



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE**

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**ATENCIÓN AL CLIENTE COMO FACTOR PARA  
MEJORAR LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MICRO Y  
PEQUEÑAS EMPRESAS, SECTOR COMERCIO: CASO  
RESTAURANT TURÍSTICO “LA RUEDA” -  
YARINACOCHA, 2019**

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

**AUTOR**

**CARDENAS GONZALES, WARREN**

**ORCID: 0000-0001-8048-8680**

**ASESOR**

**MGTR. MUÑOZ AGUILAR, ESTUARDO**

**ORCID: 0000-0002-9053-8175**

**PUCALLPA – PERÚ**

**2021**

## **EQUIPO DE TRABAJO**

### **AUTOR**

Cárdenas Gonzales, Warren

ORCID: 0000-0001-8048-8680

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

### **ASESOR**

Mgr. Muñoz Aguilar, Estuardo

ORCID: 0000-0002-9053-8175

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

### **JURADO:**

Lic. Mg. Pinchi Guerrero Edwar

Código Orcid: 0000-0002-2753-3881

Mg. Lic. Adm. Lozano Ruiz Roger

Código Orcid: 0000-0002-8007-0265

Mg. Lic. Adm. Meza Salinas José Luis

Código Orcid: 0000-0003-2735-8259

## HOJA DE FIRMA DEL JURADO

---

Lic. Mg. Pinchi Guerrero Edwar  
ORCID: 0000-0002-2753-3881

---

Mg. Lic. Adm. Lozano Ruiz Roger  
ORCID: 0000-0002-8007-0265

---

Mg. Lic. Adm. Meza Salinas José Luis  
ORCID: 0000-0003-2735-8259

---

Mgtr. Muñoz, Aguilar Estuardo  
ORCID: 0000-0002-9053-8175  
Docente Tutor

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios por la multitud de sus bendiciones; al Restaurant Turístico La Rueda por su apoyo con la información necesaria, asimismo, expreso mi mayor agradecimiento a mi madre, con su esfuerzo y dedicación coadyuva enérgicamente en la vida.

A Dios, por permitirme la vida, haber llegado hasta este momento tan importante de mi formación profesional.

## **DEDICATORIA**

A mi hijo, es la razón de mi esfuerzo, su apoyo, amor y paciencia, brindan la confianza y fortaleza necesarias para encaminarme y culminar mis estudios universitarios.

## **Resumen**

En el presente informe de investigación se tuvo como objetivo general determinar cómo influye el adecuado uso de la Atención al Cliente para mejorar la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, sector comercio: caso Restaurant Turístico La Rueda - Yarinacocha, 2019. La metodología que se usó fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo bajo un diseño no experimental. Se consideró como población y muestra la cantidad de 08 personas (colaboradores), del Restaurant Turístico La Rueda, ubicada en el distrito de Yarinacocha, en la provincia de Coronel Portillo, se llegó a la conclusión de que, la atención al cliente para mejorar la gestión de calidad, no se aplica de manera efectiva, hecho que se traduce en las demoras de atención al cliente, así como de la falta de un FODA de la empresa, y hasta el momento los manejos han sido empíricamente en los temas de interacción con el cliente, optimización de la experiencia del cliente, satisfacción de los consumidores, planear las actividades, estándares de calidad y la falta de un FODA empresarial.

**Palabras Claves:** Atención, calidad, cliente, gestión, restaurant, Mypes.

## **Abstract**

In this research report, Customer Service was determined as a factor to improve quality management in micro and small businesses, trade sector: La Rueda Tourist Restaurant case - Yarinacocha, 2019. The methodology used was quantitative in type, descriptive level under a nonexperimental design. It was considered as a population and shows the number of 08 people (collaborators), of the Tourist Restaurant La Rueda, located in the district of Yarinacocha, in the province of Coronel, it was concluded that Customer Service as a Factor for Improvement Quality Management is not applied effectively, a fact that translates into delays in customer service, as well as the lack of a SWOT of the company, and so far the management has been empirically on the topics of interaction with the customer, optimization of the customer experience, consumer satisfaction, planning activities, quality standards and the lack of a business SWOT.

**Key Words:** Attention, quality, client, management, restaurant, Mypes.

## INDICE DE CONTENIDO

1. TÍTULO DE LA TESIS .....	i
2. EQUIPO DE TRABAJO.....	ii
3. HOJA DE FIRMA DEL JURADO .....	iii
4. AGRADECIMIENTO Y DEDICATORIA .....	iv
5. RESUMEN Y ABSTRACT.....	vi
6. INDICE DE CONTENIDO .....	viii
7. INDICE DE TABLAS .....	ix
8. INDICE DE FIGURAS.....	x
I. INTRODUCCION.....	1
II. REVISIÓN DE LA LITERATURA .....	4
2.1 Antecedentes de la investigación.....	4
2.2 Bases Teóricas y Conceptuales.....	11
III. HIPOTESIS.....	17
IV. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	18
4.1 Diseño de la Investigación.....	18
4.2 Población y Muestra .....	19
4.3 Definición y Operacionalización de Variables .....	21
4.4 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos .....	23
4.5 Plan de análisis de datos .....	24
4.6 Matriz de Consistencia.....	25
4.7 Principios Éticos .....	26
V. RESULTADOS DE LA INVESTIGACION.....	27
5.1 Resultados .....	27
5.2 Analisis de los Resultados .....	53
VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	58
6.1 Conclusiones.....	58
6.2 Recomendaciones .....	59
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	60
ANEXOS.....	64



## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Definición y operacionalización de variables e indicadores.....	21
Tabla 2. Matriz de consistencia de la investigación.....	25
Tabla 3: ¿Cuál es la edad del encuestado?.....	30
Tabla 4: ¿Cuál es el género del encuestado?.....	31
Tabla 5. ¿Cuál es el nivel de instrucción del encuestado?.....	32
Tabla 6: ¿Cargo de que desempeña?.....	33
Tabla 7: ¿Tiempo que desempeña en el cargo?.....	34
Tabla 8: ¿Tu calificación sobre el ambiente del restaurant, es positivo?.....	35
Tabla 9: ¿Crees que la atención al cliente es de calidad?.....	36
Tabla 10: ¿Hay un speech (saludo, bienvenida y presentación), establecido?.....	37
Tabla 11: ¿El cliente el momento de comprar es atendido con rapidez?:.....	38
Tabla 12: ¿El canal(los medios de venta), son optimos?.....	39
Tabla 13: ¿La experiencia del cliente por tus servicios, es para su agrado?.....	40
Tabla 14. ¿El cliente manifiesta satisfacción sobre la calidad de los productos.....	41
Tabla 15: ¿Eres consciente de que brindas un servicio de calidad?.....	42
Tabla 16:¿Hay demoras en la atención?.....	43
Tabla 17: ¿Gestionan los recursos eficientemente?.....	44
Tabla 18: ¿Definen las prioridades para brindar una buena atención?.....	45
Tabla 19: ¿Las acciones que ejecutas son planificadas?.....	46
Tabla 20: ¿Tu ambiente de trabajo es el adecuado?.....	47
Tabla 21:¿Te capacitan sobre el trabajo que desempeñas?.....	48
Tabla 22:¿El establecimiento cuenta con las certificaciones correspondientes?.....	49
Tabla 23:¿Tienen establecido un FODA?.....	50
Tabla 24:¿Cuentas con estrategias adaptivas y defensivas frente a la competencia .....	51
Tabla 25:¿Hay estrategias ofensivas y de supervivencia frente a la competencia.....	52

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: ¿Cuál es la edad del encuestado?.....	30
Figura 2: ¿Cuál es el género del encuestado? .....	31
Figura 3: ¿Cuál es el nivel de instrucción? .....	32
Figura 4: ¿Cargo que desempeña?.....	33
Figura 5: ¿Tiempo que desempeña en el cargo?.....	34
Figura 6: ¿Tu calificación sobre el ambiente del restaurant, es positivo?.....	35
Figura 7: ¿Crees que la atención al cliente es de calidad?.....	36
Figura 8: ¿Hay un speech(Saludo, bienvenida y presentación), establecido.....	37
Figura 9: ¿El cliente al momento de comprar es atendido con rapidez?.....	38
Figura 10: ¿El canal (los medios de venta), son optimos?.....	39
Figura 11: ¿La experiencia del cliente por tus servicios, es para su agrado?.....	40
Figura 12: ¿El cliente manifiesta satisfacción sobre la calidad de los productos?.....	41
Figura 13: ¿Eres consciente de que, brindas un servicio de calidad?.....	42
Figura 14: ¿Hay demoras en la atención?.....	43
Figura 15: ¿Gestionan los recursos eficientemente?.....	44
Figura 16: ¿Definen las prioridades para brindar una buena atención?.....	45
Figura 17: ¿Las acciones que ejecutan son planificadas?.....	46
Figura 18: ¿Tu ambiente de trabajo es el adecuado?.....	47
Figura 19: ¿Te capacitan sobre el trabajo que desempeñas?.....	48
Figura 20: ¿El establecimiento, cuenta con las certificaciones correspondientes?.....	49
Figura 21: ¿Tienes establecido un FODA?.....	50
Figura 22: ¿Cuentas con estrategias adaptivas y defensivas frente a la competencia?.....	51
Figura 23: ¿Hay estrategias ofensivas y de supervivencia frente a la competencia?.....	52

## INTRODUCCIÓN

La atención al cliente desde el punto de vista de la gestión de calidad, son también variables que determinan el éxito empresarial, se da importancia al cliente, ya que es directamente proporcional a una buena atención un buen ingreso dinerario, además que hay mayor liquidez para las empresas; por eso da mucha importancia al dicho “el cliente tiene la razón”. Estas variables son frecuentemente investigadas por la comunidad administrativa, sin embargo, por el conocimiento empírico y poca preparación de los administradores de algunas empresas se desconecta el cliente de la empresa y viceversa, por ello esta investigación ha sido incubado visualizando esas realidades; bajo esta inferencia se planteó el siguiente enunciado: ¿Cómo es la atención al cliente y gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas, sector comercio: caso empresa Restaurant Turístico La Rueda - Yarinacocha, 2019?.

El tema proviene de la línea de investigación “Gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas” proporcionado por la Escuela Profesional de Administración, cuyo objetivo es desarrollar las investigaciones relacionadas al proceso administrativo de: planeación, organización, dirección y control; así como otras actividades propias de la micro y pequeña empresa. La presente investigación deriva de la función del control.

El objetivo general de esta investigación fue determinar cómo influye el adecuado uso de la Atención al Cliente y Gestión de Calidad de las Micro y Pequeñas Empresas, Sector Comercio: caso empresa Restaurant Turístico La Rueda - Yarinacocha, 2019; cuyos objetivos específicos son: Identificar cómo influye el adecuado uso de la Atención al cliente de las micro y pequeñas empresas, Sector

Comercio: caso empresa Restaurant Turístico La Rueda - Yarinacocha, 2019; y  
Determinar cómo influye la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas, sector  
comercio: caso empresa Restaurant Turístico La Rueda - Yarinacocha, 2019.

La importancia de la investigación radica también en beneficio del Restaurant Turístico La Rueda, empresa de servicios que se dedica a la expensa de comidas y bebidas en el distrito de Yarinacocha, provincia de Coronel Portillo, demuestra un buen servicio de atención al cliente, sin embargo, la gestión de calidad aún se desconoce. Se pretende descubrir cómo se da la atención al cliente a través de la gestión de calidad. Por ello, con la presente investigación se busca beneficiar a esta empresa y al público en general, ya que se recopilará información adecuada sobre la atención al cliente y gestión de calidad.

El presente proyecto se justifica por investigar en forma directa la problemática de cómo influye el uso inadecuado de la atención al cliente como factor para mejorar la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, sector comercio: caso restaurant turístico “la rueda” - Yarinacocha, 2019 y se encamina en aportar disposiciones para mejorar el uso adecuado de la atención al cliente de tal forma que se obtenga una gestión de calidad con mucha eficacia. Es por ello que el presente proyecto se justifica metodológicamente por investigar en forma directa la problemática de dicha empresa restaurante, utilizando un instrumento de investigación para recopilar información el cual es denominado encuesta. Teniendo en cuenta que la investigación tiene justificación teórica, ya que tiene el propósito de aportar al conocimiento sobre el uso adecuado de la atención al cliente, cuyos resultados podrán sistematizarse en una propuesta, para ser

incorporado reglamentado. Asimismo, esta investigación tiene justificación practica porque existe la necesidad de mejorar el uso de la atención al cliente, con el fin de mejorar su rendimiento de tal forma que se mejore la gestión administrativa.

## II. REVISIÓN DE LITERATURA

### 2.1 Antecedentes de la investigación

#### 2.1.1 Antecedentes internacionales

López (2018), presento su tesis sobre *Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil; en Ecuador*, para obtener el grado académico de magíster en administración de empresas en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. El objetivo de su investigación fue determinar la relación de la calidad del servicio con la satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil, a través de una investigación de campo para el diseño de estrategias de mejora del servicio al cliente. Para esta investigación se valió de la metodología cualitativa de nivel mixto; la investigación concluyó evidenciando la falta de capacitación y motivación de parte de la empresa hacia el personal. Una vez conocido los hallazgos principales, se propone programas de capacitación y de calidad dirigidas al personal de servicio y con esto crear una ventaja competitiva dentro de la empresa.

Burgos (2017), presentó su tesis sobre *Desarrollo del Sistema de Gestión de Calidad en el Restaurante-Bar Ouzo Agave Azul S.A.S. Bajo Los Lineamentos de la Norma ISO 9001:2015 y la Norma Técnica Colombiana NTSUSNA 008; en Colombia*, para obtener el título Ingeniera Industrial en la Universidad Libre de Colombia. El objetivo de su investigación fue desarrollar el sistema de gestión de calidad para el restaurante - bar Ouzo Agave Azul S.A.S (Santa Marta, Magdalena) bajo los lineamentos de la norma ISO 9001:2015 y la norma técnica colombiana NTS-USNA

008 que estandarice sus procesos y valore el riesgo del sistema. Para esta investigación se valió de la metodología cualitativa y cuantitativa ya que se usaron métodos matemáticos; la investigación concluyó evidenciando que, la organización presentaba falencias graves en aspectos de planificación para el sistema de gestión de calidad como consecuencia del recién inicio en el desarrollo del mismo y de la falta de conocimiento tanto de directivas como de trabajadores, por otro lado en cuestiones de evaluación del desempeño de la prestación del servicio y liderazgo se evidenció poco progreso, en cuanto a que no se identificaron métodos específicos de evaluación ni los medios para obtenerla.

Sánchez (2017), presentó su tesis sobre *Evaluación de la Calidad de Servicio al Cliente en el Restaurante Pizza Burger Diner de Gualan, Zacapa*; en Guatemala, para obtener el título de administradora de empresas en el grado académico de licenciada en la Universidad Rafael Landívar. El objetivo de su investigación fue Evaluar la calidad del servicio al cliente en el restaurante Pizza Burger Diner de Gualán. Para esta investigación se valió de la metodología ServQual que consiste en la medición de las percepciones y expectativas de los clientes sobre el servicio recibido y la evaluación 360°; la investigación concluyó según la evaluación realizada ServQual, el Índice de Calidad del Servicio -ICS- en el restaurante Pizza Burger Diner Gualán es de -0.18, lo que indica que existe insatisfacción en los clientes por el servicio recibido. Con base a la evaluación 360° se determinó que los colaboradores comprenden las expectativas de los clientes, debido a que tienen una relación directa y permanente con ellos. Mientras que los directivos no.

