
Papelería	Paquete	1	11.00	11.00
Cargador de tinta	Unidad	1	32.00	32.00
Repuestos de tinta	Unidad	3	12.00	36.00
Unidad externa	Unidad	0	0	0
Cuaderno	Unidad	1	5.00	5.00
Subtotal (a)				84.00
SERVICIOS				
Servicio en línea	Hora	35	1.00	35.00
Movilidad	Día	10	3.00	30.00
Sub total (b)				65.00
TOTAL				149.00

ANEXO 2

CUESTIONARIO

INTRODUCCION:

El presente instrumento forma parte del trabajo de investigación titulada:

“CARACTERIZACION DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE
EN LAS MYPES, RUBRO RESTAURANTES SECTOR MERCADO MODELO DEL
DISTRITO DE CHULUCANAS AÑO 2018”

Por lo que solicitamos su participación, desarrollando cada pregunta de manera objetiva y veraz.

La información es de carácter confidencial y reservada; ya que los resultados serán manejados solo para la investigación.

Agradezco anticipadamente su valiosa colaboración.

INTRUCCIONES:

A continuación, se les presenta 14 preguntas que deberá responder:

PROPIETARIOS

GESTIÓN DE CALIDAD	Estructura organizacional	N.º	ITEMS	SI	NO
		1	¿La empresa dispone de una estructura organizacional establecida?		
	Planificación	2	¿La empresa dispone de un plan estratégico?		
	Recursos	3	¿La empresa dispone de los recursos necesarios para el eficiente desarrollo de las actividades?		
	Procesos	4	¿Existen procedimientos establecidos para el cumplimiento de las actividades?		
	Manual de calidad	5	¿La empresa presenta manual para proporcionar calidad en el servicio?		
	Política de calidad	6	¿La empresa cuenta con políticas de calidad establecidas en su planeamiento estratégico?		
	Evaluación de servicios	7	¿La empresa utiliza instrumentos para evaluar las opiniones que tienen los clientes acerca de los productos ofrecidos?		
	Cliente	8	¿La empresa se enfoca en las necesidades que presenta el cliente?		
	Participación de personal	9	¿Dentro de la empresa existe una buena participación de personal?		
	Enfoque basado en procesos	10	¿Cuentan con un proceso de sistema de gestión integral de la calidad?		
	Enfoque de sistemas de gestión	11	¿Aplican Normas ISO?		
	Mejora continua	12	¿La empresa está dispuesto a utilizar nuevos métodos para conocer si hay una mejora?		
	Enfoque basado en hechos para la toma de decisiones	13	¿Antes de tomar una decisión se enfoca en los hechos?		
Relación con los proveedores	14	¿Mantiene una buena relación con los proveedores?			

CUESTIONARIO

INTRODUCCION:

El presente instrumento forma parte del trabajo de investigación titulada:

“CARACTERIZACION DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE
EN LAS MYPES, RUBRO RESTAURANTES SECTOR MERCADO MODELO DEL
DISTRITO DE CHULUCANAS AÑO 2018”

Por lo que solicitamos su participación, desarrollando cada pregunta de manera objetiva y veraz.

La información es de carácter confidencial y reservada; ya que los resultados serán manejados solo para la investigación.

Agradezco anticipadamente su valiosa colaboración.

INTRUCCIONES:

A continuación, se les presenta 10 preguntas que deberá responder:

TRABAJADORES Y CLIENTES

ATENCIÓN AL CLIENTE	Encuesta a: trabajadores	a:	N°	ITEMS	SI	NO
	Capacitar personal	al	15	¿Reciben capacitación de manera constante?		
	Efectuar evaluaciones constantes		16	¿La empresa evalúa su desempeño en función a la contratación de sus servicios?		
	Comprador incognito		17	¿Considera que la empresa aplica la estrategia de comprador incógnito?		
	Servicio a domicilio		18	¿Prestan servicios a domicilio?		
	Vender más en menos tiempo	en	19	¿consideran que la empresa mantiene índices de ventas superiores mensualmente?		
	Encuesta a: clientes		N.º	ITEMS	SI	NO
	Atención preferencial		20	¿Brindan atención preferencial?		
	Atención telefónica		21	¿Realizan sus pedidos mediante atención telefónica?		
	Atención virtual		22	¿Conoce si es que la Mype cuenta con página virtual en donde ofrezcan sus productos?		
	Atención proactiva		23	¿Muestran iniciativa al momento de ofrecer los productos?		
	Atención directa		24	¿Cuándo adquieren sus servicios lo hacen directamente con la Mype?		

