



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

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

PROPUESTA DE MEJORA EN LA ATENCIÓN AL  
CLIENTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD DE LA MICRO  
Y PEQUEÑAS EMPRESAS SECTOR: SERVICIO, RUBRO  
RESTAURANTES VEGETARIANOS DEL DISTRITO DE  
HUÁNUCO, 2020.

**TESIS PARA OPTAR TÍTULO PROFESIONAL DE  
LICENCIADO DE ADMINISTRACIÓN**

**AUTORA:**

MIRAVAL GUIBARRA, HEDY ROSIO

ORCID: 0000-0002-5077-7446

**ASESOR:**

CINTURION MEDINA, REINERIO ZACARIAS

ORCID ID: 0000-0002-6399-5928

**LIMA – PERÚ**

**2022**

## **EQUIPO DE TRABAJO**

### **AUTORA**

Miraval Guibarra, Hedy Rosio

ORCID: 0000-0002-5077-7446

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

### **ASESOR**

Centurion Medina, Reinerio Zacarias

ORCID: 0000-0002-6399-5928

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

### **JURADO**

Mgtr. María del Carmen Rosillo de Purizaca

ORCID: 0000 0003 2177 5676

Mgtr. José Germán Salinas Gamboa

ORCID: 0000-0002-8491-0751

Mgtr. María Isabel Mino Asencio

ORCID: 0000-0003-1132-2243

## HOJA DE FIRMA DEL JURADO Y ASESOR

Mgtr. María del Carmen Rosillo de Purizaca  
ORCID: 0000 – 0003 - 2177 - 5676  
**Presidente**

Mgtr. José Germán Salinas Gamboa  
ORCID: 0000-0002-8491-0751  
**Miembro**

Mgtr. María Isabel Mino Asencio  
ORCID: 0000-0003-1132-2243  
**Miembro**

Centurion Medina, Reinerio Zacarias  
ORCID: 0000-0002-6399-5928  
**Asesora**

# **HOJA DE AGRADECIMIENTO Y/O DEDICATORIA**

## **DEDICATORIA**

Le dedico el presente trabajo de investigación, a dios, a mis padres y hermanas por su apoyo incondicional.

## RESUMEN

El presente trabajo de investigación tuvo como: objetivo general; determinar las principales características de la gestión de calidad y atención al cliente para la propuesta de mejora en la micro y pequeñas empresas del sector: servicio, rubro restaurantes vegetarianos del distrito de Huánuco, 2020. Enunciado del problema, respondemos la interrogante ¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad y atención al cliente para la propuesta de mejora en la micro y pequeñas empresas del sector: servicio, rubro restaurantes vegetarianos del distrito de Huánuco, 2020 Metodología, diseño descriptivo, no experimental - transversal, en la cual se escogió una muestra poblacional de 5 restaurantes vegetarianos de la ciudad de Huánuco, que se le aplicó un cuestionario de 17 preguntas cerradas, utilizando la técnica de la encuesta. Donde se obtuvo los siguientes resultados, Por último, se llegó a las conclusiones: la mayoría cuentan con libros de reclamaciones; conocen la Gestión de calidad; cuenta con misión y visión; su finalidad es generar utilidades; cuentan con locales sucursales; clientes se sienten identificados con la empresa; el personal tiene claro cuáles son sus tareas y responsabilidades.

**Palabras claves:** Atención, Calidad, Cliente, Mype.

## **ABSTRACT**

The present research work had as: general objective; determine the main characteristics of quality management and customer service for the improvement proposal in micro and small companies in the sector: service, vegetarian restaurants in the district of Huánuco, 2020. Statement of the problem, we answer the question: What are the main characteristics of quality management and customer service for the improvement proposal in micro and small companies in the sector: service, vegetarian restaurants in the Huánuco district, 2020? Methodology, descriptive design, non-experimental - transversal, in which a population sample of 5 vegetarian restaurants in the city of Huánuco was chosen, and a questionnaire of 17 closed questions was applied, using the survey technique. Where the following results were obtained, Finally, the conclusions were reached: most have complaint books; they know quality management; has a mission and vision; its purpose is to generate profits; they have local branches; customers feel identified with the company; staff are clear about their tasks and responsibilities.

**Keywords:** Attention, Quality, Customer, Mype.

# CONTENIDO

EQUIPO DE TRABAJO.....	ii
HOJA DE FIRMA DEL JURADO Y ASESOR.....	iii
HOJA DE AGRADECIMIENTO Y/O DEDICATORIA.....	iv
RESUMEN .....	v
ABSTRACT.....	vi
CONTENIDO .....	vii
ÍNDICE DE GRÁFICOS, TABLAS Y CUADROS. ....	ix
I. Introducción .....	1
II. Revisión de la literatura .....	5
2.1. Antecedentes.....	5
2.1.1. Variable 1: atención al cliente.....	5
2.1.2. Variable 2: gestión de calidad.....	14
2.2. Marco teórico .....	16
2.2.1. Variable 1: Atención al cliente .....	16
2.2.1. Variable 2: Gestión de calidad.....	18
III. HIPÓTESIS .....	26
IV. METODOLOGÍA .....	27
4.1. Diseño de la investigación.....	27
4.1.1 Tipo de investigación.....	27

4.1.2. Nivel de la investigación .....	27
4.2. Población y muestra.....	27
4.2.1 Población .....	27
4.2.2 Muestra .....	28
4.3. Definición y operacionalización de variables .....	30
4.4. Técnica e instrumento de recolección de datos .....	31
4.3.1. Técnica .....	31
4.3.2. instrumento .....	31
4.5. Plan de análisis. ....	31
4.5. matriz de consistencia.....	32
4.6. Principios éticos.....	33
V. RESULTADOS.....	34
5.1. Resultados.....	34
5.2. análisis de resultados .....	37
VI. Conclusiones .....	40
Referencias bibliográficas .....	41
ANEXO:.....	45
CONSTANCIA DE VALIDACIÓN.....	46
solicitud de autorizacion.....	48
Captura de la similitud del turnitín.....	49



## ÍNDICE DE GRÁFICOS, TABLAS Y CUADROS.

### Índice de figuras

**Figura 1.**, Grafico de barras que representa valoración de atención al cliente..... 35

**Figura 2.**, Grafico de barras que representa valoración de gestión de calidad..... 36

### Índice de tablas

**Tabla 1.**, Características demográficas de los representantes de mype..... 34

**Tabla 2.**, Valoración de atención al cliente ..... 35

**Tabla 3.**, Valoración de gestión de calidad ..... 36

## **I. INTRODUCCIÓN**

Vidal, (2020) Las medidas tomadas a nivel mundial para contener la propagación Covid-19 tienen efectos negativos obvios sobre la actividad económica. Muchísimas de empresas alrededor del planeta han clausurado sus puertas o reducido muy significativamente sus operaciones de ventas, mientras que otras se están adaptando, al menos por el momento.

Entre los sectores más perjudicados destacan los sectores de servicios (restaurantes, chifas y similares), cuya conformación de consumo implica una experiencia presencial.

La investigación acerca de las MYPES en América Latina es poca, todo esto hace complicado investigar el cambio del desempeño de estas empresas, ya que casi siempre existe dificultad para evaluar su peso en la producción y sobre todo en el empleo.

El peso de las pymes en el número de empresas es bastante variable según el país y esto depende esencialmente del peso de las microempresas formales. En el Salvador, Colombia, México y Perú los datos oficiales registran una cantidad elevada de microempresas formales y esto explica la baja participación de las PYMES. Muy al contrario, en Ecuador el porcentaje de microempresas formales registradas es más reducido y como consecuencia el peso de las pymes es mayor. (Ferraro & Stumpo, 2017).

Gutiérrez (2018) Muestra que México cuenta con 4.2 millones de unidades económicas, de las cuales el 99.8% son consideradas pequeñas y medianas empresas (Pymes), que representan el 52% del producto interno bruto (PIB) del país y son responsables de la creación del 78% de los empleos a nivel nacional. Estas empresas

suelen tener menos de 250 trabajadores, pero son las cafeterías, los restaurantes, las pequeñas tiendas o partes del sector informal las que contribuyen al desarrollo de las economías emergentes.

Villagrán (2018), indica que en Ecuador Las micro y pequeñas empresas constituyen el grupo predominante de empresas que contribuyen significativamente a la creación de empleo, a la generación de ingresos y a satisfacer necesidades en ciertos mercados que son poco atractivos para las grandes empresas.