### **2.1.2 Antecedentes nacionales**

Sandoval (2018), presentó su tesis sobre *El Sistema de Gestión de Calidad y la Atención al Cliente en el Restaurant el Gourmet Urbano en el Distrito de San Isidro, 2015; en Lima*, para optar el grado académico de maestra en ciencias gastronómica en la Universidad San Martín de Porres. El objetivo de su investigación fue determinar de qué manera el Sistema de Gestión de Calidad se relaciona con la atención al cliente en el restaurant El Gourmet Urbano en el distrito de San Isidro en el 2015. Para esta investigación se valió de la metodología descriptiva, correlacional no experimental; la investigación concluyó afirmando que existe relación entre el sistema de gestión de la calidad y la atención al cliente en los empleados y clientes en el restaurant El Gourmet Urbano en el distrito de San Isidro. El estudio comprueba que el nivel del sistema de gestión de la calidad en los empleados es malo en la devolución del servicio, insatisfacción del cliente y rotación de clientes.

Cano (2017), presentó su tesis sobre *Gestión de Calidad de la Atención al Cliente y la Satisfacción en la Micro y Pequeñas Empresas del Sector Servicios, Rubro Restaurantes: Caso Restaurante “La Rinconada” en la Ciudad de Huarney, 2016; en Chimbote*, para obtener el grado académico de maestro en administración en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. El objetivo de su investigación fue determinar la relación de la gestión de calidad de la atención al cliente y el nivel de satisfacción en las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro restaurantes: Caso Restaurante “La Rinconada” en la ciudad de Huarney, 2016. Para esta investigación se valió de la metodología cuantitativa, descriptivo y correlacional no experimental d corte transversal; la investigación concluyó afirmando que, el 43%



afirma que el nivel de atención al cliente es excelente, el 72% afirma que el nivel de satisfacción es excelente, Sí existe relación entre las variables dado la prueba chi-cuadrado de 71.058 que es mayor a 9.490.

Martínez (2016), presentó su tesis sobre *Calidad del Servicio y Satisfacción del Cliente en Restaurantes de Comida Marina Chimbote, 2016; en Chimbote*, para obtener el grado académico de maestro en administración en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. El objetivo de su investigación fue determinar la relación que existe entre calidad del servicio y satisfacción del cliente, desde la perspectiva de sus expectativas y percepciones, en las MYPE del sector servicios-rubro restaurantes de comida marina en el distrito de Chimbote, 2016. Para esta investigación se valió de la metodología de tipo no experimental y de nivel cuantitativo- transversal correlacional; la investigación concluyó demostrando el valor de significación observada del coeficiente de correlación de Spearman  $p = 0.000$  es menor al valor de significación teórica  $\alpha = 0.05$ , se rechaza la hipótesis nula. Ello significa que elementos tangibles de la calidad de servicio se relaciona con la satisfacción de los clientes de las MYPE del sector servicios-rubro restaurantes de comida marina en el distrito de Chimbote, 2016, además observando el signo positivo de la correlación, ambas variables están relacionadas de manera positiva (o directa). Por lo tanto, se acepta la primera hipótesis específica de investigación.

### **2.1.3 Antecedentes regionales**

Laulate (2018), presentó su tesis sobre *La Gestión y la Calidad del Servicio del Banco Internacional del Perú, Pucallpa, 2017; en Pucallpa*, para optar el título profesional de licenciado en administración en la Universidad Nacional de Ucayali. El objetivo de su

investigación fue conocer la relación de la gestión y calidad de servicio del Banco Internacional del Perú, Pucallpa, 2017. Para esta investigación se valió de la metodología descriptiva correlacional de diseño transeccional; la investigación concluyó afirmando que, la relación entre la gestión y calidad de servicios del Banco Internacional del Perú, Pucallpa, 2017, es negativa baja y no significativa, en consecuencia, la gestión no es referente para la calidad del servicio que ofrece esta entidad bancaria.

Ojanama (2018), presentó su tesis sobre *Gestión de Calidad bajo el Enfoque en Atención al Cliente en las Mypes del Sector Servicios, Rubro Transporte Terrestre de Pasajeros, Ruta Pucallpa – Aguaytía, Región Ucayali, Año 2018*; en Pucallpa, para optar el título profesional de licenciado en administración en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. El objetivo de su investigación fue determinar si las Mypes del sector servicios, rubro transporte terrestre de pasajeros, ruta Pucallpa – Aguaytía, región de Ucayali, año 2018 aplican gestión de calidad a expectativas del cliente. Para esta investigación se valió de la metodología de tipo cuantitativa de nivel descriptivo no experimental; la investigación concluyó mencionando, con respecto a la gestión de calidad se puede observar que tienen poniendo en conocimiento sobre técnicas de gestión empresarial, utilizando documentos de gestión como lo es el plan de trabajo, aprecian buenos resultados al utilizar un sistema de gestión de calidad, definen muy bien su estructura organizativa, dejando de lado muchas veces la satisfacción de los usuarios; la satisfacción de los clientes se puede observar que consideran importante realizar promociones de ventas para obtener nuevos usuarios y mantenerlo satisfechos.

Del Aguila (2017), presentó su tesis sobre *Gestión bajo el Enfoque de Atención al Cliente en las Micro y Pequeñas Empresas, Rubro Hoteles Ecológicos, Ciudad de Pucallpa*,

*Año 2017; en Pucallpa*, para optar el título profesional de licenciada en administración en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. El objetivo de su investigación fue demostrar que la correcta aplicación de la gestión de calidad en la Mypes del rubro hoteles ecológicos dará como resultado una buena atención y plena satisfacción del cliente por parte de los empleados. Para esta investigación se valió de la metodología cuantitativo de carácter descriptivo no experimental; la investigación concluyó infiriendo que, las empresas de hoteles ecológicos no capacitan a su personal cada año, el 67% de los encuestados conoce poco acerca de la gestión de calidad, sin embargo el 67% obtuvo clientes satisfechos como resultado, el 100% de las Mypes utiliza la tecnología de las redes sociales para ofrecer sus servicios por su rapidez y sencillez, la gestión de calidad en el sector hoteles ecológicos es la satisfacción de las necesidades y expectativas de los clientes.

#### **2.1.4 Antecedentes Locales**

Gaviria (2018), presentó su tesis sobre *Gestión de Calidad bajo el Enfoque de Atención al Cliente, Sector Servicios, Clúster Restaurant Turístico, Distrito de Yarinacocha, Año 2017; en Pucallpa*, para optar el título profesional de licenciada en administración en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. El objetivo de su investigación fue determinar la Gestión de Calidad bajo el enfoque de Atención al Cliente, Sector Servicios, rubro Clúster Restaurant Turístico, distrito de Yarinacocha, año 2017. Para esta investigación se valió de la metodología de tipo descriptivo, no experimental, transversal, correlacional; la investigación concluyó afirmando en el aspecto laboral, existe un 40% de mypes que nos cumple con mantener en planilla a sus

trabajadores. Los microempresarios tienen poco interés en practicar una gestión de calidad, por tal motivo la gestión carece de aspectos técnicos. Existe una planificación del negocio de corto plazo, carecen de plan de negocio. No existe preparación del personal para mejorar la experiencia de servicio al cliente, el servicio es variable. No se evalúa su desempeño del personal. Se aprecia un interés pleno en rentabilidad sin enfoque en el cliente. No se evalúa su nivel de satisfacción.

Guzman (2018), presento su tesis sobre *Gestión de las MYPES del sector restaurantes ubicados en el Jr. Salaverry cuadras 1- 5 del distrito de Callería, Ucayali 2018; en Pucallpa*, para optar el grado académico de bachiller en ciencias contables y financieras en la Universidad Privada de Pucallpa. El objetivo de su investigación fue conocer cómo es la gestión de las MYPE del sector restaurantes ubicados en el Jr. Salaverry cuadras 1- 5 del distrito de Callería, 2018. Para esta investigación se valió de la metodología descriptivo a través del proceso de análisis de datos; la investigación concluyó afirmando que, los negocios dedicados al rubro restaurantes ubicados en el Jr. Salaverry cuadras 1- 5 del distrito de Callería, muestra que no se articula adecuadamente la gestión de las MYPES, no planifican o es muy escasa esta actividad, puesto que el 50% de los trabajadores dicen que nunca han contado con un plan estratégico y el otro 50% dice que casi siempre en el lugar que trabajan no cuentan con el plan estratégico; siendo negocios tan pequeños, es incomprensible que los restaurantes operan sin ningún criterio organizacional, donde no se establecen funciones y responsabilidades definidas, yendo en contra de los intereses del propio negocio.

Vela (2018), presentó su tesis sobre *Gestión bajo el Enfoque de Atención al Cliente, en las mypes del Sector Servicios, Rubro Restaurant, Distrito de Calleria, Año 2018; en Pucallpa*, para optar el título profesional de licenciada en administración en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. El objetivo de su investigación fue determinar la Gestión bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del Sector Servicios, rubro Restaurant, distrito de Calleria, año 2018. Para esta investigación se valió de la metodología de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental, transversal, descriptiva y Correlacional; la investigación concluyó afirmando que, el rubro de restaurant tiene apertura para emprendedores de diferentes edades, sexo e instrucción educativa. Existe un interés en la práctica de la mejora continua en sus operaciones y brindar un buen servicio al cliente (70,6%). Sin embargo, el conocimiento de gestión de calidad es incipiente. El uso de indicadores de monitoreo de la gestión es empírico.

## **2.2 Bases teóricas y Conceptuales**

### **1. Variable Atención al cliente**

#### **Atención al Cliente**

Según Raffino (2020), se entiende por servicio al cliente o servicio de atención al cliente a los métodos que emplea una empresa para ponerse en contacto con su clientela, para garantizar entre otras cosas que el bien o servicio ofrecido llegue a sus consumidores y sea empleado de manera correcta. Es también una eficiente herramienta de marketing.

Según Corrales (2019), el servicio al cliente es uno de los pilares de la rentabilidad y el posicionamiento de cualquier negocio, pues se centra de manera directa

en la satisfacción de los consumidores y en la optimización de su experiencia e interacción con una marca.

Según Villalobos (2019), el cliente es un activo: su importancia radica en el valor que le otorga a una marca desde el primer contacto. De esta manera, el público evaluará el grado de satisfacción que le produce entrar en interacción para finalmente recibir el producto o servicio que buscaba. Por eso, en la actualidad ofrecer servicio al cliente ya no es una opción, es una parte fundamental en la estructura empresarial.

### **Dimensiones de las variables:**

#### **Interacción con el cliente**

Para Velázquez (2016), para incrementar la interacción con los consumidores inicia con un elemento principal, los datos. Es decir, para que las marcas interactúen con los consumidores en el ambiente fragmentado de medios de hoy en día, los encargados de marketing deben personalizar el mensaje hasta cierto grado usando los datos de los clientes.

#### **Optimización de la experiencia del cliente**

La experiencia del cliente como “el total de las interacciones que un cliente tiene con una empresa y sus productos”. Esto incluye “todas las interacciones desde la atracción y el interés que generó el marketing, el descubrimiento, la compra, el uso, el servicio al cliente y hasta la baja, sin importar el canal por el que ocurran. (El diccionario de los negocios, citado por De Barros, M. 2018).

## **Satisfacción de los consumidores**

Según Peiró (2018), el concepto satisfacción del cliente es una medición de la satisfacción que tiene éste acerca de los productos y servicios de una empresa. La satisfacción del cliente es esencial para una empresa puesto que ahí radica que siga consumiendo los productos y servicios de esa marca y que la pueda recomendar a otro tipo de usuarios. Los resultados de esta satisfacción pueden ser una de las claves para el aumento de las ventas de un negocio.

## **Planear las actividades**

Según Sousa (2020), la planificación de actividades significa saber gestionar los recursos disponibles y definir las prioridades de la manera más ordenada posible. Entonces, ya sea en nuestro ambiente de trabajo o en la rutina personal, resulta esencial planificarse. Principalmente para quien desee emprender y tener su propio negocio, ser una persona que planifica todas las etapas de sus actividades es el primer paso para el éxito.

## **2. Variable Gestión de Calidad**

### **Gestión de Calidad**

Según Raffino (2020), la gestión de calidad es una serie de procesos sistemáticos que le permiten a cualquier organización planear, ejecutar y controlar las distintas actividades que lleva a cabo. Esto garantiza estabilidad y consistencia en el desempeño para cumplir con las expectativas de los clientes.

Universidad Cooperativa de Colombia, (2019). Gestión de Calidad es una herramienta que le permite a cualquier organización planear, ejecutar y controlar las actividades necesarias para el desarrollo de la misión, a través de la prestación de servicios con altos estándares de calidad, los cuales son medidos a través de los indicadores de satisfacción de los usuarios.

ISO9001, (2013). La «Gestión de la Calidad» es el conjunto de acciones, planificadas y sistemáticas, que son necesarias para proporcionar la confianza adecuada de que un producto o servicio va a satisfacer los requisitos dados sobre la calidad.

### **Estándares de calidad**

Según Pizzo (2013), los estándares de calidad son la manera de contar con referencias claras para las tareas y los resultados que se esperan, también suelen ser una complicación: generarlos, actualizarlos, conseguir que se apliquen. Los estándares de calidad deben estar presentes siempre que haya gestión de la calidad. Son la manera de contar con referencias claras para poder contrastar las acciones que se implementan, y los resultados que se alcanzan.

### **FODA**

Según Espinoza (2020), la matriz de análisis DAFO o FODA, es una conocida herramienta estratégica de análisis de la situación de la empresa. El principal objetivo de aplicar la matriz DAFO en una organización, es ofrecer un claro diagnóstico para poder tomar las decisiones estratégicas oportunas y mejorar en el futuro. Su nombre deriva del acrónimo formado por las iniciales de los términos: debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades.



## **Indicadores de las dimensiones**

**Ambiente del cliente:** Es el lugar y el espacio donde se le atiende al cliente.

**Atención al cliente:** Es la relación del personal con el cliente, ahí se le brinda.

**Speech:** Son los pasos de atención al cliente, como el saludo, la bienvenida y la despedida de cliente.

**La compra:** El momento donde el cliente decide adquirir tus productos y a cambio realiza un pago.

**El canal:** Los medios donde se ofertan los productos con dirección al cliente.

**El servicio:** Son las acciones que realiza el personal de atención al cliente.

**Calidad del producto:** Las características visibles de un producto.

**Calidad del servicio:** Las características intangibles, pero que son relevantes al momento de interactuar con el cliente.

**Demora en la atención:** Son las falencias en la atención, pueden suceder por diversas razones internas o externas, pero no es independiente a la atención al cliente.

**Gestionar los recursos:** La capacidad de administrar los recursos tangibles e intangibles.

**Ambiente de trabajo:** El ambiente de trabajo es el espacio físico donde el personal se desenvuelve, para ejecutar sus actividades.

**Personal capacitado:** Un personal capacitado, es la persona que ha sido adocetrinado en alguna actividad que ejecutara n particular, con el objeto de brindar atención personalizada.