ANEXO 03
MATRIZ DE PREGUNTAS

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Ítem
Gestión de calidad	Gómez (2016), se denominada gestión de calidad a la diversidad de normas que pertenecen a una organización y a las que están vinculadas entre sí, las organizaciones empresas que se administran organizadamente; donde la misión este siempre enfocada a la mejora continua de calidad.	Elementos	Estructura organizacional	¿La empresa dispone de una estructura organizacional establecida?
			Planificación	¿La empresa dispone de un plan estratégico?
			Recursos	¿La empresa dispone de los recursos necesarios para el eficiente desarrollo de las actividades?
			Procesos	¿Existen procedimientos establecidos para el cumplimiento de las actividades?
			Manual de calidad	¿La empresa presenta manual para proporcionar calidad en el servicio?
			Política de calidad	¿La empresa cuenta con políticas de calidad establecidas en su planeamiento estratégico?
		Principios	Evaluación de servicios	¿La empresa utiliza utiliza instrumentos para evaluar las opiniones que tienen los clientes acerca de los productos ofrecidos?
			Cliente	¿La empresa se enfoca en las necesidades que presenta el cliente?
			Participación de personal	¿Dentro de la empresa existe una buena participación de personal?
			Enfoque basado en procesos	¿Cuentan con un proceso de sistema de gestión integral de la calidad?
			Enfoque de sistemas de gestión	¿Aplican Normas ISO?
			Mejora continua	¿La empresa está dispuesto a utilizar nuevos métodos para conocer si hay una mejora?
			Enfoque basado en hechos para la toma de decisiones	¿Antes de tomar una decisión se enfoca en los hechos?
Atención al cliente	Porporato (2015), la atención al cliente es el servicio ofrecido por una empresa con el fin de acercarse más con los clientes y anticiparse a la satisfacción de sus necesidades que buscan. Como también es una herramienta eficiente para interactuar con los clientes brindando asesoramiento	Estrategias	Relación con los proveedores	¿Mantiene una buena relación con los proveedores?
			Capacitar al personal	¿Reciben capacitación de manera constante?
			Efectuar evaluaciones constantes	¿La empresa evalúa su desempeño en función a la contratación de sus servicios?
			Comprador incognito	¿Considera que la empresa aplica la estrategia de comprador incógnito?
			Servicio domicilio a	¿Prestan servicios a domicilio?
			Ofrecer experiencia	¿Cuándo obtienes el producto sientes que te están ofreciendo también experiencia?
		Tipos	Vender más en menos tiempo	¿Considera que la empresa mantiene índices de ventas superiores mensualmente?
			Atención preferencial	¿Brindan atención preferencial?
			Atención telefónica	¿Realizan sus pedidos mediante atención telefónica?
			Atención virtual	¿Conoce si es que la Mype cuenta con página virtual en donde ofrezcan sus productos?
			Atención proactiva	¿Muestran iniciativa al momento de ofrecer los productos?
Atención directa	¿Cuándo adquieren sus servicios lo hacen directamente con la Mype?			

ANEXO 4
MATRIZ DE DATOS

VARIABLES	DIMENSIONES	ITEM	CATEGORIA	CODIGO
GESTIÓN DE CALIDAD	Elementos	p 1 p2 p3 p4 p5 p6 p7	SI	1
			NO	2
	Principios	p8 p9 p10 p11 p12 p13 p14	SI	1
			NO	2
ATENCIÓN AL CLIENTE	Estrategias	p15 p16 p 17 p 18 p19	SI	1
			NO	2
	Tipos	p20 p21 p22 p23 p24	SI	1
			NO	2

GESTION DE CALIDAD (PROPIETARIOS)

N°	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	TOTAL
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	15
2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	16
3	1	1	1	1	1	2	2	1	1	2	2	1	1	1	18
4	2	2	1	1	1	2	2	1	1	2	2	1	1	1	20

ATENCION AL CLIENTE (TRABAJADORES)

N°	15	16	17	18	19	TOTAL
1	1	1	1	1	1	5
2	1	1	1	1	1	5
3	1	1	1	1	1	5
4	1	1	1	1	1	5
5	1	1	1	1	1	5
6	1	1	1	1	1	5
7	1	1	1	1	1	5
8	1	1	1	1	1	5
9	1	1	1	1	1	5
10	1	1	1	1	1	5
11	1	1	2	2	1	7
12	1	1	2	2	1	7
13	1	1	2	2	1	7
14	1	1	2	2	1	7
15	1	1	2	2	1	7
16	1	1	2	2	1	7
17	1	1	2	2	1	7
18	1	2	2	2	1	8
19	1	2	2	2	1	8
20	1	2	2	2	1	8
21	1	2	2	2	1	8
22	1	2	2	2	1	8
23	1	2	2	2	1	8
24	1	2	2	2	1	8
25	2	2	2	2	1	9
26	2	2	2	2	1	9
27	2	2	2	2	1	9
28	2	2	2	2	2	10
29	2	2	2	2	2	10
30	2	2	2	2	2	10
31	2	2	2	2	2	10
32	2	2	2	2	2	10
33	2	2	2	2	2	10
34	2	2	2	2	2	10

(CLIENTE)