Según datos del Instituto Nacional de Estadística e Información (2018), la actividad de restaurantes del Perú aumentó en 3.01% debido al crecimiento de las pollerías, restaurantes, ceviches, comida rápida, comida criolla y turismo de restaurantes, en base a promociones Incrementos y descuentos en actividades, atención personalizada y nuevas propuestas gourmet. Asimismo, la realización de actividades gastronómicas, como Días Dulces Peruanos, Festivales Gastronómicos. Y cultural Gochiso Perú y Festival de Helados Saludables, en el exterior Festival gastronómico Expo ceviche 2018.

En el distrito de la ciudad de Huánuco existen diferentes tipos de restaurantes: pollerías, chifas, pero solo existen pocos restaurantes de comida vegetariano.

Por eso opte de investigar lo que es restaurantes vegetarianos, ya que se observa que no prestan atención al cliente y se sabe que ellos son el motivo de sobrevivencia de una empresa. De los restaurantes vegetarianos, su actividad económica principal es la venta de platos como: .....

Diario Ahora (2020), hace mención que, entre el primer y segundo trimestre de este año, la caída de la economía en el departamento de Huánuco ha sido alrededor de 25.1 %. Esto es superior a la estimación de la caída nacional que estaba en 19%”. Así lo indica Vladimir Santiago Espinoza, gerente de la Cámara de Comercio e Industrias de Huánuco, manifiesto a través del informe del Banco Central de Reserva (BCR) se

pueden observar los efectos que ha dejado la pandemia del COVID-19 en la economía en el departamento de Huánuco, sin embargo, hay un problema que no ha sido estudiado ni por el BCR ni el Instituto de Estadística, es la informalidad, cuando teníamos medidas de flexibilización ya la informalidad se había reactivado desde mayo”.

Por ende, en el presente trabajo de investigación realizaremos el desarrollo de establecimientos de comidas vegetarianos, porque desconocen las micro y pequeñas empresas el tema de gestión de calidad en la atención al cliente de tal manera se planteó el problema: ¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad y atención al cliente para la propuesta de mejora en la micro y pequeñas empresas del sector: servicio, rubro restaurantes vegetarianos del distrito de Huánuco, 2020?.

Y de misma manera se planteó el objetivo general: determinar las principales características de la gestión de calidad y atención al cliente para la propuesta de mejora en la micro y pequeñas empresas del sector: servicio, rubro restaurantes vegetarianos del distrito de Huánuco, 2020. Y de la siguiente manera se cuenta con los objetivos específicos:

Determinar las características de gestión de la micro y pequeñas empresas sector: servicio, rubro restaurantes vegetarianos del distrito de Huánuco, 2020.

Determinar los elementos tangibles de la micro y pequeñas empresas sector: servicio, rubro restaurantes vegetarianos del distrito de Huánuco, 2020.

Determinar las características de atención al cliente de la micro y pequeñas empresas sector: servicio, rubro restaurantes vegetarianos del distrito de Huánuco, 2020.

Por lo tanto, esta investigación se he de justificar de modo práctico porque permitió conocer si las Micro y Pequeñas empresas del ámbito de estudio implementan herramientas de gestión de calidad como es la atención al cliente para el proceso de sus

actividades empresariales, y así lograr la competitividad en los mercados, logrando fidelizar a sus clientes y jalar a probables clientes enfocándose en una atención de calidad con la finalidad de que el servicio que ofrecen sea de forma adecuada y de manera eficiente.

En cuanto a la metodología se justifica que el presente trabajo de investigación utilizamos método cuantitativo, el diseño fue no experimental ya que no se manipuló la variable de estudio. La población se constituyó por los representantes de restaurante vegetarianos, de la cual nuestra muestra son los representantes vinculados con el restaurante que fueron en total de 5 representantes. Para la recolección de datos se utilizó la técnica de la encuesta y como instrumento un cuestionario de 17 preguntas cerradas a los clientes del estudio.

## II. Revisión de la literatura

### 2.1. Antecedentes

#### 2.1.1. Variable 1: atención al cliente

Velasquez (2019) en su trabajo de investigación titulada: *“Propuesta de Estrategias para mejorar la atención y el servicio al cliente en el restaurante Rosita ubicado en la ciudad de Guayaquil”*. Tuvo como objetivo principal: proponer estrategias para el mejoramiento de los procesos productivos, la calidad del servicio en atención al cliente del restaurante Rosita, ubicado en la ciudad de Guayaquil: con una metodología de tipo: método cualitativo mixto concurrente, y con una población de 283 clientes, y con una muestra de 143 clientes, y se aplicó como instrumentos de recolección de datos, entrevista a los administradores, aplicación del cuestionario a los clientes; y se concluyó: Las estrategias diseñadas como propuesta para el mejoramiento de la calidad del servicio y atención al cliente del restaurante Rosita son viables en términos cualitativos y cuantitativos, demostrando que la decisión para su implementación son una gran oportunidad para mejorar este aspecto tan importante como lo es el servicio al cliente es el restaurante. Además de que su inversión no solo permitirá fidelizar a los clientes frecuentes, sino también captar nuevos clientes con el fin de aumentar el volumen de ventas, los modelos de control permitirán maximizar las ventas ya que se reducirán los errores y los riesgos que puedan traducirse a términos monetarios.

Torres (2019) en su trabajo de investigación titulada: *Diseño De Propuesta Para Mejorar La Calidad Del Servicio Al Cliente En La Sanduchería Y Pastelería “ del cantón samborondon”*. Tuvo como objetivo principal: diseñar la propuesta para el Mejoramiento de Calidad en el Servicio a los Clientes de la Sanduchería y Pastelería “Le Croissant” del Cantón Samborondon. Como una metodología de tipo:

descriptivo – explicativo, y con una población de 290 clientes y una muestra de 166 clientes; y se aplicó los instrumentos de encuestas, y llego a las siguientes conclusiones: Mediante esta investigación se estableció estrategias que puedan mejorar la calidad de servicio que ofrecen el personal, aprendiendo nuevos conocimientos, habilidades y destrezas al fin de obtener un servicio eficaz y de calidad, alcanzando los objetivos primordiales que es tener una excelente relación del servicio al cliente.

Se concluye que la propuesta ofrece una solución implementando una Capacitación de servicio de atención al cliente, se desarrollará y fortalecerá el servicio eficaz, generando buena actitud de calidad a través de estándares de excelencia, generando que el personal de la empresa mejore la atención al cliente de manera exitosa como fue el propósito de esta investigación.

Alvarado & Torres (2020) en tu trabajo de investigación titulada: *Diseño de estrategias de comercialización y atención al cliente en el mercado “ Las Manuelas ”, cantón Durán- Provincia del Guayas*. Tuvo como objetivo general: diseñar estrategias de comercialización que les permita a los comerciantes mejorar su atención al cliente, pese que el mercado “Las Manuelas”. Con una metodología de tipo: cuantitativo – descriptivo; y se aplicó los instrumentos de técnicas de recolección de datos: entrevistas semiestructurada y encuestas con preguntas cerradas realizada a 384 clientes. La investigación concluyó en proponer estrategias claves que ayuden a la comercialización y permita brindar servicios de excelencia en atención al cliente, especializando al mercado en la venta de variedades de productos frescos y diferenciándolo con la incorporación de calidad en servicios adicionales.

Escobar & Goyes (2019) e su trabajo de investigación titulado: *Estudios de modelos de Gestión de calidad en restaurantes del cantón playas, Provincia de*

*Guayas*. Tuvo como objetivo general: Analizar los procesos de gestión de calidad de los restaurantes del cantón Playas, provincia del Guayas. Con una metodología de tipo: enfoque cualitativo, a través de una investigación descriptiva utilizando los métodos histórico lógico, analítico y sintético e inductivo deductivo utilizando como técnica de recolección de información la observación directa, así como el formato de encuestas dirigidas a los clientes de los restaurantes seleccionados, teniendo una muestra de 382 encuestados. Y llegó a las siguientes conclusiones: mantiene un sistema de gestión de calidad y servicios excelente, así lo demuestran las encuestas en donde se manifiesta que el 52,88% y 35,08% se encuentra totalmente de acuerdo y parcialmente de acuerdo en recomendar el uso del restaurante mientras que el restaurante B que no cuenta con un sistema de gestión se identifica un 80,10% de encuestados que no recomendaría el restaurante.