**Certificaciones de calidad:** Las certificaciones de calidad, es sinónimo de buenas relaciones con las instituciones públicas quienes regulan las actividades del sector de

restaurantes, sin embargo, también hay certificaciones de capacitaciones y de talleres que regulan la calidad, como el ISO9000.

**Definir las prioridades:** Las prioridades se definen de acuerdo a la planificación, no obstante, también puede definirse frente a los problemas que surgen en el ambiente de trabajo.

**Etapa de las actividades:** Las actividades que se planifican tienen una secuencia, seguir esas secuencias es primordial para que las actividades se ejecuten eficientemente.

### **III. HIPÓTESIS**

#### **3.1 Hipótesis General**

La adecuada atención al cliente ayudará a mejorar la gestión de calidad de la Mype, Restaurant Turístico La Rueda, del distrito de Yarinacocha, 2019.

#### **3.2 Hipótesis Específico**

- Brindar una buena atención al cliente permitirá mejorar la aceptación del cliente, en la Mype Restaurant Turístico La Rueda, distrito de Yarinacocha, 2019.

- Gestionar con calidad permitirá mejorar el posicionamiento en el mercado de la empresa Restaurant Turístico La Rueda, distrito de Yarinacocha, 2019.

## IV. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACION

### I.1 Diseño de la investigación

La gestación del diseño del estudio representa el punto donde se conectan las etapas conceptuales del proceso de investigación como el planteamiento del problema, el desarrollo de la perspectiva teórica y las hipótesis con las fases subsecuentes cuyo carácter es más operativo. (Hernández Sampieri et al., 2014).

#### **Diseño no experimental**

Podría definirse como la investigación que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Es decir, se trata de estudios en los que no hacemos variar en forma intencional las variables independientes para ver su efecto sobre otras variables. (Hernández Sampieri et al., 2014)

#### **Corte del diseño**

**Corte transversal:** Los diseños de investigación transeccional o transversal recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. Es como “tomar una fotografía” de algo que sucede. (Liu, 2008 & Tucker, 2004, citado por Hernández Sampieri et al., 2014).

#### **Nivel de la investigación**

**Descriptivo:** Con los estudios descriptivos se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, únicamente pretenden

medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren, esto es, su objetivo no es indicar cómo se relacionan éstas. (Hernández Sampieri et al., 2014).

### **Tipo de investigación**

**Cuantitativo:** El enfoque cuantitativo (que representa, como dijimos, un conjunto de procesos) es secuencial y probatorio. Cada etapa precede a la siguiente y no podemos “brincar” o eludir pasos. El orden es riguroso, aunque desde luego, podemos redefinir alguna fase. (Hernández Sampieri et al., 2014).

### **I.2 Población y Muestra**

**Población:** Una vez que se ha definido cuál será la unidad de muestreo/análisis, se procede a delimitar la población que va a ser estudiada y sobre la cual se pretende generalizar los resultados. Así, una población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones. (Lepkowski, 2008, citado por Hernández Sampieri et al., 2014).

Para esta investigación se ha identificado que la población lo representa los ocho colaboradores de la empresa Restaurant Turístico La Rueda, cuyo RUC es: 10001090831, con domicilio fiscal en el Jr. Alfonso Ugarte N° 490 – AA. HH. 6 de Julio, del distrito de Yarinacocha, provincia de Coronel Portillo, del departamento de Ucayali - Perú.

**La Muestra:** En esencia, un subgrupo de la población. Digamos que es un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus características al que llamamos población. (Hernández Sampieri et al., 2014)

Para la muestra se ha determinado tomar el cien por ciento de la población estuvo conformada por 08 colaboradores del Restaurant Turístico La Rueda, ubicado en el Jr. Alfonso Ugarte N° 490 – AA. HH. 6 de Julio, del distrito de Yarinacocha, provincia de Coronel Portillo, del departamento de Ucayali - Perú.

### I.3 Definición y operacionalización de variables e indicadores

*Tabla 1. Definición y operacionalización de variables e indicadores.*

Variables	Definición conceptual	Dimensiones	Definición operacional	Indicadores	Escala de medición
<b>Atención al Cliente</b>	Corrales, J. (2019), el servicio al cliente es uno de los pilares de la rentabilidad y el posicionamiento de cualquier negocio, pues se centra de manera directa en la satisfacción de los consumidores y en la optimización de su experiencia e interacción con una marca.	Interacción	Velázquez, K. (2016), para incrementar la interacción con los consumidores inicia con un elemento principal, los datos. Es decir, para que las marcas interactúen con los consumidores en el ambiente fragmentado de medios de hoy en día, los encargados de marketing deben personalizar el mensaje hasta cierto grado usando los datos de los clientes.	<input type="checkbox"/> Ambiente del cliente <input type="checkbox"/> Atención al cliente <input type="checkbox"/> Speech	Nominal
		Optimización	La experiencia del cliente como “el total de las interacciones que un cliente tiene con una empresa y sus productos”. Esto incluye “todas las interacciones desde la atracción y el interés que generó el marketing, el descubrimiento, la compra, el uso, el servicio al cliente y hasta la baja, sin importar el canal por el que ocurran. (El diccionario de los negocios, citado por De Barros, M. 2018).	<input type="checkbox"/> La compra <input type="checkbox"/> El canal <input type="checkbox"/> El servicio	Nominal
		Satisfacción	Peiró, R. (2018), el concepto satisfacción del cliente es una medición de la satisfacción que tiene éste acerca de los productos y servicios de una empresa. La satisfacción del cliente es esencial para una empresa puesto que ahí radica que siga consumiendo los productos y servicios de esa marca y que la pueda recomendar a otro tipo de usuarios.	<input type="checkbox"/> Calidad del producto <input type="checkbox"/> Calidad del servicio <input type="checkbox"/> Demora en la atención	Nominal

<b>Gestión de Calidad</b>	<p>Universidad Cooperativa de Colombia, (2019). Gestión de Calidad es una herramienta que le permite a cualquier organización planear, ejecutar y controlar las actividades necesarias para el desarrollo de la misión, a través de la prestación de servicios con altos estándares de calidad, los cuales son medidos a través de los indicadores de satisfacción de los usuarios.</p>	<p>Planear las actividades</p>	<p>Sousa Alexandre, L. (2020), la planificación de actividades significa saber gestionar los recursos disponibles y definir las prioridades de la manera más ordenada posible. Entonces, ya sea en nuestro ambiente de trabajo o en la rutina personal, resulta esencial planificarse.</p> <p>□ Gestionar los recursos</p> <p>□ Definir las prioridades</p> <p>□ Etapa de las actividades</p>	<p>Nominal</p>
		<p>Estándares de calidad</p>	<p>Pizzo, M. (2013), los estándares de calidad son la manera de contar con referencias claras para las tareas y los resultados que se esperan, también suelen ser una complicación: generarlos, actualizarlos, conseguir que se apliquen. Los estándares de calidad deben estar presentes siempre que haya gestión de la calidad.</p> <p>□ Ambiente de trabajo</p> <p>□ Personal capacitado</p> <p>□ Certificaciones de calidad</p>	<p>Nominal</p>
		<p>Herramientas de calidad</p>	<p>Espinosa, R. (2020), la matriz de análisis dafo o foda, es una conocida herramienta estratégica de análisis de la situación de la empresa. El principal objetivo de aplicar la matriz dafo en una organización, es ofrecer un claro diagnóstico para poder tomar las decisiones estratégicas oportunas y mejorar en el futuro.</p> <p>□ Desarrollo del FODA</p> <p>□ Estrategias adaptativas y defensivas</p> <p>□ Estrategias ofensivas y</p>	<p>Nominal</p>

*Fuente: Warren Cárdenas Gonzales*



#### **I.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

**Recolección de datos:** Acopio de datos en los ambientes naturales y cotidianos de los participantes o unidades de análisis (Hernández Sampieri et al., 2014)

##### **Instrumento**

##### **Cuestionario:**

En fenómenos sociales, tal vez el instrumento más utilizado para recolectar los datos es el cuestionario. Un cuestionario consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir (Chasteauneuf, 2009, citado por Hernández Sampieri et al., 2014)

##### **Técnica**

##### **Encuesta:**

La investigación no experimental es un parteaguas de varios estudios cuantitativos, como las encuestas de opinión, los estudios ex post-facto retrospectivos y prospectivos, etc. (Hernández Sampieri et al., 2014)

La investigación utilizó el instrumento de cuestionario y la técnica de la encuesta. Se seleccionó y se adoptó con el propósito de medir la atención al cliente como factor para mejorar la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, sector comercio: caso Restaurant Turístico La Rueda - Yarinacocha, 2019; basado en 23 preguntas con escala nominal con las alternativas de respuesta: Si y No; a excepción de las 4 primeras preguntas, ya que son preguntas filtro, con el objeto de reconocer la atención al cliente como factor de la gestión de calidad; de esa manera poder recolectar la información necesaria, para luego hacer una tabulación.

## **I.5 Plan de Análisis de Datos**

Para realizar el plan de análisis de la presente investigación mediante la confección de una base de datos, asimismo también para su posterior redacción se hizo uso de las siguientes herramientas:

- a)** Hojas de cálculo Excel.
- b)** Software SPSS.
- c)** Editor de textos de Microsoft Word.

La información que se obtuvo de la investigación fue ordenada mediante la confección de una base de datos en Excel, luego para los análisis estadísticos de las encuestas el Software (SPSS); finalmente, los resultados fueron tratados bajo el análisis descriptivo.

## I.6 Matriz de consistencia

**Tabla 2:** Matriz de consistencia de la investigación

Problema	Objetivos		Variables	Hipótesis	Metodología	Instrumento y Procedimientos
	Objetivo General	Objetivo Específico				
<p><b>Problema General</b></p> <p>¿Cómo influye el uso adecuado de la atención al cliente para mejorar la gestión de calidad en las micro y pequeña empresa, sector comercio: Restaurant Turístico La Rueda – Yarinacocha, 2019?</p> <p><b>Problemas Específicos</b></p> <p>1. ¿Qué relevancia tiene la atención al cliente en la mype del sector comercio: Restaurant Turístico La Rueda – Yarinacocha, 2019?</p> <p>2. ¿Cuáles son las características de la gestión de calidad en las mypes del sector comercio: Restaurant Turístico La Rueda – Yarinacocha 2019?</p>	<p>Determinar cómo influye el adecuado uso de la atención al cliente para mejorar la gestión de calidad en la micro y pequeña empresa, sector comercio: caso Restaurant Turístico La Rueda - Yarinacocha, 2019.</p>	<p>Identificar la atención al cliente de las micro y pequeñas empresas, sector comercio: caso Restaurant Turístico La Rueda - Yarinacocha, 2019</p> <p>Determinar cómo influye la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas, sector comercio: caso Restaurant Turístico La Rueda - Yarinacocha, 2019.</p>	<p>Val_01 Atención al Cliente</p> <p>Val_02 Gestión de Calidad</p>	<p><b>Hipotesis General</b></p> <p>Existe influencia en la atención al cliente para mejorar la gestión de calidad en la micro y pequeña empresa, sector comercio: caso Restaurant Turístico La Rueda -Yarinacocha, 2019.</p> <p><b>Hipotesis Especifica</b></p> <p>1. La relevancia que tiene la atención al cliente de las micro y pequeñas empresas, sector comercio: caso Restaurant Turístico La Rueda - Yarinacocha, 2019;</p> <p>2. Las características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, sector comercio: caso Restaurant Turístico La Rueda - Yarinacocha, 2019; son positivas.</p>	<p><b>Tipo:</b> Aplica con enfoque cuantitativo</p> <p><b>Nivel:</b> Descriptivo</p> <p><b>Diseño:</b> No experimental</p>	<p><b>Instrumento:</b> Cuestionario</p> <p><b>Técnica:</b> Encueta</p> <p><b>Población:</b> Conformado por 08 colaboradores del Restaurant Turístico La Rueda</p> <p><b>Muestra:</b> se ha determinado tomar el cien por ciento de la población estuvo conformada por 08 colaboradores del Restaurant Turístico La Rueda</p>

Fuente: Warren Cárdenas Gonzales.

## **I.7 Principios Éticos**

En el desarrollo del informe de investigación, se aplicó los principios éticos que orientan la investigación (Uladech Católica, 2019), anexada en el Código de Ética para la Investigación, bajo la Resolución N° 0973-2019-CU de la universidad.

**Protección a las personas:** En la presente investigación se recopiló información de la mype estudiada la cual se mantendrá en absoluta reserva para la tranquilidad del investigado.

**Cuidado del medio ambiente y la biodiversidad:** En cuanto al estudio realizado con la empresa, se evitó cualquier perjuicio que se produjera en el medio ambiente, plantas o animales, de la empresa investigada.

**Libre participación y derecho a estar informado:** Se les expresó de manera adecuada, con información actualizada a los encuestados, se respetó la decisión de los participantes, que no quisieran ser encuestados.

**Beneficencia no maleficencia:** La investigación afirmó el beneficio de las personas de la empresa que participaron en la investigación. En tal sentido, la conducta del investigador se consideró lo siguiente: no causo daño, disminuyo los posibles efectos adversos, maximizando los beneficios.

**Justicia.** – Debe de ejercerse juicio razonable, loable para asegurar que son seguros, limitaciones de sus capacidades y conocimientos, no deben buscar preferencias.

**Integridad científica:** En la presente investigación se presentó integridad o rectitud, debiendo enseñar lo aprendido en su ámbito profesional.

## V. RESULTADO DE LA INVESTIGACIÓN

### 5.1 Resultados

**Tabla 1.** Características de los colaboradores de la Micro y Pequeña empresa del sector comercio, caso restaurant turístico “LA RUEDA” - Yarinacocha, 2019.

Datos generales	N	%
<b>Edad</b>		
18-30 años	1	12.50
31-50 años	5	62.50
51 a más años	2	25.00
Total	8	100.00
<b>Género</b>		
Masculino	3	37.50
Femenino	5	62.50
Total	8	100.00
<b>Grado de Instrucción</b>		
Educación básica	3	37.50
Superior no universitaria (Técnico)	3	37.50
Superior universitaria	2	25.00
Total	8	100.00
<b>Cargo</b>		
Gerente	1	12.50
Administrador	2	25.00
Empleado	5	62.50
Total	8	100.00
<b>Permanencia en el cargo</b>		
4 a 6 años	3	37.50
7 a más años	5	62.50
Total	8	100.00

**Tabla 2** Características de la gestión de calidad en atención al cliente en la Micro y Pequeña empresa del sector comercio, caso restaurant turístico “LA RUEDA” - Yarinacocha, 2019.