N°	20	21	22	23	24	TOTAL
1	1	1	1	1	1	4
2	1	1	1	1	1	4
3	1	1	1	1	1	4
4	1	1	1	1	1	4
5	1	1	1	1	1	4
6	1	1	1	1	1	4
7	1	1	1	1	1	4
8	1	1	1	1	1	4
9	1	1	1	1	1	4
10	1	1	1	1	1	4
11	1	1	1	1	1	4
12	1	1	1	1	1	4
13	1	1	1	1	1	4
14	1	1	1	1	1	4
15	1	1	1	1	1	4
16	1	1	1	1	1	4
17	1	1	1	1	1	4
18	1	1	1	1	1	4
19	1	1	1	1	1	4
20	1	1	1	1	1	4
21	1	1	1	1	1	4
22	1	1	1	1	1	4
23	1	1	1	1	1	4
24	1	1	1	1	1	4
25	1	1	1	1	1	4
26	1	1	1	1	1	4
27	1	1	1	1	1	4
28	1	1	1	1	1	4
29	1	1	1	1	1	4
30	1	1	1	1	1	4
31	1	1	1	1	1	4
32	1	1	1	1	1	4
33	1	1	1	1	1	4
34	1	1	1	1	1	4
35	1	1	2	2	1	7
36	1	1	2	2	1	7
37	1	1	2	2	1	7
38	1	1	2	2	1	7
39	1	1	2	2	1	7
40	1	1	2	2	1	7
41	1	2	2	2	1	8
42	1	2	2	2	1	8
43	1	2	2	2	1	8
44	1	2	2	2	1	8
45	1	2	2	2	1	8
46	1	2	2	2	1	8

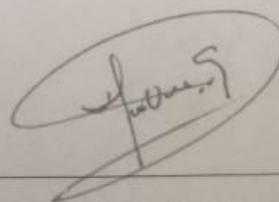
47	1	2	2	2	1	8
48	1	2	2	2	1	8
49	1	2	2	2	1	8
50	1	2	2	2	1	8
51	1	2	2	2	1	8
52	1	2	2	2	1	8
53	1	2	2	2	1	8
54	1	2	2	2	1	8
55	1	2	2	2	1	8
56	1	2	2	2	1	8
57	1	2	2	2	1	8
58	1	2	2	2	1	8
59	1	2	2	2	2	9
60	1	2	2	2	2	9
61	1	2	2	2	2	9
62	1	2	2	2	2	9
63	1	2	2	2	2	9
64	1	2	2	2	2	9
65	1	2	2	2	2	9
66	1	2	2	2	2	9
67	1	2	2	2	2	9
68	1	2	2	2	2	9

ANEXO 5

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Darwin Ebert Aguilar Chuquizuta, identificado con DNI 43812667, con el grado de **Magister en Gestión Pública y Gerencia Social**. Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el (los) instrumento (s) de recolección de datos: **Encuesta de Gestión de Calidad y Atención al Cliente**, elaborado por la estudiante **Urpy Brendaly Cruz Juárez**, para efecto de su aplicación a los sujetos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación: **“Gestión de calidad y atención al cliente en las MyPes, rubro restaurantes sector Mercado Modelo del Distrito de Chulucanas 2018”**, que se encuentra realizando.

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



Mg. Darwin Ebert Aguilar Chuquizuta

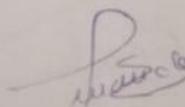
CORLAD: 11825

Piura, 29 de octubre 2019.

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, **José Fernando Escobedo Gálvez**, identificado con DNI 44632438, con el grado de **Magister en Gestión Pública**. Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el (los) instrumento (s) de recolección de datos: **Encuesta de Gestión de Calidad y Atención al Cliente**, elaborado por la estudiante **Urpy Brendaly Cruz Juárez**, para efecto de su aplicación a los sujetos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación: **"Gestión de calidad y atención al cliente en las MyPes, rubro restaurantes sector Mercado Modelo del Distrito de Chulucanas 2018"**, que se encuentra realizando.

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



Mg. José Fernando Escobedo Gálvez

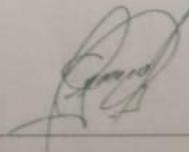
CORLAD: 09720

Piura, 29 de octubre 2019.

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, **Galvani Guerrero García**, identificado con DNI 45101586, con el grado de **Magister en Dirección de Empresas en las Organizaciones**. Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el (los) instrumento (s) de recolección de datos: **Encuesta de Gestión de Calidad y Atención al Cliente**, elaborado por la estudiante **Urpy Brendaly Cruz Juárez**, para efecto de su aplicación a los sujetos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación: **“Gestión de calidad y atención al cliente en las MyPes, rubro restaurantes sector Mercado Modelo del Distrito de Chulucanas 2018”**, que se encuentra realizando.

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



Mg. Galvani Guerrero García

CORLAD: 09883

Piura, 29 de octubre 2019.