Parreño (2019) en tu trabajo de investigación titulada: *"diseño de un sistema de gestión de calidad bajo los lineamientos de la norma ISO 9001: 2015 para el restaurante "La jama", ubicado en el cantón Durán de la provincia de Guayas"*. Tuvo como objetivo general: Reapertura del restaurante "La Jama" ubicado en el cantón Durán, evaluando los procesos operativos y recursos internos para diseñar un sistema de gestión de calidad bajo los lineamientos de la Norma ISO 9001:2015. Con una metodología de tipo: cuantitativa – descriptivo – transversal y diseño no experimental, con una técnica de recolección de datos de encuesta; a población de estudio en esta investigación está conformada por personas que viven aledañas al malecón 345 personas y la muestra fue censal la misma cantidad de la población; y llegó a las siguientes conclusiones: El 60% de los clientes se mostraron insatisfechos con la calidad de la comida, el 65.5% no estuvo de acuerdo con la atención de los meseros, el 66% manifestaron estar en desacuerdo con los piqueos que entregan, el



68% de los clientes refieren que esperan mucho tiempo en la caja, por este motivo se debe organizar y planificar capacitaciones continuas dirigidas a los trabajadores por un profesional especializado.

Asencio & Briones (2020) en su trabajo de investigación titulada: *Desarrollo de un sistema web para la gestión, registro y clasificación de restaurantes en la ciudad de Guayaquil*. Tuvo como objetivo general: Desarrollar un sistema web de gestión de restaurantes que permitirá a los pequeños y medianos negocios tener presencia web y a su vez facilitar la búsqueda de establecimientos según las necesidades de los clientes en la ciudad de Guayaquil, con una metodología de tipo: Con una metodología de tipo: cuantitativa – descriptivo – transversal y diseño no experimental, con una técnica de recolección de datos de encuesta; con una población de 6061 con una muestra de 361 clientes. Y llego a las siguientes conclusiones: El motivo del desarrollo de este trabajo no tan solo es direccionarse al usuario, sino buscar a su vez beneficios para los propietarios de los restaurantes. Uno de los beneficios sería un marketing mediante esta página web, lo cual le va a permitir captar la atención de las personas al momento de brindar sus servicios o promociones dependiendo de la variedad de comida que ofrezca el restaurante.

Roman (2018) en su trabajo de investigación titulada: *Caracterización de la atención al cliente y las ventas en las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes del distrito de Huanta, Ayacucho, 2018*. Tuvo como objetivo general: Conocer las características de la atención al cliente y las ventas en las micro y pequeñas empresas rubro de los restaurantes del Distrito de Huanta, Ayacucho, 2018; con una metodología de tipo: cuantitativa, de nivel descriptiva, diseño no experimental de corte transversal. Con una técnica de recolección de datos a encuesta y el instrumento un cuestionario de 18 ítems, la población estuvo conformada por los

clientes, basado en una muestra no probabilístico por conveniencia considerándose para este estudio 100 clientes. Y llego a la conclusión: presenta que los factores de atención al cliente es capacidad de respuesta, confianza, actitud amable y seguridad, observa que los restaurantes del Distrito de Huanta no cuentan con personal calificado para la atención; en relación a las estrategias de atención al cliente son los precios accesibles, pero muchos de estos restaurantes no ponen énfasis en fidelizar al cliente y no cuentan con promociones atrayentes.

Jaime (2019) en su trabajo de investigación titulada: “*Atención al cliente en las Micro y Pequeñas Empresas rubro Restaurantes, Distrito San Juan Bautista, Ayacucho, 2019*”. Tuvo como objetivo general: Describir la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas; con una metodología de tipo: cuantitativo, nivel descriptivo y diseño no experimental de corte transversal, con una técnica de recolección de datos, se utilizó una muestra de 370 clientes; el cuestionario constó de 13 preguntas. Y llego a las siguientes conclusiones: el personal encargado de atenderlos no se despide de forma adecuada en los restaurantes; así también, el personal encargado de atenderlos no les agradece su visita en los restaurantes y por último la mayoría de los clientes encuestados manifestaron que si les piden las disculpas del caso en caso que el mozo haya cometido algún percance a la hora de atenderlos.

Quispe (2019) en su trabajo de investigación titulado: “*Atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes económicos, caso Restaurante Eclipse, distrito de Querobamba, provincia de Sucre, región Ayacucho, 2019*”.

Tuvo como objetivo general: Describir de qué manera se da la Atención al Cliente en las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes económicos, caso restaurant Eclipse, Distrito de Querobamba, Provincia De Sucre, Región Ayacucho, 2019.

Tuvo como metodología de tipo: cuantitativo, de un nivel descriptivo y un diseño no experimental con corte transversa, se utilizó la técnica de encuesta con un cuestionario de 9 preguntas, aplicado a 384 comensales, y llego a las siguientes conclusiones: la mayoría de encuestados mencionan que si aprecian una buena atención por parte del restaurante Eclipse, a través de la forma de comunicación que se les ofrece, con una buena cortesía por parte del restaurante y los comensales están satisfechas por el producto y servicio del restaurante.

El restaurante eclipse si ofrece una buena comunicación a sus comensales, a través de la forma como los mozos escuchan las peticiones de los comensales, en la presentación de los mozos demostrando uniformes y aseo personal y la carta que ofrece el restaurante, solo una minoría afirma lo contrario.

Pinedo (2019) en su trabajo de investigación titulada: “*Gestión de calidad y eficacia en los procesos administrativos de las mypes del sector financiero, cooperativas de ahorro y credito-Juanjui, San Martin, 2019*”. Tuvo como objetivo general: determinar la relación entre la gestión de calidad y eficacia de los procesos administrativos en las mypes del sector financiero, cooperativas de ahorro y crédito de la ciudad de Juanjuí, 2019; con una metodología de tipo: cuantitativo, nivel descriptivo-correlacional y diseño no experimental, transversal y correlacional, El instrumento fue un cuestionario estructurado de 25 preguntas y con el uso de la técnica de encuesta se obtuvo como resultados que estas mypes son gerencia das por adultos del rango de “45 a 54 años” de edad; nivel de instrucción “universitario” y de ambos sexos. Y llego a las siguientes conclusiones: lograr procesos con valor añadido (dimensión gestión de procesos), tiene relación con el hábito (práctica) del uso de técnicas y análisis en la toma de decisiones (dimensión administración dinámica/dirección).

Siancas (2019) en su trabajo de investigación titulada: “*características de la gestión de la calidad y la atención al cliente del restaurante peruano turístico el tío Jhony del Distrito de Sullana, Año 2018*”. Tuvo como objetivo general: Determinar las características de la Gestión de Calidad y la Atención al Cliente del restaurante Peruano Turístico el Tío Jhony, del distrito de Sullana, año 2018, con una metodología de tipo: cuantitativa, descriptiva, no experimental – transversal. Para este trabajo consideraron dos poblaciones: la primera está conformada por 18 trabajadores y la segunda población está conformada por los clientes del restaurante, con una muestra de 68. Para la recolección de datos, se utilizó la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario. Y llegó a las siguientes conclusiones: se identificó que el restaurante conoce las inquietudes, necesidades y anhelos de sus clientes, lo que evidencia que el restaurante conoce a sus clientes y se enfoca en satisfacer sus deseos y necesidades.

Conocer su nivel de satisfacción, ya que un cliente insatisfecho se considera como un cliente perdido. Además, se pudo evidenciar que el restaurante establece un orden de prioridades en la realización de tareas, lo que hace referencia a que realiza un control de calidad en la Mype.

Cuenca (2018) en su trabajo de investigación titulada: “*Caracterización de la Gestión de calidad y satisfacción del cliente en las MYPES del sector servicio Restaurantes en el Cercado de Tumbes, 2018*”. Tuvo como objetivo general: Determinar la caracterización de la gestión de calidad y satisfacción del cliente en las MYPES, sector servicio rubro restaurantes en el cercado de Tumbes, 2018; con una metodología de tipo: descriptivo, nivel cuantitativo y diseño no experimental, cuestionario como instrumentos y técnicas de recolección de datos; con una población de 68 clientes de las 18 MyPes dedicadas al rubro de restaurantes. Y llegó

a las siguientes conclusiones: la gestión de calidad los clientes consideran que tanto el dueño como el personal no está comprometida con ofrecer productos de calidad y que la empresa no evalúa sus indicadores de compra.