Gestión de calidad en atención al cliente	N	%
<b>Calificación del ambiente del restaurant</b>		
Si	5	62.50
No	3	37.50
Total	8	100.00

La atención al cliente es de calidad		
Si	6	75.00
No	2	25.00
Total	8	100.00
Hay un speech establecido		
Si	1	12.50
No	7	87.50
Total	8	100.00
Atención Rápida		
Si	6	75.00
No	2	25.00
Total	8	100.00
El canal (los medios de venta), es óptimo		
Si	5	62.50
No	3	37.50
Total	8	100.00
La experiencia del cliente, es agradable		
Si	6	75.00
No	2	25.00
Total	8	100.00
Satisfacción del cliente con los productos		
Si	6	75.00
No	2	25.00
Total	8	100.00
Brindas un servicio de calidad		
Si	6	75.00
No	2	25.00
Total	8	100.00
Hay demoras en la atención		
Si	2	25.00
No	6	75.00
Total	8	100.00
Gestionan los recursos eficientemente		
Si	5	62.50
No	3	37.50
Total	8	100.00
Definen las prioridades para brindar una buena atención		
Si	4	50.00
No	4	50.00

Total	8	100.00
<hr/>		
Las acciones que ejecutas son planificadas		
Si	5	62.50
No	3	37.50
Total	8	100.00
<hr/>		
Tu ambiente de trabajo es el adecuado		
Si	4	50.00
No	4	50.00
Total	8	100.00
<hr/>		
Te capacitan sobre el trabajo que desempeñas		
Si	3	37.50
No	5	62.50
Total	8	100.00
<hr/>		
La empresa tiene certificaciones		
Si	6	75.00
No	2	25.00
Total	8	100.00
<hr/>		
Tienen establecido un FODA		
Si	0	00.00
No	8	100.00
Total	8	100.00
<hr/>		
Cuentan con estrategias frente a la competencia		
Si	0	00.00
No	8	100.00
Total	8	100.00
<hr/>		
Hay estrategias ofensivas y de supervivencia, frente a la competencia		
Si	0	00.00
No	8	100.00
Total	8	100.00

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los trabajadores de la Micro y Pequeña empresa del sector comercio: Caso Restaurant Turístico “La Rueda” - Yarinacocha, 2019

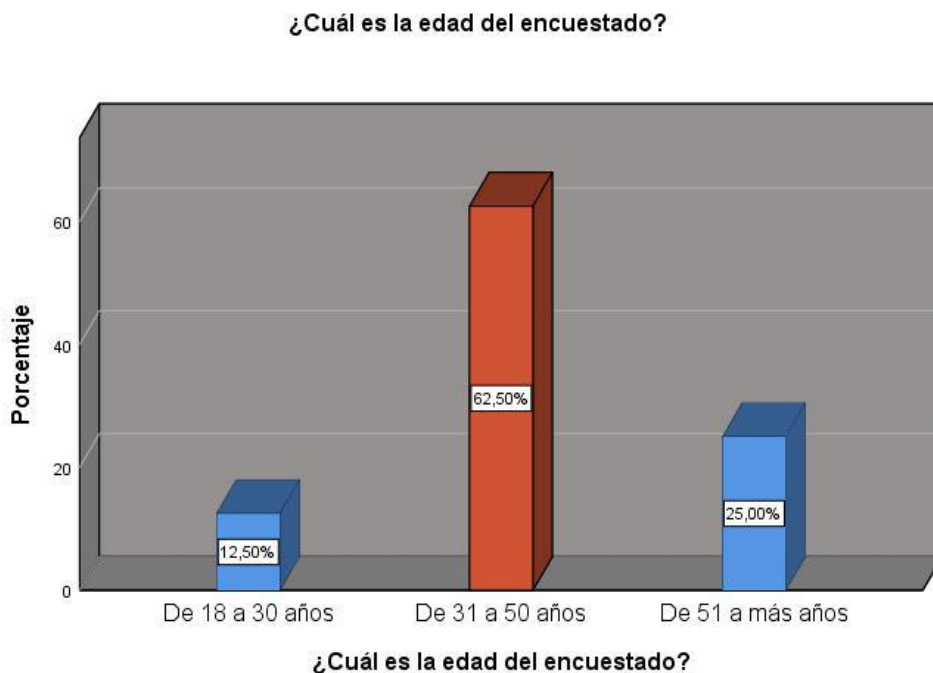
## A. Características del encuestado

**Tabla 3: ¿Cuál es la edad del encuestado?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido				
De 18 a 30 años	1	12,5	12,5	12,5
De 31 a 50 años	5	62,5	62,5	75,0
De 51 a más años	2	25,0	25,0	100,0
Total	8	100,0	100,0	

*Fuente: Información recopilada de la microempresa Restaurant Turístico La Rueda.*

**Figura 1: ¿Cuál es la edad del encuestado?**



*Fuente: Tabla 3*

### INTERPRETACIÓN:

Los resultados obtenidos del total de los encuestados se encuentran en un rango de edad entre 31 a 50 años que representa el 62.50%.

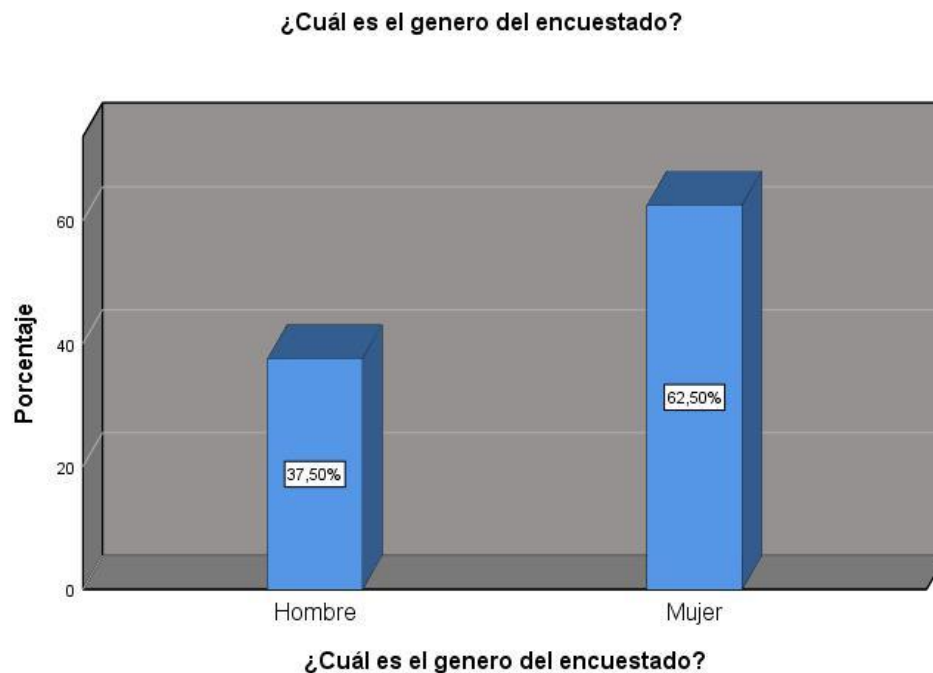


**Tabla 4: ¿Cuál es el género del encuestado?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Hombre	3	37,5	37,5	37,5
	Mujer	5	62,5	62,5	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

*Fuente: Información recopilada de la microempresa Restaurant Turístico La Rueda.*

**Figura 2: ¿Cuál es el género del encuestado?**



*Fuente: Tabla 4*

### **INTERPRETACIÓN:**

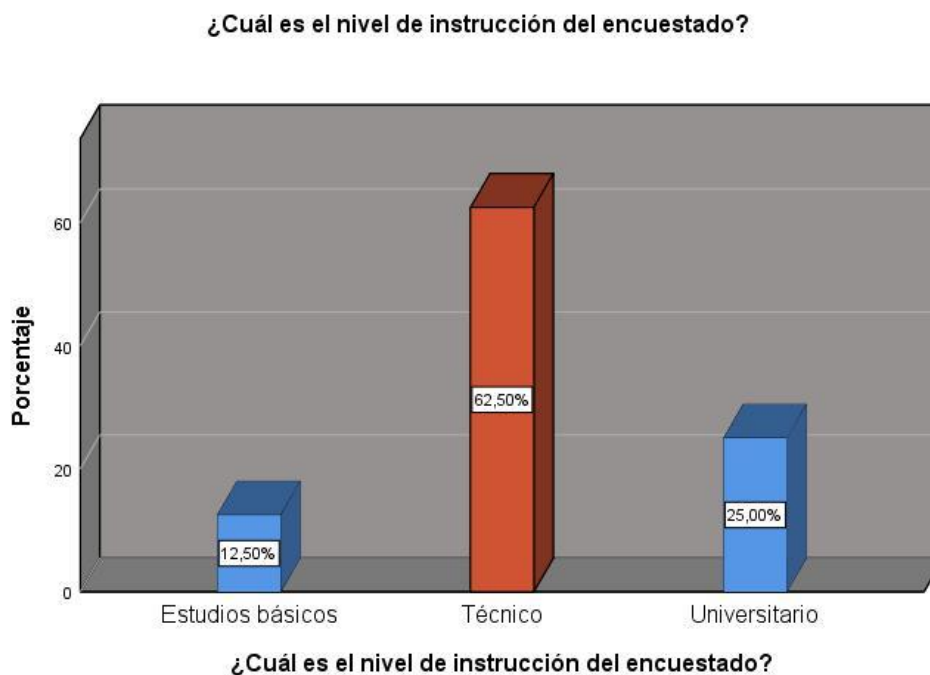
La investigación es relevante la que se involucren colaboradores de ambos géneros. Masculino: 37,50% y femenino de 62,50%.

**Tabla 5: ¿Cuál es el nivel de instrucción del encuestado?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Estudios básicos	3	37,5	37,5	37,5
	Técnico	3	37,5	37,5	75,0
	Universitario	2	25,0	25,0	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

*Fuente: Información recopilada de la microempresa Restaurant Turístico La Rueda.*

**Figura 3: ¿Cuál es el nivel de instrucción del encuestado?**



*Fuente: Tabla 5*

### **INTERPRETACIÓN:**

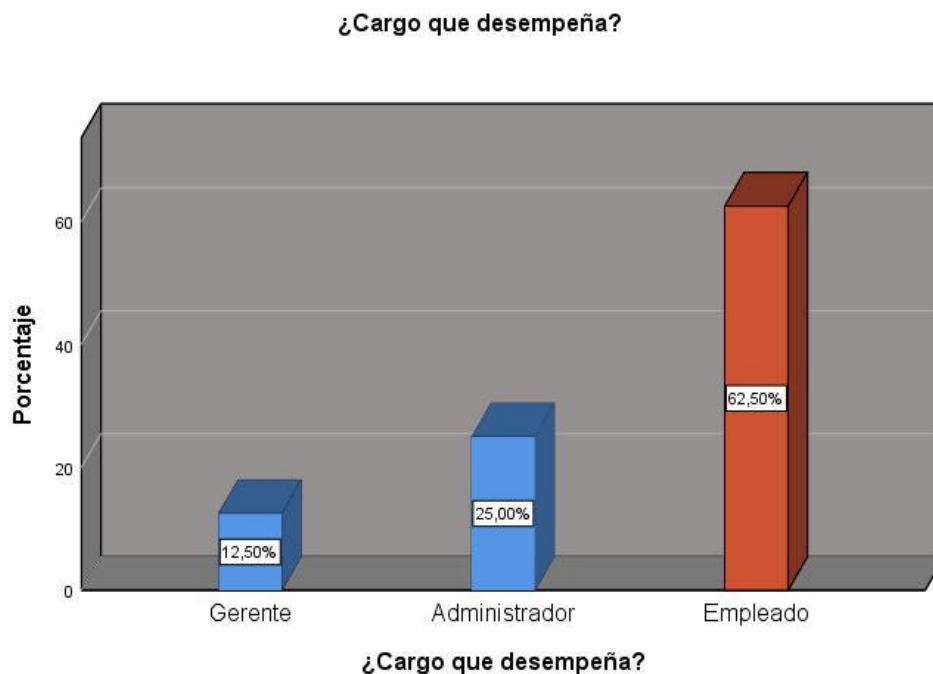
Del cien por ciento de los encuestados se caracterizan por tener un nivel de instrucción técnica: 62,50%, y por otro lado un 25% universitario y un 12.50% estudios básicos.

**Tabla 6: ¿Cargo que desempeña?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Gerente	1	12,5	12,5	12,5
	Administrador	2	25,0	25,0	37,5
	Empleado	5	62,5	62,5	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

*Fuente: Información recopilada de la microempresa Restaurant Turístico La Rueda.*

**Figura 4: ¿Cargo que desempeña?**



*Fuente: Tabla 6*

**INTERPRETACIÓN:**

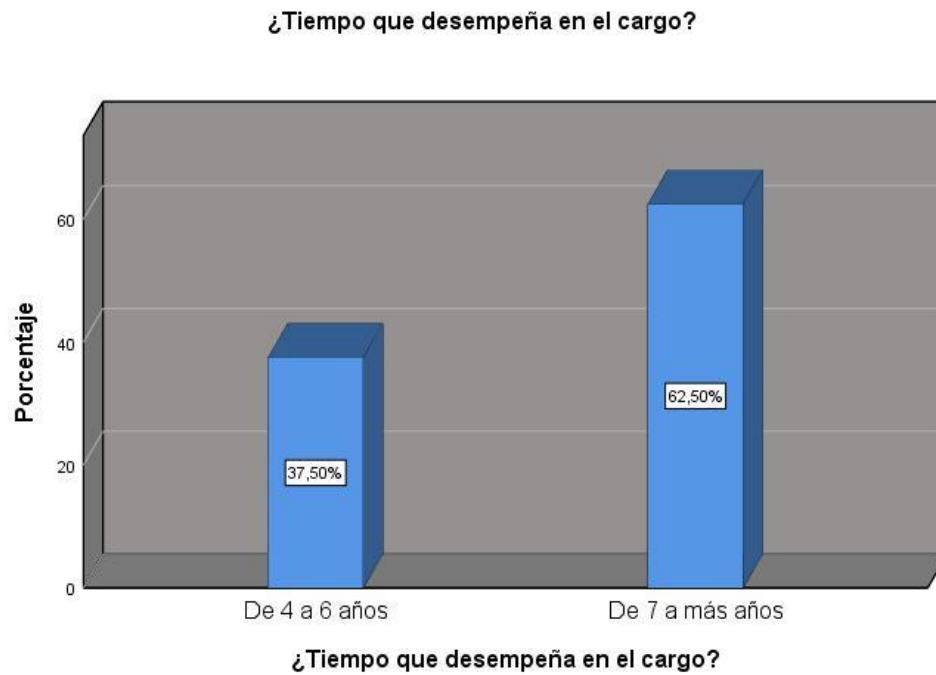
De acuerdo a los resultados obtenidos en la encuesta confirman desempeñar el cargo de empleado: 62.50% y por otro lado un 37.50% que lo conforman el gerente y administrador.