Ticona (2020) en su trabajo de investigación: *“Propuesta de mejora en la Atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad en las MYPES del sector servicios, rubro salón de belleza de la ciudad de Tingo María, 2020”*. Tuvo como objetivo general: Proponer la mejora en la atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad en las Mypes del sector servicios, rubro salones de belleza de la ciudad de Tingo María, 2020; con una metodología de tipo: Descriptivo, diseño No experimental, técnica la encuesta, instrumento el cuestionario, medición escala de Likert, estuvo constituida por 15 Mypes, por ser menor a una población 100 del sector servicio rubro salones, llego a las siguientes conclusiones: Los clientes están satisfechos por brindar servicios de calidad a precios competitivos, a razón que las Mypes en estudio están generando rentabilidad con las estrategias aplicadas en el contexto actual de restricciones económicas por asuntos de salubridad. Por lo que es necesario realizar capacitaciones al emprendedor en temas de gestión de calidad para enfrentar nuevos retos en futuros escenarios.

Se enfatiza la articulación de la satisfacción de los clientes en función de la mejora continua; contribuyendo la atención a los clientes, en mejorar los servicios brindados por parte del personal a través de las capacitaciones en base a los protocolos de calidad.

Lopez (2019) en su trabajo de investigación: *“Gestión de Calidad en atención al cliente en las PYPES del sector servicio rubro hotelería, en el distrito de Lupa - Rupa Leoncio Prado 2019”*. Tuvo como objetivo principal: determinar las características de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas

empresas del sector servicio-rubro hotelería en el distrito de Rupa-Rupa, Leoncio Prado 2019; con una metodología de tipo: cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental-transversal, se empleó un cuestionario de 23 preguntas a una población de 30 y una muestra de 12 mypes. Y llego a las siguientes conclusiones: La atención al cliente es conocido por los microempresarios y consideran que es fundamental para que este regrese al negocio. Se refiere entonces que la mayor parte de los representantes conocen acerca de los términos gestión de calidad y atención al cliente y considera que la gestión de calidad ayuda a alcanzar las metas propuestas y a tener clientes satisfechos.

Meza (2019) en su trabajo de investigación: *“gestión de calidad en la atención del cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro venta de calzado del distrito de rupa - rupa, Provincia de Leoncio prado, 2020”*. Tuvo como objetivo principal: Determinar las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio- rubro venta de calzado del Distrito Rupa-Rupa, provincia de Leoncio Prado, 2019; con una metodología de tipo: cuantitativo- nivel descriptivo no correlacional, los instrumentos que utilizaron encuesta – cuestionario con una población es de 30 Mypes, la muestra es de 12 Mypes, llegaron a una conclusión: La mayoría (83%) si conocen el término de gestión de calidad, la mayoría (92%) no tienen conocimiento alguno sobre las técnicas modernas de gestión de calidad.

La mayoría (92%) si aplica la gestión de calidad, la totalidad (100%) si creen que la atención al cliente es fundamental, la mayoría (67%) utiliza la herramienta de la comunicación, la mayoría (83%) brindan una atención personalizada, la totalidad (100%) brinda una buena atención a sus clientes, la mayoría (82%) no tienen suficiente personal.

### **2.1.2. Variable 2: gestión de calidad**

Gonzales (2019) en su trabajo de investigación: "*Gestión de calidad en la capacitación, de las mypes del sector servicio-rubro hospedajes en Tingo María, Provincia de Leoncio Prado, año 2017*". Tuvo como objetivo general: determinar las principales características de gestión de calidad en la capacitación, aplicadas en el sector servicio, rubro hospedajes en Tingo María, provincia de Leoncio Prado, año 2017; con una metodología de tipo: cuantitativa, nivel descriptivo no experimental transversal, se utilizó como muestra 15 micro y pequeñas empresas, del sector servicio-rubro hospedajes, que representa la población total, a quienes se les aplico un cuestionario estructurado de 19 preguntas a través de la técnica de la encuesta, llego a las siguientes conclusiones: la mayoría de los representantes, si conocen el término Gestión de calidad, pero la mayoría manifestaron que las técnicas que utilizan son otras diferentes a las mencionadas en la encuesta, de igual manera la mayoría miden el rendimiento de su empresa mediante la evaluación, así mismo una minoría de representantes manifestaron que una de las principales dificultades para implementar un plan de gestión de calidad en su empresa se debe a que hay poca iniciativa de parte de su personal.

Ortiz (2018) en su trabajo de investigación: "*Gestión de calidad con uso del Marketing de las micro y pequeñas empresas, sector servicio, rubro restaurantes del distrito de José Crespo y castillo, Aucayacu-Año 2017*". Tuvo como objetivo principal: determinar las principales características de la Gestión de calidad con el uso del marketing en las MYPES del sector servicio rubro restaurantes del distrito de José Crespo y Castillo, Aucayacu – año 2017; con una metodología de tipo: cuantitativa, no experimental y transversal; para los cuales se utilizó una muestra dirigida de 12 micro y pequeñas empresas de una población de 20, a quienes se les

aplico un cuestionario estructurado de 22 preguntas aplicando la técnica de la encuesta. Llego a las siguientes conclusiones: la mayoría de los representantes, conocen el término gestión de calidad y que presentan dificultades para la implementación de la gestión de calidad debido a que hay poca iniciativa para su implementación los mismos que miden el rendimiento de sus trabajadores con la técnica de la observación; con una mayoría que afirma que la gestión de calidad sí mejora el rendimiento de sus negocios.



## **2.2.Marco teórico**

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

#### **Concepto**

Ariza & Ariza, 2017, define “como el conjunto de acciones por medio de la empresa que tramita la conexión con sus clientes presente o posibles, anteriormente o seguidamente de la compra de producto, y cuyo fin último es lograr en él un nivel de justificación lo más alto posible”. (pág.15)

A sí mismo, Eliecer, (2014) define “la atención al cliente como en el grupo de tácticas que una empresa plantea para agradar las carencias y perspectivas de los consumidores, incluso, mucho mejor que la emulación, la ayuda plena del trabajo que origina un valor adherido, del cual asegura la estancia y fidelidad del cliente”. (P.13)

#### **Características de la atención**

Arenal (2017), define los tipos de las características son las siguientes:

Diferenciación: el mercado competitivo actual oferta bienes y servicios cada vez más parecidos y a precios similares para cada segmento de consumidores.

**Conocimiento de las necesidades y expectativas de los clientes:** Es necesario conocer al cliente para poder darnos cuenta que tipo de servicio necesita y así poder cubrir con sus expectativas, ya que el cliente espera recibir buen servicio que va de acuerdo con el dinero que pagan y que encuentren en el mercado aquellos productos que realmente satisfagan sus necesidades. (P.9)

**Flexibilidad y mejora continua:** las empresas han de estar preparadas para adaptarse a posibles cambios en su sector y a las necesidades crecientes de los clientes.

**Orientación al trabajo y al cliente:** los trabajos que implican atención directa al cliente integran el componente técnico propio del trabajo desempeñado con un componente humano derivado del trato directo con personas.

**Plantearse como meta la atención al cliente la fidelización:** es más rentable y difícil retener a los clientes actuales que captar nuevos clientes. Para lograr la fidelización de los clientes hay que buscar nuevos valores asociados al producto para que estos puedan sentirse satisfechos. (p.9)

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

Tarodo (2014), presenta los siguientes elementos de la atención al cliente que son:

**Entorno:** Es todo aquello que está integrado por todo los elementos físicos y elementos accesorios para su puesta en funcionamiento. La apreciación y opinión que deben tener los clientes es muy importante si se quiere que las organizaciones tengan una buena imagen y sensación de que es posible que el entorno le es aceptable. Por ejemplo: Un edificio sería un elemento físico y su ambiente sería un elemento accesorio.

**Organización:** Es todo aquello que está conformado por todo el recurso que necesita una organización (humanos, físicos, informáticos, materiales, etc.) que se utiliza para desarrollar y satisfacer a los clientes. Por ejemplo: en una empresa, uno de los elementos de la organización más importantes es el departamento de atención al cliente.

**Empleados:** es toda aquella persona que forma parte de una organización y que son muy necesarias para relacionarse con los clientes. La imagen de la empresa dependerá de la imagen que los clientes tengan de los empleados de la empresa.