**Tabla 7: ¿Tiempo que desempeña en el cargo?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido				
De 4 a 6 años	3	37,5	37,5	37,5
De 7 a más años	5	62,5	62,5	100,0
Total	8	100,0	100,0	

*Fuente: Información recopilada de la microempresa Restaurant Turístico La Rueda*

**Figura 5: ¿Tiempo que desempeña en el cargo?**



*Fuente: Tabla 7*

### **INTERPRETACIÓN:**

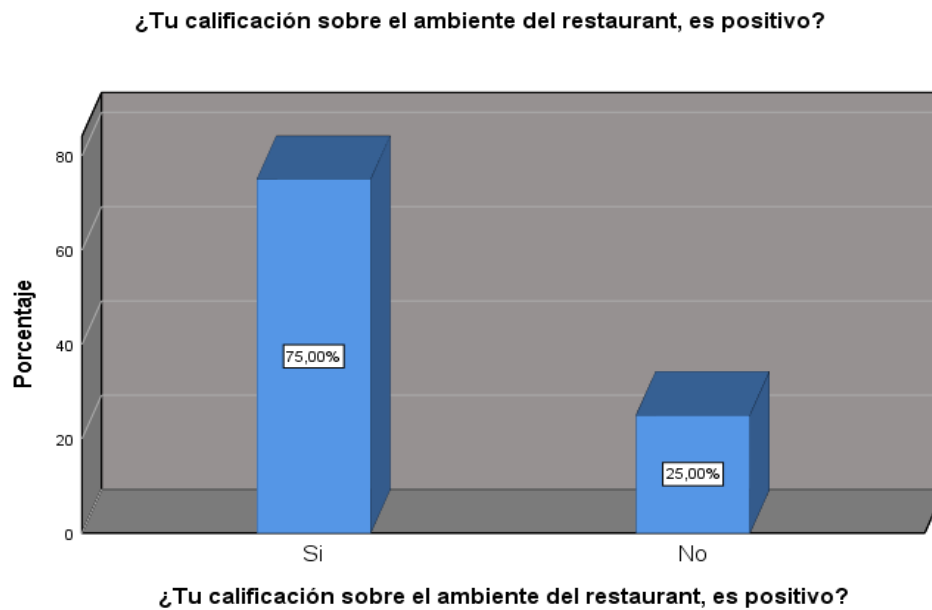
Sin embargo, los resultados indican que el 62.50% desempeña un tiempo considerable en el cargo y por otro lado un 37.50% tiene menos trayectoria.

**Tabla 8: ¿Tu calificación sobre el ambiente del restaurant, es positivo?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	6	75,0	75,0	75,0
	No	2	25,0	25,0	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

*Fuente: Información recopilada de la microempresa Restaurant Turístico La Rueda*

**Figura 6: ¿Tu calificación sobre el ambiente del restaurant, es positivo?**



*Fuente: Tabla 8*

### **INTERPRETACIÓN:**

Del 100% de los encuestados consideran que el ambiente del restaurant, es positivo:

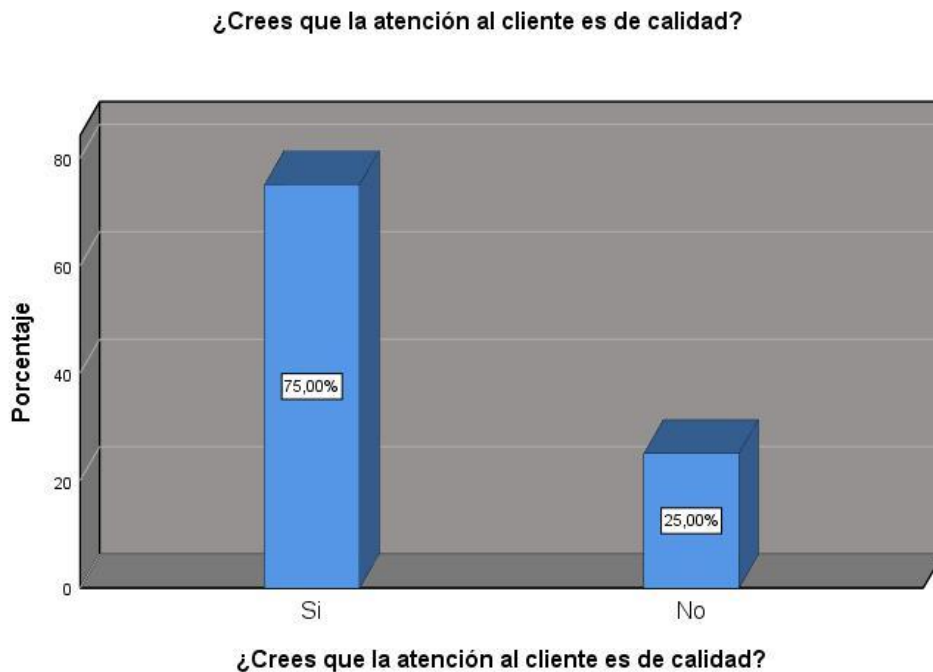
75.00% y por otro lado un 25.00% considera que tiene observaciones.

**Tabla 9: ¿Crees que la atención al cliente es de calidad?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	6	75,0	75,0	75,0
	No	2	25,0	25,0	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

*Fuente: Información recopilada de la microempresa Restaurant Turístico La Rueda*

**Figura 7: ¿Crees que la atención al cliente es de calidad?**



*Fuente: Tabla 9*

### **INTERPRETACIÓN:**

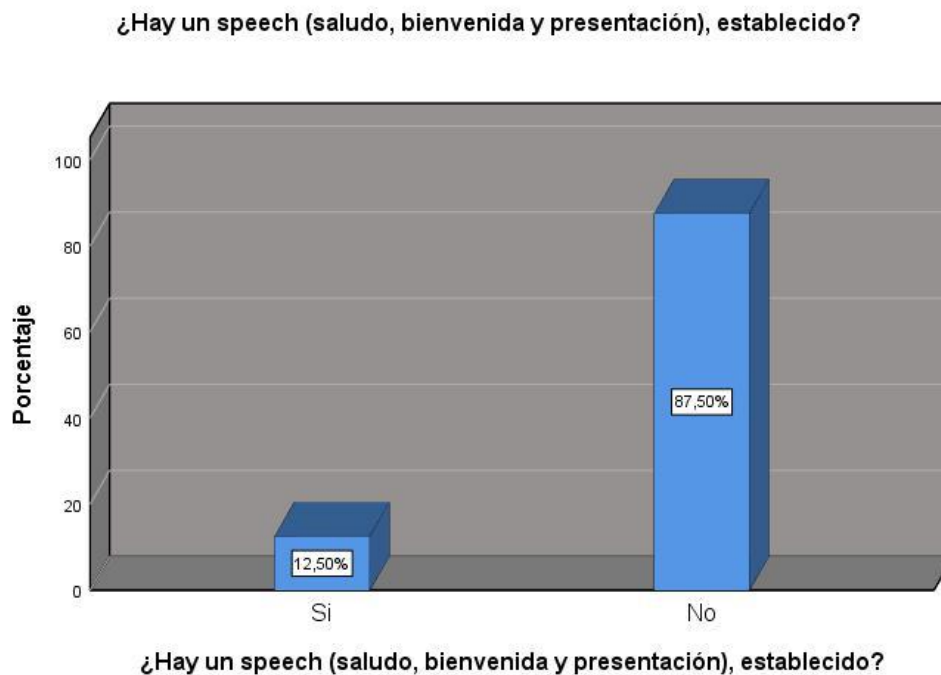
El total de los encuestados indico que tiene una atención de calidad: 75% y por otra parte un 25% considera que tiene reclamos.

**Tabla 10: ¿Hay un speech (saludo, bienvenida y presentación), establecido?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	1	12,5	12,5	12,5
	No	7	87,5	87,5	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

*Fuente: Información recopilada de la microempresa Restaurant Turístico La Rueda*

**Figura 8: ¿Hay un speech (saludo, bienvenida y presentación), establecido?**



*Fuente: Tabla 10*

### **INTERPRETACIÓN:**

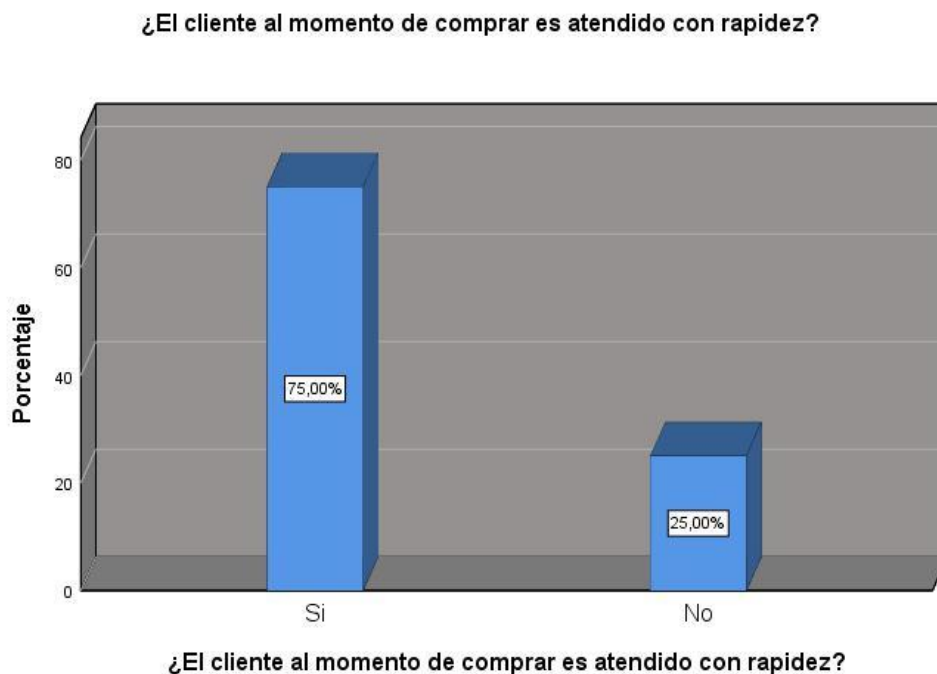
Los resultados obtenidos de los encuestados destacan que la mayoría desconocen de un saludo de bienvenida: 87.50% y por el contrario un 12.50% afirma tenerlo en práctica.

**Tabla 11: ¿El cliente al momento de comprar es atendido con rapidez?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	6	75,0	75,0	75,0
	No	2	25,0	25,0	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

*Fuente: Información recopilada de la microempresa Restaurant Turístico La Rueda*

**Figura 9: ¿El cliente al momento de comprar es atendido con rapidez?**



*Fuente: Tabla 11*

### **INTERPRETACIÓN:**

En el 75% de los colaboradores encuestados indico que atiende con rapidez y por otra parte un 25% tiene demoras en atención.

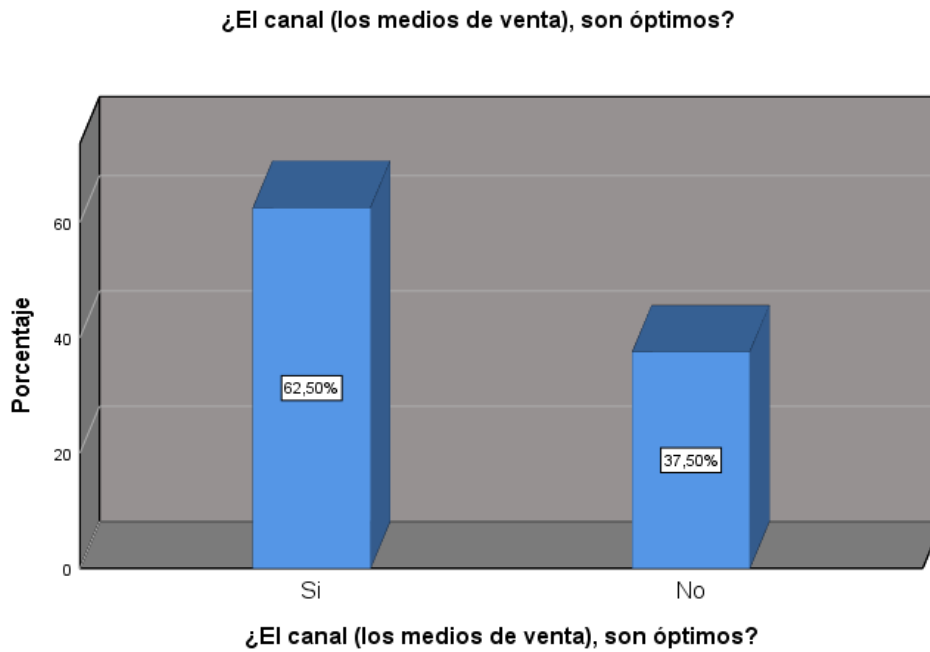


**Tabla 12: ¿El canal (los medios de venta), son óptimos?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	5	62,5	62,5	62,5
	No	3	37,5	37,5	100,0
Total		8	100,0	100,0	

*Fuente: Información recopilada de la microempresa Restaurant Turístico La Rueda*

**Figura 10: ¿El canal (los medios de venta), son óptimos?**



*Fuente: Tabla 12*

**INTERPRETACIÓN:**

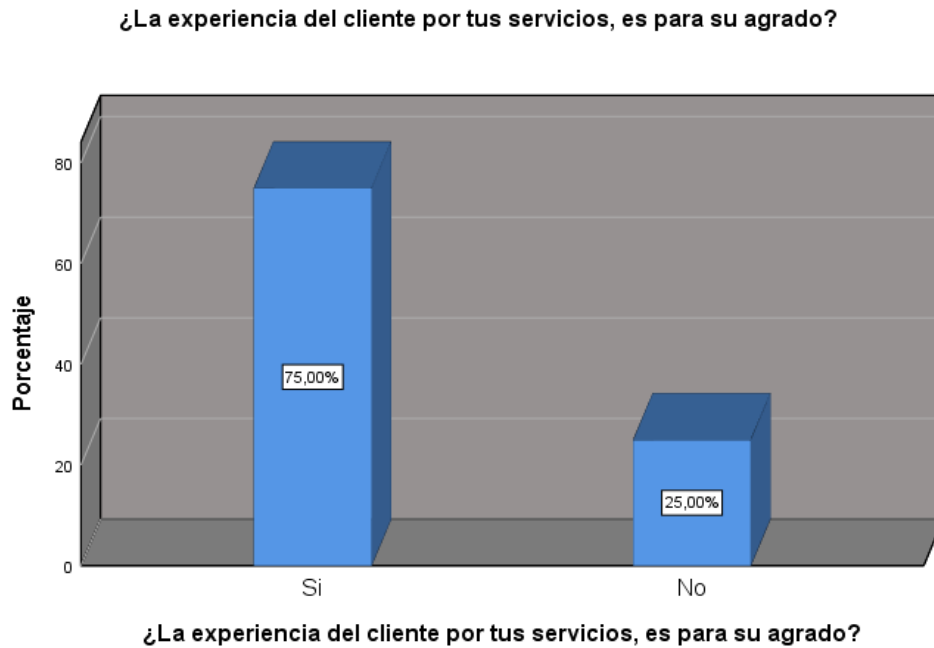
Existe un 62.50% en los encuestados que optimizan sus canales de ventas, ya que dominan sus canales entre ellos las redes sociales y por otro lado un 37.50% no optimizan porque consideran que es función del microempresario actualizar sus canales.

**Tabla 13: ¿La experiencia del cliente por tus servicios, es para su agrado?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	6	75,00	75,00	75,00
	No	2	25,00	25,00	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

*Fuente: Información recopilada de la microempresa Restaurant Turístico La Rueda*

**Figura 11: ¿La experiencia del cliente por tus servicios, es para su agrado?**



*Fuente: Tabla 13*

### **INTERPRETACIÓN:**

Como indican los resultados de la encuesta existe una aceptación por parte de la experiencia del cliente por los servicios que es de su agrado lo hace notar en el incremento de las ventas lo representa un 75.00% y por otro lado un 25.00 % considera que el cliente no tiene fidelidad por los servicios.