### **2.2.1. Variable 2: Gestión de calidad**

#### **Concepto**

La gestión de la calidad total o también denominada “Total Quality Management” se basa en que las empresas busquen a través del mejoramiento continuo la satisfacción del cliente. Tomando en consideración los distintos procesos y actividades que realizan el personal de las organizaciones con el objetivo de brindar un valor al servicio o al producto que requieren los clientes.(González de Buitrago 2010)

Del mismo modo, (Heras et al. 2017), El término calidad está muy presente en el día a día. Se habla de la calidad de los productos, de la calidad de las empresas, de la calidad de la enseñanza, de la calidad de la sanidad, o de la calidad de vida. La idea que se pretende transmitir con el concepto parece clara, aunque, como veremos, no está exenta de ambigüedad y confusión. (p.14)

#### **Calidad**

La calidad según arias, se define como “lo que mejor se ajusta al uso que se pretende dar con el producto o servicio”. La relación que existe tiene un propósito del producto o servicio y su calidad, la debilidad reside en que diferentes personas o grupos sociales pueden tener diferentes deseos y necesidades y, por tanto, distintos estándares de calidad (Arias 2013, pag. 6)

De la misma forma, Comisión, Cruz, & González (2013) es una obligación de una organización a compaginar la satisfacción de las necesidades de los clientes

con la mejora de la eficiencia, trabajando para lograr índices calidad y precio lo más favorables, buscando la mejor calidad posible a un precio dado. (pág. 194)

Por su parte, Nebrera, (2017), considera que la calidad es como una ventaja competitiva, pero no como una inversión, ya que generalmente lo único que se busca es la certificación del modelo de calidad que emplea la empresa. (pág.5)

### **Importancia de gestión de calidad**

González de Buitrago, (2018), nos afirma que la calidad es un tema que se ha puesto de moda en los últimos tiempos, no es raro referirnos a ella en todo momento, esto se debe que todos los días estamos en contacto con productos o servicios, que están en constante cambio, uno queriendo ser mejor que otro y trayendo consigo particularidades como un mejor precio, o ingredientes que van con el tema de salud del día de hoy (pág. 18)

Así mismo, Nebrera, (2017), En la actualidad, los clientes demandan productos de calidad, y dado que existe una gran oferta, podrán elegir aquellos productos que más les satisfagan. Los fabricantes, ante la escasez de su demanda particular, buscan diferenciar sus productos de los de la competencia. (pág.6)

Por su parte Solano & Aceves, (2016), la importancia de gestión de calidad, ha ido perfeccionando y adecuando a las necesidades de los clientes, ya que estos mismo son quienes tendrán la última palabra para decidir. La importancia se puede guiar por los siguientes aspectos:

❖ **La competencia es cada vez mayor, por ende**, Los productos ofertados han aumentado significativamente y son más diversos.

❖ **Los competidores se van equiparando en calidad y precio**, por lo que es necesario aportar un valor añadido, por tanto, es necesario buscar la diferenciación.

❖ **Los clientes son cada vez más exigentes,** No solo buscan precio y calidad, sino también calidad en el servicio, ambiente agradable, comodidad, trato personalizado y rapidez en el servicio.

❖ **Si un cliente queda insatisfecho por el servicio o la atención,** Es probable que digan algo malo y les cuenten a otros consumidores sobre su mala experiencia.

❖ **Si un cliente recibe un buen servicio o atención,** Lo más probable es que vuelva a comprar nuestros productos o nos visite de nuevo.

❖ **Si un cliente recibe un buen servicio o atención,** Lo más probable es que nos recomiende a otros consumidores.

❖ **Es primordial tomar en cuenta dichos aspectos,** Porque, si puede comprender y aplicar correctamente cada uno de ellos, puede tener una ventaja competitiva. (pág.7)

También, Carro & Gonzales, (2018), la calidad afecta a una empresa de cuatro maneras:

1) **Costos y participación del mercado:** la mejora de calidad conlleva a mayor participación en el mercado. Y con menores costos con pocas fallas y garantía mejora la producción en el mercado.

2) **Prestigio de la Organización:** la calidad surge desde la percepción de los clientes, sobre todo los nuevos productos de la empresa, también influye el trato de los empleados que le dan a los proveedores.

3) **Responsabilidad por los productos:** las organizaciones que diseñan y elaboran productos o servicios defectuosos pueden ser responsabilizadas por daños o lesiones que resulten de su uso. Esto lleva a grandes gastos legales, costosos

arreglos o pérdidas y una publicidad que no evita el fracaso de la organización entera.

4) **Implicaciones internacionales:** en este momento de globalización, la calidad es un asunto internacional. Tanto para una compañía como para un país. En la competencia efectiva dentro de la economía global, sus productos deben cumplir con las expectativas de calidad y precio.

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

Según, (González de Buitrago 2016) Ésta definición que puede ser revisada en la última actualización de la norma ISO 9001 ha dado la apertura al tema de calidad más allá de los requerimientos y necesidades que tienen los clientes. Se tienen ocho principios de gestión de la calidad según la ISO 9000:2000, los mismos que son un referente para lograr mejorar el desempeño organizacional.

❖ **Enfoque al cliente,** este es el primer principio de calidad, para poder conservar a sus clientes hay diferentes maneras: buen servicio, atención, precios razonables, etc. Como sabemos más difícil ganar un cliente que conservar un cliente actual.

❖ **Liderazgo,** la empresa tiene que optar por un buen líder que tenga compromiso con la empresa, que tenga cualidades de confianza en sí mismo, enfoque a control interno e integridad. Para que sea eficaz y eficiente en los objetivos de calidad que plantea la empresa.

❖ **Participación del personal,** el personal es clave para las empresas, tanto en las empresas (manufacturadas y comerciales), el personal es la clave para el éxito que pueda tener una empresa. el personal hace llegar lo que falta y el requerimiento de los clientes para lograr un buen servicio.

❖ **Enfoque basado en procesos**, es un punto más importante, está enfocado en la gestión de calidad para poder mejorar la calidad. Este principio busca la innovación para poder satisfacer las necesidades de los clientes.

❖ **Enfoque de sistema para la gestión**, es importante para poder lograr los objetivos de una empresa.

❖ **Mejora continua**, se puede definir como una medida para lograr el adecuado desempeño de las organizaciones, tomando medidas innovadoras constantemente y poder aumentar la eficiencia y eficacia aplicando el círculo de Deming: (planear, hacer, verificar y actuar)

❖ **Enfoque basado en hechos para la toma de decisiones**, este principio es importante dentro de todas las empresas, pueden compartir muchísimas ideas que pueden llevar al éxito o pueden llevar al fracaso. Por ende, se tiene antes de tomar decisiones se tiene que seleccionar todas las alternativas de una solución que sea lo mejor y así empezar a tomar la decisión siguiendo los siguientes pasos: (identificando el problema, analizando la información, plantear posibles soluciones, selección de soluciones, implementar solución).

❖ **Relaciones mutuamente beneficiosas con el proveedor**, es la parte externa de la organización, a su vez es muy importante porque es difícil de controlar lo que está fuera de la empresa.

Podemos definir que existe un sin número de formas para poder aplicar estos ocho principios de calidad las empresas.

Por otra parte, Arias, (2018), describe que las norma, ISO 9001:2008 es una norma de carácter internacional emitida por la Organización Internacional de Normalización . Las normas ISO 9001 y 9004 se fundamentan en los ocho principios de gestión de la calidad.

Estos ocho principios son:

1. **Organización enfocada al cliente:** Toda empresa depende mucho de sus clientes, por ende, deben comprender sus necesidades tanto actuales y futuras para poder satisfacer sus necesidades y expectativas.

2. **Liderazgo:** En una organización los líderes juegan un papel importante, ellos establecen propósitos y direccionan a la empresa. también ellos deben crear un ambiente interno, para que el personal también llegue a involucrarse totalmente en los objetivos.

3. **Participación del personal:** Es la esencia en una organización, cuando existe una independencia dentro de la empresa, su total implicación posibilita que sus capacidades sean usadas para el beneficio de la organización.

4. **Enfoque basado en procesos:** Los resultados deseados se alcanzan más eficientemente cuando los recursos y las actividades relacionadas se gestionan como un proceso.

5. **Enfoque del sistema para la gestión:** Identificar, entender y gestionar un sistema de procesos interrelacionados para un objetivo dado, mejora la eficacia y eficiencia de una organización.

6. **Mejora continua:** La mejora continua debería ser un objetivo permanente de la organización.

7. **Enfoque objetivo hacia la toma de decisiones basada en hechos:** Las decisiones efectivas se basan en el análisis de datos y de la información.

8. **Relación mutuamente beneficiosa con el proveedor:** Una organización y sus proveedores son interdependientes, y unas relaciones mutuamente beneficiosas intensifican la capacidad de ambos para crear valor. (pág. 74)



## **Sistema de gestión de calidad**

Es un método que utiliza la organización para asegurar la satisfacción de las necesidades de los clientes. Para cumplir la satisfacción de los clientes la empresa necesita planificar adecuadamente, y tener como parte de su política el mejoramiento continuo. (González de Buitrago 2018, p.84)

De la misma forma, Gonzales & Arciniegas, (2017) indica: La calidad de un bien o servicio no se decreta: se crea y se produce. La creación y aplicación de un sistema de gestión de calidad basado en las normas ISO 9000 puede servir de guía para asegurar que un bien o servicio ha sido producido con procesos controlados; sin embargo, esto no garantiza la calidad. Las normas ISO especifican aquello que “se debe hacer”, pero el “cómo” es la verdadera tarea de quien diseña, documenta e implementa un sistema de gestión de calidad (pág.24).

Por su parte, Bolaños, (2016) enfatiza el sistemas de Gestión de Calidad “tienen una incidencia positiva en los indicadores de liquidez y rentabilidad. Esta premisa resultante es coherente con la teoría financiera, ya que si una empresa mejora todos sus procesos de gestión administrativa incrementa los indicadores antes mencionados” (pág. 47).

## **Objetivos de sistema de gestión de calidad**

Los sistemas de gestión de la calidad tienen varios objetivos, entre los que se pueden destacar la satisfacción al cliente como punto primordial del sistema.(González de Buitrago 2010, p.86), estos son algunos objetivos que pueden ser primordial para la gestión de calidad:

- ❖ Satisfacción al cliente
- ❖ Obtención de nuevos clientes

- ❖ Organización sistemática de la empresa
- ❖ Mejora continua
- ❖ Diferenciarse con la competencia
- ❖ Reducir costos de no calidad
- ❖ Requisitos de las administraciones publicas
- ❖ Exigencia de grupo

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

Un sistema de gestión de calidad es de suma importancia para las empresas, debido a que permite a las organizaciones contar con los medios necesarios para que las actividades se ejecuten pensando primero en los requisitos del cliente.(González de Buitrago 2010, p.87), dentro de estos principios se puede destacar algunos de ellos:

- Ayudar a fidelizar a los clientes
- Estandarización de los procesos, hacer las cosas correctamente, permitiendo a la empresa hacer las cosas siempre bien.
- Compromiso del personal con respecto a la calidad, es importante el personal tiene que estar comprometido con la empresa y con la calidad de los productos, y brindar mejor calidad de los clientes.
- Beneficios externos, uno de los aspectos más importante es la reputación de la empresa, pues aquellas que cuentan con un sistema de gestión de calidad este les sirve como una ventaja competitiva. (pág.88)

### **III. HIPÓTESIS**

Según Hernández et. al. (2018) afirma que no todas las investigaciones descriptivas llevan hipótesis, depende del alcance inicial de estudio el investigador decide formular o no, en los estudios descriptivos no se establecen hipótesis. porque el fenómeno que se va a estudiar es desconocido o se carece de información para establecerlas (P.122)

## **IV. METODOLOGÍA**

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

El Diseño de la Investigación ha sido transversal – No experimental

Según Hernández et. al. (2018) manifiesta; el diseño no experimental se divide tomando en cuenta el tiempo durante en que recolectan los datos, estos son: transversal, donde se recolectan apuntes en una sola situación.

#### **4.1.1 Tipo de investigación**

El tipo de Investigación ha sido cuantitativa.

Como lo hace notar Hernández et. al. (2018) indica la investigación cuantitativa se inspira en el positivismo. Este enfoque investigado plantea la unidad de ciencia, es decir, la utilización de una metodología única que es la misma de la ciencias exactas y naturales.

#### **4.1.2. Nivel de la investigación**

El nivel de la investigación ha sido Descriptiva

según Hernández et. al. (2018) define que se busca detallar las cualidades considerables de individuos, masa, sociedades o cualquier diferente aberración que sea mostrado al estudio.

### **4.2. Población y muestra.**

#### **4.2.1 Población**

Se ha determinado a 05 Micro y pequeñas empresas de la micro y pequeñas empresas sector: servicio, rubro restaurantes vegetarianos del distrito de Huánuco, 2020.

Según, Hernández et. al. (2018) señala que la población es la totalidad de un fenómeno de estudio, incluye la totalidad de unidades de análisis que integran dicho fenómeno y que debe cuantificarse para un determinado estudio integrando un conjunto N de entidades que participan de una determinada característica. (P.181)

#### **Cuadro de relación de las MYPE**

<b>Fuente de información</b>	<b>Población</b>	<b>Muestra</b>
N° de MYPE	5	5
Clientes	500	217

#### **4.2.2 Muestra**

##### **Muestra no probabilístico**

Existe una muestra principal de no probabilístico que estuvo compuesto por 5 representantes de las micro y pequeñas empresas del sector: servicio, rubro restaurantes vegetarianos del distrito de Huánuco, 2020.

##### **Muestra probabilístico**

El muestreo probabilístico se determinó por el número de clientes. Estuvo compuesta por el estudio de las micro y pequeña empresa y la fórmula que se aplicó para determinar la muestra es para poblaciones finitas.

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

**Donde:**

**n**= Tamaño de la muestra

**N**= Total de la población

**Z<sub>α</sub><sup>2</sup>**= 1.96 al cuadrado (si la seguridad es del 95%)

**p**= proporción esperada (en este caso es del 95%)

**q**= 1-p (en este caso 1-0.05=0.95)

**d**= precisión (en su investigación use un 5%)

$$n = \frac{500 * (1.96)^2 * 0.05 * 0.95}{(0.05)^2 * (500-1) + (1.96)^2 * 0.05 * 0.95}$$

$$n = 217$$

**Criterios de inclusión**

- A los representantes de la MYPE
- A los clientes de ambos sexos que concurren a las MYPE.

**Criterios de exclusión**

- A los trabajadores de las MYPE. No están facultados a brindar ningún tipo de información.
- los clientes que no cuentan con la mayoría de edad, a los que no desean participar.

### 4.3. Definición y operacionalización de variables

Variables	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Definición operacional	Escala
<b>Atención al cliente</b>	(Ariza & Ariza,2017) define como el conjunto de acciones por medio de la empresa que tramita la conexión con sus clientes presente o posibles. (P.15)	Solución	Tiempo	La operacionalización se realizara a través de las dimensiones de atención al cliente.	Nominal
			Capacidad de respuesta		
		Comunicación	Uso de protocolos		
		Credibilidad	Integridad		
			Imagen		
Cortesía y amabilidad	Amabilidad				
<b>Gestión de calidad</b>	(Heras et al. 2017), El término calidad está muy presente en el día a día. Se habla de la calidad de los productos, de la calidad de las empresas, de la calidad de la enseñanza, de la calidad de la sanidad, o de la calidad de vida. La idea que se pretende transmitir con el concepto parece clara, aun- que, como veremos, no está exenta de ambigüedad y confusión. (p.14)	Procesos de gestión	Planificación	Se operacionalizará a través de principios de gestión de calidad: en procesos de gestión optimizando y las necesidades de gestión de calidad para brindar un buen servicio al cliente.	Nominal
			Acciones		
			Capacitación		
			Eficacia de servicio		
		Necesidades de la gestión de calidad	Horario de trabajo		
			Atención en requerimientos de clientes		
			Valores personal		
			Mejora de servicio		

#### **4.4. Técnica e instrumento de recolección de datos**

##### **4.3.1. Técnica**

Esta técnica de la investigación ha sido la encuesta.

Como plantea (Maya, 2016) afirma que el procedimiento de la búsqueda interpreta un cumulo de medios estructurado sistemáticamente que conducen al indagador.