**Tabla 14: ¿El cliente manifiesta satisfacción sobre la calidad de los productos?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	6	75,0	75,0	75,0
	No	2	25,0	25,0	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

*Fuente: Información recopilada de la microempresa Restaurant Turístico La Rueda*

**Figura 12: ¿El cliente manifiesta satisfacción sobre la calidad de los productos?**



*Fuente: Tabla 14*

### **INTERPRETACIÓN:**

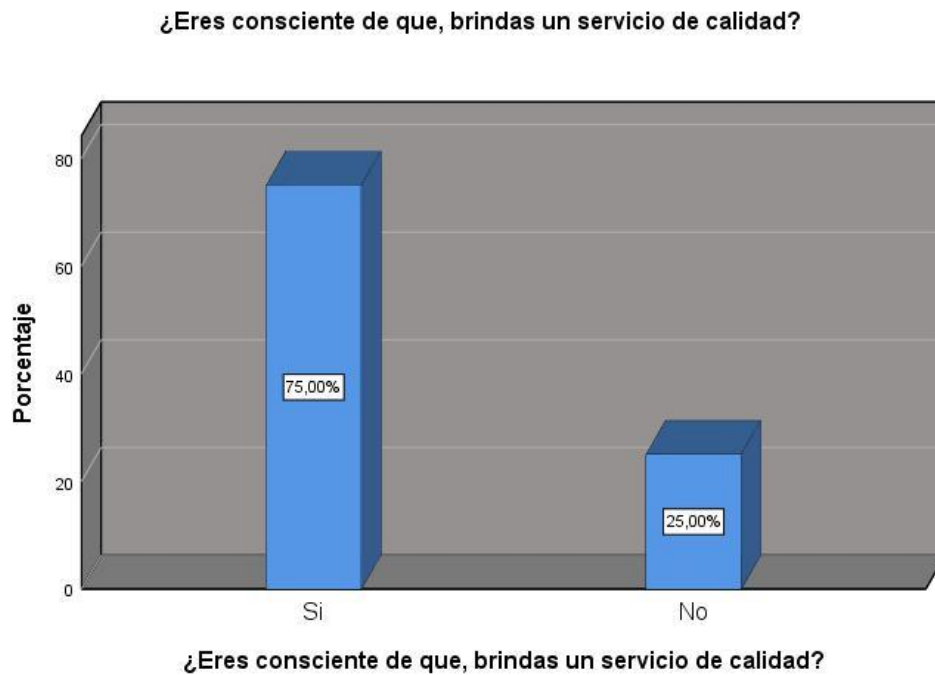
Los resultados obtenidos corroboran que 100% de los encuestados conocen las exigencias de sus clientes de acuerdo a sus necesidades lo representa un 75% y por otra parte un 25% considera que el cliente es muy voluble con los productos.

**Tabla 15: ¿Eres consciente de que, brindas un servicio de calidad?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	6	75,0	75,0	75,0
	No	2	25,0	25,0	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

*Fuente: Información recopilada de la microempresa Restaurant Turístico La Rueda*

**Figura 13: ¿Eres consciente de que, brindas un servicio de calidad?**



*Fuente: Tabla 15*

**INTERPRETACIÓN:**

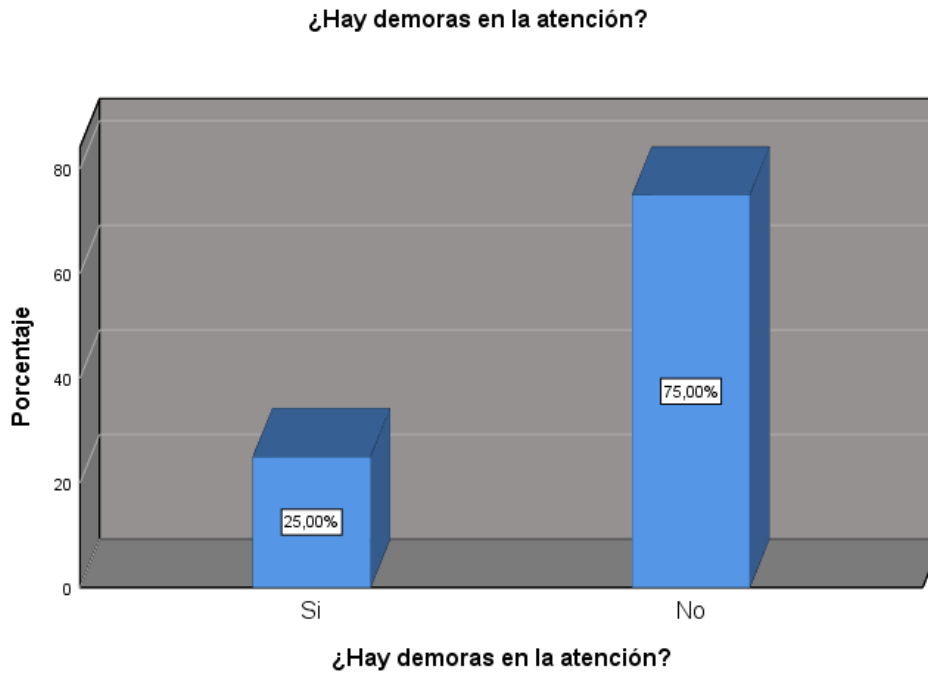
Del 100% de los encuestados una característica importante es que el 75% tienen el compromiso de brindar un servicio de calidad y por otro lado un 25% no se encuentra involucrado en brindar un servicio acorde a las necesidades de sus clientes.

**Tabla 16: ¿Hay demoras en la atención?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	2	25,00	25,00	25,00
	No	6	75,00	75,00	100,00
	Total	8	100,0	100,0	

*Fuente: Información recopilada de la microempresa Restaurant Turístico La Rueda*

**Figura 14: ¿Hay demoras en la atención?**



*Fuente: Tabla 16*

**INTERPRETACIÓN:**

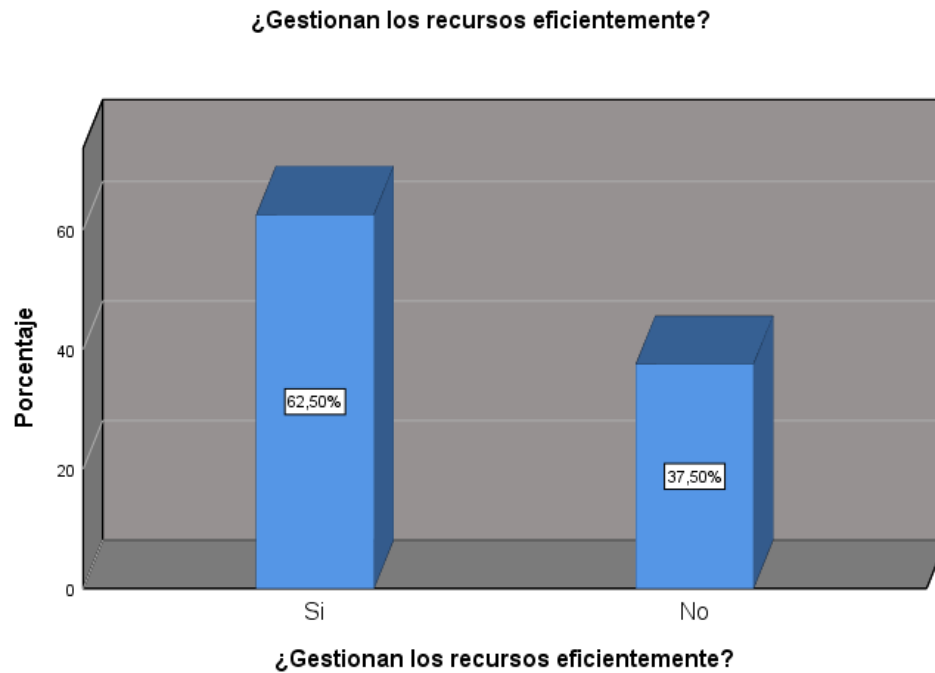
Los resultados obtenidos del 100% de los encuestados asumen que no hay demoras en atención: 75.00% y por otra parte un 25% considera que no cumplen la atención adecuada.

**Tabla 17: ¿Gestionan los recursos eficientemente?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	5	62,5	62,5	62,5
	No	3	37,5	37,5	100,0
Total		8	100,0	100,0	

*Fuente: Información recopilada de la microempresa Restaurant Turístico La Rueda*

**Figura 15: ¿Gestionan los recursos eficientemente?**



*Fuente: Tabla 17*

### **INTERPRETACIÓN:**

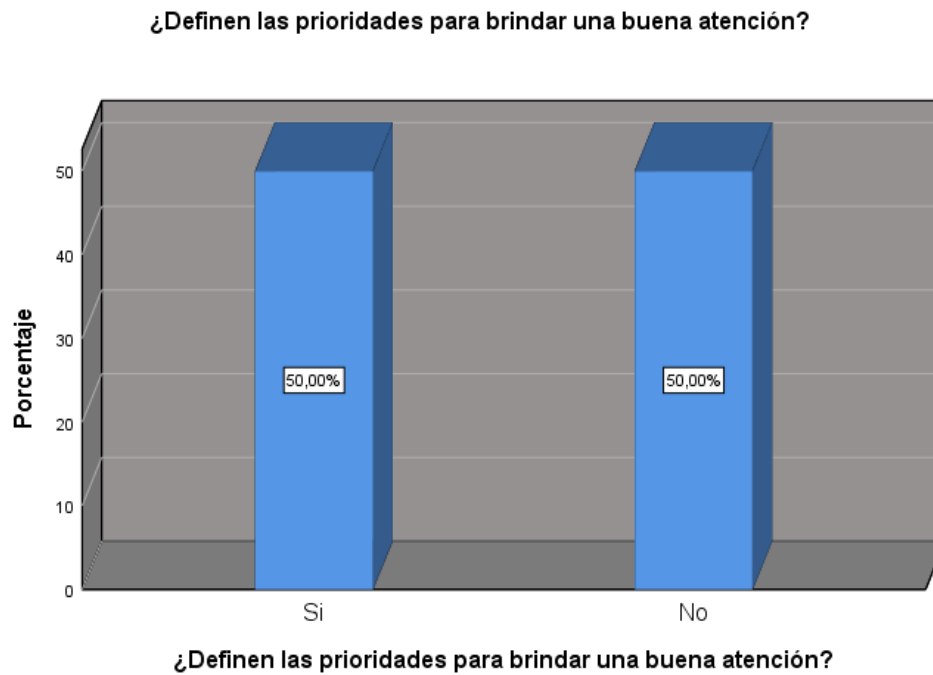
Del 100% de los encuestados indica que gestionan los recursos eficientemente que lo representa un 62.50% y por otro lado un 37.50% considera que falta delegar funciones para las gestiones sean más eficientes.

**Tabla 18: ¿Definen las prioridades para brindar una buena atención?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	4	50,0	50,0	50,0
	No	4	50,0	50,0	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

*Fuente: Información recopilada de la microempresa Restaurant Turístico La Rueda*

**Figura 16: ¿Definen las prioridades para brindar una buena atención?**



*Fuente: Tabla 18*

### **INTERPRETACIÓN:**

Como resultados obtenidos de la encuesta definen las prioridades para brindar una buena atención lo representa un 50.00% y por otra parte un 50.00% considera que hay poca coordinación con respecto a prioridades de atención.

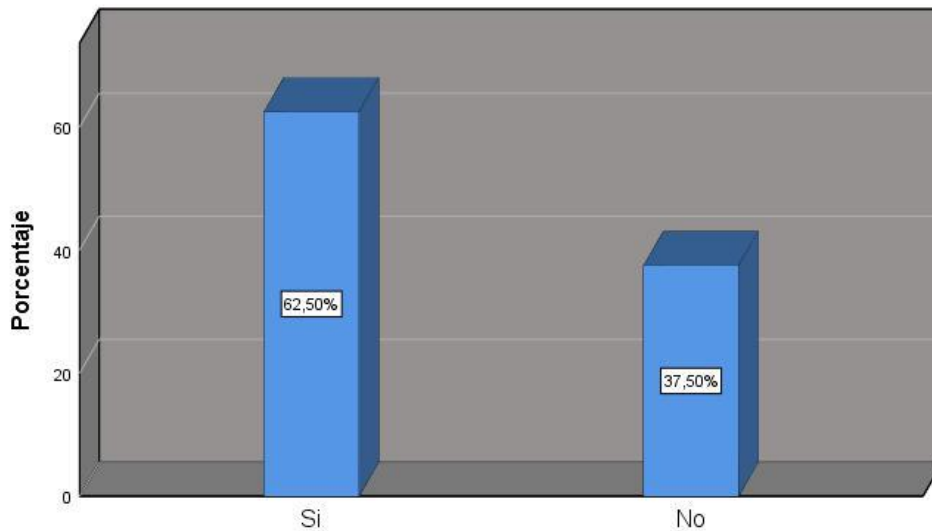
**Tabla 19: ¿Las acciones que ejecutas son planificadas?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	5	62,5	62,5	62,5
	No	3	37,5	37,5	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

*Fuente: Información recopilada de la microempresa Restaurant Turístico La Rueda*

**Figura 17: ¿Las acciones que ejecutas son planificadas?**

¿Las acciones que ejecutas son planificadas?



¿Las acciones que ejecutas son planificadas?

*Fuente: Tabla 19*

### **INTERPRETACIÓN:**

Del resultado obtenidos del 100% de los encuestados considera que sus acciones que ejecutan son planificadas: 62.50% y por otro lado un 37.50% indican que día a día es una rutina.