##### **4.3.2. instrumento**

El instrumento de la investigación ha sido el cuestionario.

según (Arias,2006) plantea que son diferentes formas o manera de tener información, el mismo autor indica que los instrumentos son métodos tangibles que se utiliza para recolectar y reunir datos.

#### **4.5. Plan de análisis.**

Para el estudio de notas de la investigación, se utilizó el análisis descriptivo de las variables. Para la elaboración de este trabajo de investigación se usó los diversos programas como Excel para la elaboración de tablas, tabulaciones; el programa, Acrobat Reader para la lectura de formatos en Pdf.



#### 4.5. matriz de consistencia

Título: “PROPUESTA DE MEJORA EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD DE LA MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS SECTOR: SERVICIO, RUBRO RESTAURANTES VEGETARIANOS DEL DISTRITO DE HUÁNUCO, 2020”.						
Enunciado del problema	Objetivos	Variables	Hipótesis	Metodología	Población y muestra	Técnicas e instrumentos
¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad y atención al cliente para la propuesta de mejora en la micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes vegetarianos del distrito de Huánuco, 2020?	<p><b>General</b> Determinar las principales características de la gestión de calidad y atención al cliente para la propuesta de mejora en la micro y pequeñas empresas del sector: servicio, rubro restaurantes vegetarianos del distrito de Huánuco, 2020.</p> <p><b>Específicos</b> Determinar las características de atención al cliente de la micro y pequeñas empresas sector: servicio, rubro restaurantes vegetarianos del distrito de Huánuco, 2020.</p> <p>Determinar las características de gestión de la micro y pequeñas empresas sector: servicio, rubro restaurantes vegetarianos del distrito de Huánuco, 2020.</p> <p>Determinar una propuesta de mejora de atención al cliente para la gestión de calidad de la micro y pequeñas empresas sector: servicio, rubro restaurantes vegetarianos del distrito de Huánuco, 2020.</p>	<p>Atención al cliente</p> <p>Gestión de calidad</p>	<p>La presente investigación no se planteó una hipótesis, por ser una investigación de tipo descriptivo.</p>	<p><b>Tipo de investigación:</b> Cuantitativa</p> <p><b>Nivel de investigación:</b> Descriptiva</p> <p><b>Diseño de investigación:</b> Transversal No experimental</p>	<p><b>Población</b> Se ha determinado a 05 Micro y pequeñas empresas de la micro y pequeñas empresas sector: servicio, rubro restaurantes vegetarianos del distrito de Huánuco, 2020.</p> <p><b>Muestra</b> Se determinó de acuerdo a la fórmula que se aplicó para determinar la muestra finita, el resultado obtenido es una muestra de 217 clientes de las Micro y pequeñas empresas de la micro y pequeñas empresas sector: servicio, rubro restaurantes vegetarianos del distrito de Huánuco, 2020.</p>	<p><b>Técnica:</b> Cuestionario</p> <p><b>Instrumento</b> : Encuesta</p>

#### 4.6. Principios éticos

**Protección de personas:** El individuo en toda indagación es el termino y no el centro, por ello exigen verdadero nivel de seguridad, el cual se define el convenio de la inseguridad en que inciden y la posibilidad de que logran un provecho. (ULADECH, 2019)

**Beneficencia y no maleficencia:** Se obliga a firmar la comodidad de los individuos que colaboran en las indagaciones. En esta percepción, el habito del indagador obliga a contestar al próximo precepto común: no ocasionar perjuicio, reducir las probables secuelas desagradables y agrandar los rendimientos.

**Justicia:** El indagador se obliga actuar un dícrame justo, elogiabile y coger las cautelas indispensables para apoyar de que sus inclinaciones.

**Integridad Científica:** La lealtad o justicia se obliga dirigir no solo la labor investigativa de un indagador, sino que se obliga esparcirse a sus labores de instrucciones y a su práctica capacitado.

**Consentimiento informado y expreso:** En toda indagación se obliga enumerar con la presentación de empeño, anunciado, emancipado, cierto y determinado; por medio la cual los individuos como sometidos indagadores o autorizado de las notas congruentes el consumo de la indagación para la intención determinados fundado en el propósito.

## V. RESULTADOS

Datos generales	N	%
<b>Edad (años)</b>		
18 – 30	1	20.00
31 - 50	2	40.00
51 a más	2	40.00
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>100.00</b>
<b>Genero de los representantes</b>		
Masculino	3	60.00
Femenino	2	40.00
Total	5	100.00
<b>Grado de instrucción</b>		
Primaria	1	20.00
Secundaria	2	40.00
Estudios técnicos	1	20.00
Estudios universitarios	1	20.00
Total	5	100.00

### 5.1. Resultados

*Tabla 1., Características demográficas de los representantes de mype*

<b>Situación legal de la empresa</b>		
Formal	3	60.00
Informal	2	40.00
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>100.00</b>
<b>Tiempo de permanencia de su empresa en el rubro</b>		
0 a 3 años	1	20.00
4 a 6 años	2	40.00
7 a mas	2	40.00
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>100.00</b>

*Fuente: cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector: servicio, rubro restaurantes vegetarianos del distrito de Huánuco, 2020.*

### **Interpretación:**

En el cuadro 1 se observa que el 40% de los encuestados tienen las edades de 31 a 50 años, el 60% de los representantes pertenecen al género masculino, y el 40% de los representantes tienen el grado de instrucción de secundaria, el 60% de las mypes son formales, mientras que el 40% tienen una permanencia en 7 a más años.

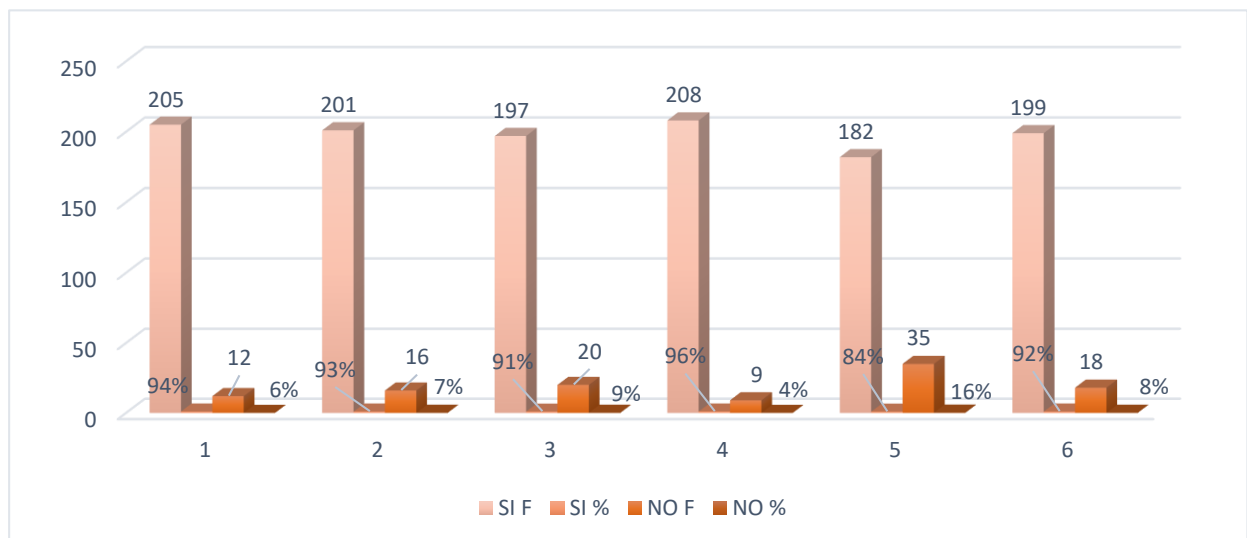
## Variable 1: atención al cliente

**Objetivo 1:** Determinar las características de atención al cliente de la micro y pequeñas empresas sector: servicio, rubro restaurantes vegetarianos del distrito de Huánuco, 2020

**Tabla 2.,** Valoración de atención al cliente

Ítems	SI		NO		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%
1. La atención en el restaurante es rápida y oportuna	205	94	12	6	217	100
2. El personal atiende con amabilidad y eficiencia	201	93	16	7	217	100
3. La sugerencias del cliente toma en cuenta para establecer normas de atención.	197	91	20	9	217	100
4. El personal está calificado para brindar un adecuado servicio	208	96	9	4	217	100
5. Al complacer al cliente le otorga buena imagen al restaurante.	182	84	35	16	217	100
6. El restaurante establece la garantía de brindar un servicio de calidad	199	92	18	8	217	100

**Fuente:** cuestionario aplicado a los clientes de los restaurantes



**Figura 1.,** Grafico de barras que representa valoración de atención al cliente.

### Interpretación:

**En la tabla 2 y figura 1 denominadas:** La atención en el restaurante es rápida y oportuna, se observa que el 94% si es oportuna la atención. Además, se observa que el 93% si atienden con amabilidad y eficiencia. Con respecto a la pregunta: ¿La sugerencia del cliente toma en cuenta para establecer normas de atención? Los resultados indican que el 91% si lo toman en cuenta las sugerencias. Además, el 96% si están calificados para brindar un adecuado servicio. En la pregunta: Al complacer al cliente le otorga buena imagen al restaurante. Indican que el 84% si otorgan una buena imagen. Y por último el 92% El restaurante si establece la garantía de brindar un servicio de calidad.