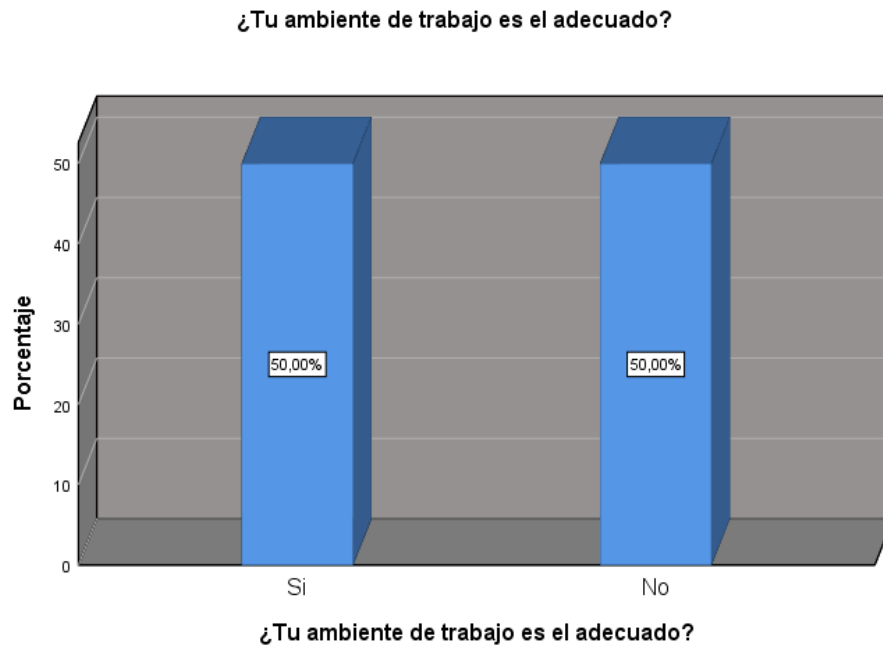


**Tabla 20: ¿Tu ambiente de trabajo es el adecuado?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	4	50,0	50,0	50,0
	No	4	50,0	50,0	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

*Fuente: Información recopilada de la microempresa Restaurant Turístico La Rueda*

**Figura 18: ¿Tu ambiente de trabajo es el adecuado?**



*Fuente: Tabla 20*

**INTERPRETACIÓN:**

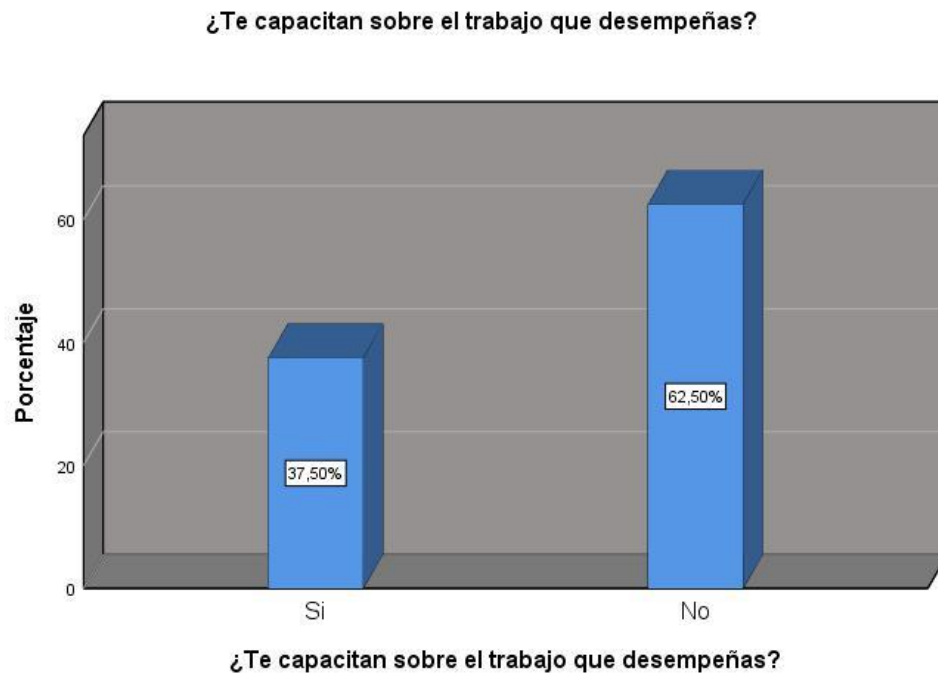
Respecto al ambiente de trabajo se obtiene como resultado que si es adecuado: 50.00% y por otra parte un 50.00% no está cómodo en su ambiente trabajo por los constantes cambios en sus funciones de actividades.

**Tabla 21: ¿Te capacitan sobre el trabajo que desempeñas?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	3	37,5	37,5	37,5
	No	5	62,5	62,5	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

*Fuente: Información recopilada de la microempresa Restaurant Turístico La Rueda*

**Figura 19: ¿Te capacitan sobre el trabajo que desempeñas?**



*Fuente: Tabla 21*

### **INTERPRETACIÓN:**

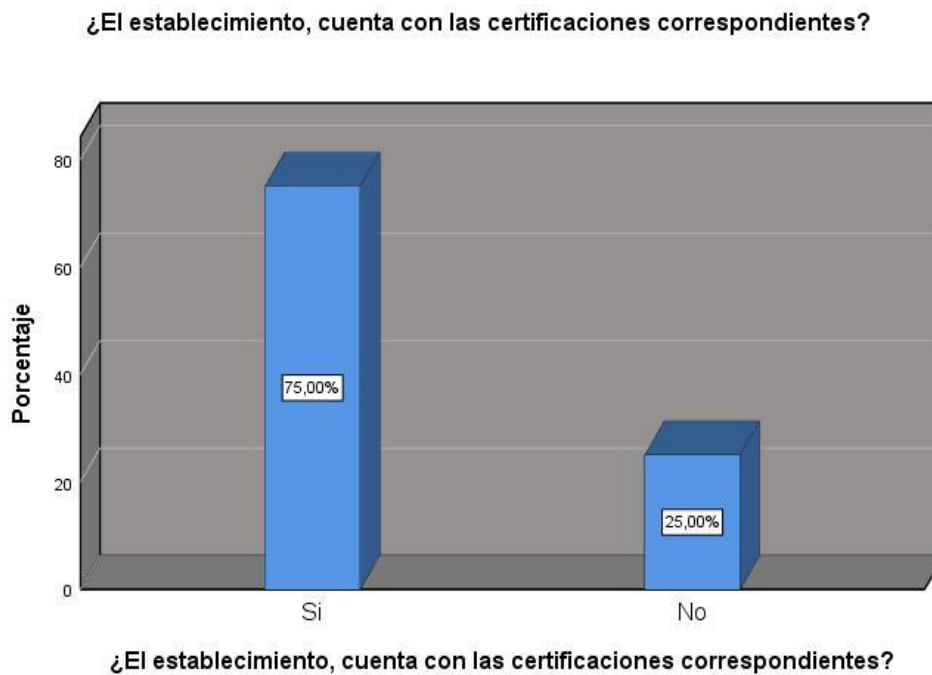
Del 100% de los encuestados indica que no tiene capacitación sobre el trabajo que desempeña: 62.50% y por otra parte el 37.50% si tiene conocimiento por cursos virtuales.

**Tabla 22: ¿El establecimiento, cuenta con las certificaciones correspondientes?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	6	75,0	75,0	75,0
	No	2	25,0	25,0	100,0
Total		8	100,0	100,0	

*Fuente: Información recopilada de la microempresa Restaurant Turístico La Rueda*

**Figura 20: ¿El establecimiento, cuenta con las certificaciones correspondientes?**



*Fuente: Tabla 22*

### **INTERPRETACIÓN:**

En el 100% de los encuestados considera que el establecimiento, cuenta con las certificaciones correspondientes:75% y por otra parte un 25% indica que hay certificaciones que renovar.

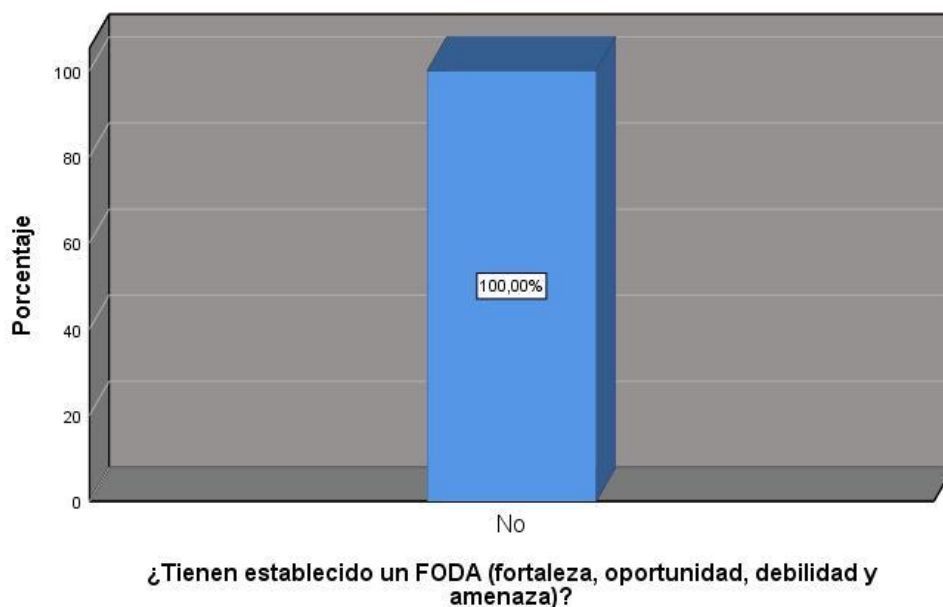
**Tabla 23: ¿Tienen establecido un FODA (fortaleza, oportunidad, debilidad y amenaza)?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	8	100,0	100,0	100,0

*Fuente: Información recopilada de la microempresa Restaurant Turístico La Rueda*

**Figura 21: ¿Tienen establecido un FODA (fortaleza, oportunidades, debilidades y amenaza)?**

¿Tienen establecido un FODA (fortaleza, oportunidad, debilidad y amenaza)?



*Fuente: Tabla 23*

**INTERPRETACIÓN:**

Por unanimidad los colaboradores encuestados indican que no tienen un FODA establecido: 100%.

**Tabla 24: ¿Cuentan con estrategias adaptativas y defensivas frente a la competencia?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	8	100,0	100,0	100,0

*Fuente: Información recopilada de la microempresa Restaurant Turístico La Rueda*

**Figura 22: ¿Cuentan con estrategias adaptativas y defensivas frente a la competencia?**



*Fuente: Tabla 24*

### **INTERPRETACIÓN:**

Por unanimidad los colaboradores encuestados indican que no tienen estrategias adaptativas y defensivas frente a la competencia: 100%.

**Tabla 25: ¿Hay estrategias ofensivas y de supervivencia, frente a la competencia?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	8	100,0	100,0	100,0

*Fuente: Información recopilada de la microempresa Restaurant Turístico La Rueda*

**Figura 23: ¿Hay estrategias ofensivas y de supervivencia, frente a la competencia?**



¿Hay estrategias ofensivas y de supervivencia, frente a la competencia?

*Fuente: Tabla 25*

### **INTERPRETACIÓN:**

Por unanimidad los colaboradores encuestados consideran que no tienen estrategias ofensivas y supervivencia, frente a la competencia: 100%.

## **1. Análisis de Resultados**

Referente al objetivo específico 1: Identificar cómo influye el adecuado uso de la Atención al cliente de las micro y pequeñas empresas, Sector Comercio: caso empresa Restaurant Turístico La Rueda - Yarinacocha, 2019.

### **Tu calificación sobre el ambiente del restaurant, es positivo:**

Del estudio realizado describe la calificación sobre el ambiente del restaurant, se ha encontrado que la mayoría de los colaboradores califican que el ambiente de restaurant, es positivo 75.00% pero tienen algunas áreas que mejorar lo representa un 25.00% estos resultados son parcialmente similares se halla en la investigación de Villalba (2016), quien manifestó la situación actual del establecimiento, con respecto a la calificación sobre el ambiente tanto interno como externo. Permitiendo así, establecer las posibles soluciones a los problemas encontrados. (Tabla 8)

### **Crees que la atención al cliente es de calidad:**

Por lo general los colaboradores consideran que la atención al cliente es de calidad lo representa un 75% y un 25% considera que tiene reclamos resultados que coinciden con Sánchez (2017), quien indicó con base a la evaluación 360° se determinó que los colaboradores comprenden las expectativas de los clientes, debido a que tienen una relación directa y permanente con ellos. Mientras que los directivos no. (Tabla 9)

### **Hay un speech (saludo bienvenida y presentación), establecido:**

De los colaboradores encuestados, el 87.50% considera que no tienen una presentación establecida de bienvenida, mientras que el 12.50% consideran que saludan con gentileza y lo conducen a la mesa. Resultado discrepante con Cano (2017), quien indicó que

el nivel de atención al cliente es excelente, el 72% afirma que el nivel de satisfacción es excelente, Sí existe relación entre las variables dado la prueba chi-cuadrado de 71.058 que es mayor a 9.490. (Tabla10)

### **El cliente al momento de comprar es atendido con rapidez:**

De los colaboradores encuestados, el 75% consideró que el personal atiende con rapidez y tiene buena presentación, mientras que el 25% mencionan que los personales tienen demoras en atención. Resultado discrepante con López (2018), quien indico que, la organización presentaba falencias graves en aspectos de planificación para el sistema de gestión de calidad como consecuencia del recién inicio en el desarrollo del mismo y de la falta de conocimiento tanto de directivas como de trabajadores, por otro lado en cuestiones de evaluación del desempeño de la prestación del servicio y liderazgo se evidenció poco progreso, en cuanto a que no se identificaron métodos específicos de evaluación ni los medios para obtenerla. (Tabla 11)

### **El canal (los medios de venta), son óptimos:**

El 100 % de los encuestados considera que los canales son óptimos y es un medio clave y decisivo lo representa un 62.50% y por otro lado un 37.50% consideran que el canal no es el óptimo, resultado que coinciden con Del águila (2017), como resultado, el 100% de las Mypes utiliza la tecnología de las redes sociales para ofrecer sus servicios por su rapidez y sencillez, la gestión de calidad en el sector hoteles ecológicos es la satisfacción de las necesidades y expectativas de los clientes. (Tabla 12)



### **El cliente manifiesta satisfacción sobre la calidad de los productos:**

Del total de los colaboradores encuestados, el 75% de considera la satisfacción sobre la calidad de los productos y un 25% indica que desconoce el impacto de los productos, resultado que coincide con Arhuis & Campos (2016), quien indico que la calidad de servicio influye directamente en la satisfacción de los clientes de la Empresa Automotriz San Cristóbal, es decir el 82.2 % de la variación de la satisfacción XVI del cliente esta explicado por la calidad del servicio el resto está explicado por otras variables no estudiadas.(Tabla 14)

*Referente al objetivo específico 2: Determinar cómo influye la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas, sector comercio: caso Restaurant Turístico La Rueda-Yarinacohca, 2019.*

### **Definen las prioridades para brindar una buena atención:**

De los colaboradores encuestados, el 50.00% considera que generalmente definen las prioridades para brindar una buena atención, mientras que 50.00% consideran que no definen las prioridades para brindar una buena atención. Resultado cercano de Ojanama (2018), quien manifestó la gestión de calidad se puede observar que tienen poniendo en conocimiento sobre técnicas de gestión empresarial, utilizando documentos de gestión como lo es el plan de trabajo, aprecian buenos resultados al utilizar un sistema de gestión de calidad, definen muy bien su estructura organizativa, dejando de lado muchas veces la satisfacción de los usuarios; la satisfacción de los clientes se puede observar que

consideran importante realizar promociones de ventas para obtener nuevos usuarios y mantenerlo satisfechos.(Tabla 18)

### **Las acciones que ejecutas son planificadas:**

Del total de los colaboradores encuestados, el 62.50% ejecutan acciones planificadas, mientras que el 37.50% no cuenta con una planificación de actividades. Resultado discrepante con Sandoval (2018), quien manifestó que existe relación entre el sistema de gestión de la calidad y la atención al cliente en los empleados y clientes en el restaurant El Gourmet Urbano en el distrito de San Isidro. El estudio comprueba que el nivel del sistema de gestión de la calidad en los empleados es malo en la devolución del servicio, insatisfacción del cliente y rotación de clientes. (Tabla 19)

### **Te capacitan sobre el trabajo que desempeñas:**

De los colaboradores encuestados, 62.50% manifiestan de no recibir capacitación sobre el trabajo que desempeñan y por otro lado un 37.50% que si cuentan con capacitaciones por cursos virtuales. Resultados discrepantes con López (2018), quien manifestó que evidencio la falta de capacitación y motivación de parte de la empresa hacia el personal. Una vez conocido los hallazgos principales, se propone programas de capacitación y de calidad dirigidas al personal de servicio y con esto crear una ventaja competitiva dentro de la empresa. (Tabla 21)

### **Tienen establecido un FODA:**

Del 100% de los colaboradores encuestados por unanimidad indicaron que no tienen establecido un FODA. Resultado cercano de Burgos (2017), quien indico la

organización presentaba falencias graves en aspectos de planificación para el sistema de gestión de calidad como consecuencia del recién inicio en el desarrollo del mismo y de la falta de conocimiento tanto de directivas como de trabajadores, por otro lado en cuestiones de evaluación del desempeño de la prestación del servicio y liderazgo se evidenció poco progreso, en cuanto a que no se identificaron métodos específicos de evaluación ni los medios para obtenerla.(Tabla 23)

## **6 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **6.1 Conclusiones**

Producto de la investigación realizada, se encontró una gestión que permite tener buenas expectativas en el mercado. Sin embargo, al desarrollar la investigación encontramos que la falta de conocimiento encontrado al rotar al personal en puestos nuevos creando disconformidad y falta de conocimiento al desarrollar nuevas funciones.

Un hallazgo importante, es que la gerencia toma decisiones sin argumentos técnicos, lo que podría arriesgar su participación a futuro en el mercado.

En atención al cliente, destaca la impactante y moderna infraestructura que constituye un factor diferencial entre ellas, atendiendo el segmento de mercado elegido, el cual acontece de un estudio de mercado a inicio del negocio.

Finalmente, se puede concluir que existe un enfoque en el cliente, porque buscan satisfacer sus necesidades de distracción y bienestar. Sin embargo, el poco conocimiento de gestión se evidencia en la falta de protocolos para recibir sugerencias y atender reclamos y realizar acciones de retroalimentación del cliente para conocer su nivel de satisfacción y nuevas expectativas.

## 6.2 Recomendaciones

Las sugerencias que brindamos son oportunidades de mejora para alcanzar una gestión empresarial eficaz.

- Se sugiere el diseñar y publicar para toda su organización el organigrama y elaborar un reglamento interno. También elaborar un protocolo de atención, entre otros, dinamizando las operaciones y la autoridad en la organización.
- Gestionar capacitaciones, para una administración con uso de herramientas que permita realizar la toma de decisiones de manera adecuada.
- Diseñar la misión y visión de la empresa para enfocarnos hacia donde queremos llegar y como pretendemos llegar.
- Elaborar un plan de capacitación anual en atención al cliente para el personal y evaluar el nivel de servicio con indicadores establecidos.

Muy importante y estratégico es la medición de satisfacción del cliente, el cual retroalimentará el servicio que se efectúa, además diseñar planes de mejora de manera continua.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arhuis, F., & Campos, A. (2016). *Infuencia de la calidad de servicio en la satisfacción de los clientes de la empresa automotriz san cristobal*. Tesis de licenciatura, Universidad Nacional del Centro del Perú, Facultad de ciencias de la administración, Huancayo.
- Barros, M. (29 de Marzo de 2018). *5 estrategias para aumentar la conversión mejorando la experiancia del cliente*. Obtenido de Jimdo: <https://www.jimdo.com/es/2018/03/29/5-estrategias-para-aumentar-la-conversi%C3%B3n-mejorando-la-experiencia-del-cliente/>
- Burgos, D. (2017). *Desarrollo del sistema de gestión de calidad en el restaurante - Bar Ouzo Agave Azul S.A.S. Bajo los lineamientos de la norma ISO 9001:2015 y la norma técnica colombiana NTS-USNA 008*. Universidad Libre de Colombia, Departamento de Ingeniería Industrial, Bogotá.
- Cano, D. (2017). *Gestión de calidad de la atención al cliente y la satisfacción en la micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes: caso restaurante la rinconada*. Tesis de maestría en administración, Universidad Católica los Angeles de Chimbote, Facultad de ciencias contables, financieras y administrativas, Huarmey.
- Chimbote, U. C. (16 de Agosto de 2019). *Codigo de ética para la investigación*.  
  
*Obtenido de Versión 002:*  
  
<https://www.uladech.edu.pe/images/stories/universidad/documentos/2019/codigo-de-etica-para-la-investigacion-v002.pdf>
- Colombia, U. C. (19 de Julio de 2019). *Sistema de Gestión Integral*. Obtenido de <https://www.ucc.edu.co/sistema-gestion-integral/Paginas/inicio.aspx>
- Corrales, J. (2 de Agosto de 2019). *El servicio al cliente es uno de los pilares de la rentabilidad y el posicionamiento de cualquier negocio, pues se centra de manera directa en la satisfacción de los comsumidores y en la optimización de su experiencia e interacción con una marca*. Obtenido de *Servicio al cliente: ¿que es y por qué es un pilar de las empresas exitosas?:* <https://rockcontent.com/es/blog/servicio-al-cliente/>

- Del aguila, M. (2017). Gestión bajo el enfoque de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, rubro hoteles ecologicos. Tesis de licenciatura, Universidad Católica Los Angeles de Chimbote, Facultad ciencias contables, fiancieras y administrativas, Pucallpa.*
- Espinoza, R. (29 de Julio de 2020). La matriz de analisis DAFO(FODA). Obtenido de Marketing Strategist CEO espinoza:  
<https://robertoespinosa.es/2013/07/29/la-matriz-de-analisis-dafo-foda>*
- Estela, M. (3 de Agosto de 2020). Concepto.de. Obtenido de Servicio al cliente:  
<https://concepto.de/servicio-al-cliente/>*
- Estela, M. (23 de Julio de 2020). Gestión de calidad. Obtenido de Concepto.de:  
<https://concepto.de/gestion-de-calidad/>*
- Gaviria, A. (2018). Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente, sector servicios, cluster restaurant turístico, distrito de yarinacocha. Tesis de licenciatura, Universidad Católica Los Angeles de Chimbote, Facultad de ciencias contables, financieras y administrativas, Pucallpa.*
- Guzman, A. (2018). Gestión de las mypes del sector restaurantes ubicados en el jr.salaverry cuadras 1-5 del distrito de calleria. Tesis de bachillerato, Universidad Privada de Pucallpa, Facultad de ciencias contables y administrativas, Pucallpa.*
- Hernández, R., Fernández, C., & Batista, P. (04 de Enero de 2014). Metodología de la investigación. Obtenido de Mc Graw Hill Education:  
<http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>*
- Laulate, R. (2018). La gestión y la calidad del servicio del banco internacional del Perú. Tesis de licenciatura, Universidad Nacional de Ucayali, Facultad de ciencias económicas, administrativas y contables, Pucallpa.*
- López, D., & Gutiérrez, G. (2018). Calidad de servicio y la satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's. Tesis de maestria, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Sistema de posgrado maestria en administración de empresas, Guayaquil.*

- Martínez, R. (2016). Calidad de servicio y satisfacción del cliente en restaurantes de comida marina de chimbote. Tesis licenciatura, Universidad Católica de Chimbote, Facultad de ciencias contables, financieras y administrativas, Chimbote.*
- Ojanama, H. (2018). Gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente en las mypes del sector servicios, rubro transporte terrestre de pasajeros, ruta pucallpa- aguaytia, región ucajali. Tesis de Licenciatura, Universidad Católica los Angeles de Chimbote, Facultad de ciencias contables, financieras y administrativas, Pucallpa.*
- Peiró, R. (03 de Marzo de 2020). Satisfacción al cliente. Obtenido de Conomipedia: <https://economipedia.com/definiciones/satisfaccion-del-cliente.html>*
- Pizzo, M. (28 de Agosto de 2013). Estándares de calidad que te mejoran la gestión de marketing. Obtenido de Gestipolis: <https://www.gestipolis.com/estandares-de-calidad-que-te-mejoran-la-gestion-de-marketing/>*
- Producción, M. d. (29 de Marzo de 2017). Las Mipyme en cifras . Obtenido de <http://ogeiee.produce.gob.pe/index.php/shortcode/oe-documentos-publicaciones/publicaciones-anuales/item/829-las-mipyme-en-cifras-2017>*
- Ramírez, K. (2018). Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector comercial, venta de repuestos para motocicletas, distrito de yarinacocha. Tesis de Licenciatura, Universidad Católica los Angeles de Chimbote, Facultad de ciencias contables, financieras y administrativas, Pucallpa.*
- Rodríguez, E. (2017). Servicio de calidad y la satisfacción del usuario en la academia e baile fitness dance, pucallpa. Cultura viva Amazónica, 102.*
- Sanchez, A. (2017). Evaluación de la calidad de servicio al cliente en el restaurante pizza burger diner de gualan. Tesis de licenciatura, Universidad Rafael Landívar, Facultad de ciencias económicas y empresariales, Zacapa.*
- Sandoval, F. (2018). El sistema de gestión de calidad y la atención al cliente en el restaurant el gourmet urbano en el distrito de san isidro. Tesis de maestría, San Martín de Porres, Facultad ciencias de la comunicación, turismo y psicología , Lima.*



- Souza, A. (14 de Mayo de 2020). Aprende cómo aplicar la planificación de actividades en tu vida y alcanzar más resultados. Obtenido de Hotmart: <https://blog.hotmart.com/es/planificacion/>*
- Vela, W. (2018). Gestión bajo el enfoque de atención al cliente, en las mypes del sector servicios, rubro restaurant, distrito de calleria. Tesis de Licenciatura, Universidad Católica los Angeles de Chimbote, Facultad de ciencias contables, financieras y administrativas, Pucallpa.*
- Velázquez, K. (22 de Junio de 2016). Cómo incrementar la interacción con clientes. Obtenido de Marketing Ecommerce: <https://marketing4ecommerce.mx/como-incrementar-la-interaccion-con-clientes/>*
- Villalba, S. (2016). Análisis de calidad del servicio y atención al cliente en azuca beach, azuca bistro y q restaurant, y sugerencias de mejora. Tesis de ingeniería en gestión hotelera, Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Facultad de ciencias humanas, Quito.*
- Villalobos, C. (12 de Julio de 2019). 8 técnicas infalibles de atención al cliente que puedes aplicar desde hoy. Obtenido de Gestión de Clientes: <https://blog.hubspot.es/service/tecnicas-atencion-cliente>*

## ANEXOS

### Anexo 1: Instrumento



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

#### ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información para desarrollar el trabajo de investigación denominado: Atención al cliente como factor para mejorar la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, sector comercio: caso empresa Restaurant Turístico La Rueda – Yarinacocha, 2019.

La información que usted nos proporcionará será utilizada sólo con fines académicos y de investigación, por lo que se le agradece por su valiosa información y colaboración.

(a):.....Fecha:...../...../20....

#### A. CARACTERÍSTICA DE LOS ENCUESTADOS

##### 1. ¿Cuál es la edad del encuestado?

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

##### 2. ¿Cuál es el género del encuestado?

- a) Hombre                      b) Mujer

##### 3. ¿Cuál es el nivel de instrucción del encuestado?

- a) Estudios básicos    b) Técnico    c) Universitario

**4. ¿Cargo que desempeña?**

- a) Gerente      b) Administrador      c) Supervisor      d) Empleado

**5. ¿Tiempo que desempeña en el cargo?**

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

**B. VARIABLE ATENCIÓN AL CLIENTE**

**6. ¿Tu calificación sobre el ambiente del restaurant, es positivo?**

- a) Si ( )      b) No ( )

**7. ¿Crees que la atención al cliente es de calidad?**

- a) Si ( )      b) No ( )

**8. ¿Hay un speech (saludo, bienvenida y presentación), establecido?**

- a) Si ( )      b) No ( )

**9. ¿El cliente al momento de comprar es atendido con rapidez?**

- a) Si ( )      b) No ( )

**10. ¿El canal (los medios de venta), son óptimos?**

- a) Si ( )      b) No ( )

**11. ¿La experiencia del cliente por tus servicios, es para su agrado?**

- a) Si ( )      b) No ( )

**12. ¿El cliente manifiesta satisfacción sobre la calidad de los productos?**

- a) Si ( )      b) No ( )

**13. ¿Eres consciente de que, brindas un servicio de calidad?**

- a) Si ( )      b) No ( )

**14. ¿Hay demoras en la atención?**

a) Si ( )      b) No ( )

**C. VARIABLE GESTION DE CALIAD**

**15. ¿Gestionan los recursos eficientemente?**

a) Si ( )    b) No ( )

**16. ¿Definen las prioridades para brindar una buena atención?**

a) Si ( )      b) No ( )

**17. ¿Las acciones que ejecutas son planificadas?**

a) Si ( )      b) No ( )

**18. ¿Tu ambiente de trabajo es el adecuado?**

a) Si ( )      b) No sabe ( )      c) No ( )

**19. ¿Te capacitan sobre el trabajo que desempeñas?**

a) Si ( )      b) No ( )

**20. ¿El establecimiento, cuenta con las certificaciones correspondientes?**

a) Si ( )      b) No ( )

**21. ¿Tienen establecido un FODA (fortaleza, oportunidades, debilidad y amenaza)?**

b) Si ( )      b) No ( )

**22. ¿Cuentan con estrategias adaptativas y defensivas frente a la competencia?**

c) Si ( )      b) No ( )

**23. ¿Hay estrategias ofensivas y de supervivencia, frente a la competencia?**

d) Si ( )      b) No ( )

Pucallpa, agosto del 2020

## Anexo 2: Protocolo de Consentimiento Informado



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

### PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

(Ciencias sociales)

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

La presente investigación se titula "ATENCIÓN AL CLIENTE COMO FACTOR PARA MEJORAR LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS, SECTOR COMERCIO: CASO RESTAURANT TURÍSTICO "LA RUEDA" - YARINACOCHA, 2019", y es dirigido por **CÁRDENAS GONZALES, WARREN**, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: **CUMPLIR CON EL PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS.**

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 30 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

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



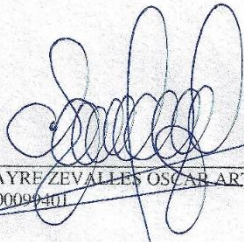
Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: OSCAR ARTURO DONAYRE ZEVALLOS

Fecha: Pucallpa, 12 de abril del 2021.

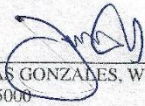
Correo electrónico: OADZ35@HOTMAIL.COM

Firma del participante:



DONAYRE/ZEVALLOS OSCAR ARTURO  
DNI: 00094401

Firma del investigador (o encargado de recoger información):



CÁRDENAS GONZÁLES, WARREN  
DNI: 42265000

## Anexo 3: Código ORCID

---



**ABOUT**    **FOR RESEARCHERS**

---

**Warren cardenas gonzales**

**ORCID iD**

 <https://orcid.org/0000-0001-8048-8680>


 Print view 


## Anexo 4: Turnitin Final

Sección 1

Sección 2

Sección 3

Título	Fecha de inicio	Fecha límite de entrega	Fecha de publicación
 Informe final - Revisión Turnitin - Sección 1	7 may 2021 - 22:30	14 may 2021 - 16:00	7 may 2021 - 23:30
<p>Resumen:</p> <p>Estimado estudiante, en esta semana deberá:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Subir un archivo digital, conteniendo los siguientes elementos: Introducción, Bases teóricas, resultados, análisis de resultados y conclusiones; el cual deberá cumplir con la Política del servicio antiplagio (máximo porcentaje de similitud: 15%)</li> </ul> <p><b>Nota:</b> Recordar que los trabajos no entregados en la fecha programadas serán calificados con nota cero (00)</p>			

 Actualizar entregas

	Título de la Entrega	Identificador del trabajo de Turnitin	Entregado	Similitud	
 Ver recibo digital	<a href="#">Turnitin Final Warren</a>	1585748001	14/05/2021 00:21	0% 	Entregar Trabajo   --