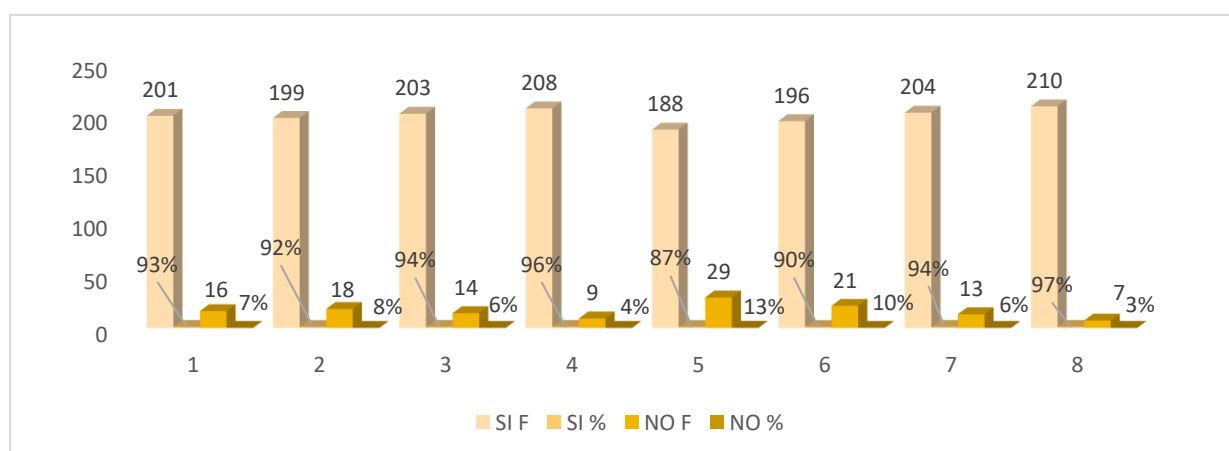
## Variable 2: gestión de calidad

**Objetivo 2:** Determinar las características de gestión de la micro y pequeñas empresas sector: servicio, rubro restaurantes vegetarianos del distrito de Huánuco, 2020.

**Tabla 3., Valoración de gestión de calidad**

Ítems	SI		NO		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%
Elaboración diaria de los productos cubre la necesidad del cliente.	201	93	16	7	217	100
Los productos se brindan a través de bolsas de papel y/o biodegradables	199	92	18	8	217	100
Realiza capacitaciones para la elaboración de los productos bajo estándares de calidad	203	94	14	6	217	100
Los Productos son variados y de cuidado para el estilo de vida para sus clientes	208	96	9	4	217	100
Los horarios son adecuados para la atención al cliente.	188	87	29	13	217	100
Los restaurantes predominan la calidad y salubridad en sus productos	196	90	21	10	217	100
La limpieza, el ambiente es acogedor que proyectan altas demandas del consumo	204	94	13	6	217	100
El proceso mejora el servicio para la gestión de calidad a los clientes.	210	97	7	3	217	100

**Fuente:** cuestionario aplicado a los clientes de los restaurantes



**Figura 2., :** Gráfico de barras que representa valoración de gestión de calidad.

### Interpretación:

**En la tabla 3 y figura 2 denominado:** Elaboración diaria de los productos cubre la necesidad del cliente, se observa el 93% si cubre la necesidad. Además, se observa el 92% si utilizan las bolsas de papel y/o biodegradables. Por otra parte, el 94% si realiza capacitaciones para la elaboración de los productos bajo estándares de calidad. Además, se observa el 96% si los productos son variados y de cuidado para el estilo de vida para sus clientes. Mientras el 87% si están de acuerdo con horarios de atención al cliente. Además, se observa el 90% Los restaurantes si predominan la calidad y salubridad en sus productos. Además, el 94% si es acogedor que proyectan altas demandas del consumo. Y por el ultimo el 97% El proceso si mejora el servicio para la gestión de calidad a los clientes.

## 5.2. análisis de resultados

En la tabla 1 denominado: “características demográficas” se observó que el total de la MYPE estudiadas 40% tienen las edades de 31 a 50 años. Según estudio realizado por Pinedo, (2019), se encontró que el 42% tenían las edades de 45 años, lo que podemos decir que si coincide con el dicho estudio. Por otro lado, con respecto a los generos de los representantes el 60% son masculinos. Esto tiene una coincidencia con Pinedo, (2019) donde se encontró que el 71% son de género masculino, mientras que el grado de instrucción el 40% tienen secundaria y así mismo la situación de la empresa el 60% son formales. Y el tiempo de permanencia de las empresas son de 4 a 6 años. Estos resultados coinciden con Pinedo, (2019).

En la tabla 2 denominado: La atención en el restaurante es rápida y oportuna, se observó que el 94%, la atención es rápido y oportuna. Alvarado & Torres, (2020), realizo una investigación donde llego a la siguiente conclusión, proponer estrategias claves que ayuden a la comercialización y permita brindar servicios de excelencia en atención al cliente, especializando al mercado en la venta de variedades de productos frescos y diferenciándolo con la incorporación de calidad en servicios adicionales. Por otro lado, Eliecer, (2014) define “la atención al cliente como en el grupo de tácticas que una empresa plantea para agrandar las carencias y perspectivas de los consumidores, incluso, mucho mejor que la emulación, la ayuda plena del trabajo que origina un valor adherido, del cual asegura la estancia y fidelidad del cliente”. La siguiente pregunta denominado: El personal atiende con amabilidad y eficiencia, se observó que el 93%. La atención es amable y eficiente. Siancas (2019), en su trabajo realizado donde llego a la siguiente conclusión, donde identificó que el restaurante debe conocer las inquietudes y necesidades para poder llegar a los clientes con la amabilidad y eficiencia, lo que evidencia que el restaurante conoce a sus clientes y se enfoca en satisfacer sus deseos y necesidades. Por otro lado,

Quispe (2019), en su investigación llego a la siguiente conclusión: la mayoría de los clientes estudiados afirman que existe una buena atención por parte del restaurante Eclipse, a través de la forma de comunicación que se les ofrece, con una buena cortesía por parte del restaurante y los comensales están satisfechas por el producto y servicio del restaurante. Además, Torres (2019), en su trabajo de investigación llego a la siguiente conclusión, ofrecer una solución implementando y realizando capacitaciones de servicio de atención al cliente, se desarrollará y fortalecerá el servicio eficaz, generando buena actitud de calidad a través de estándares de excelencia. En la pregunta denominado: El personal está calificado para brindar un adecuado servicio, se observa que el 96% están de acuerdo con la atención del personal. Estos resultados no coinciden con Jaime (2019), donde en su investigación llego a la siguiente conclusión, donde el personal encargado de atenderlos no se despide de forma adecuada en los restaurantes; así también, el personal encargado de atenderlos no les agradece su visita en los restaurantes y por último la mayoría de los clientes encuestados manifestaron que si les piden las disculpas del caso en caso que el mozo haya cometido algún percance a la hora de atenderlos. Por otro lado Quispe (2019), en su trabajo de investigación llego a la siguiente conclusión, el restaurante eclipse si ofrece una buena comunicación a sus comensales, a través de la forma como los mozos escuchan las peticiones de los comensales, en la presentación de los mozos demostrando uniformes y aseo personal y la carta que ofrece el restaurante, solo una minoría afirma lo contrario. Además, Arenal (2017), Es necesario conocer al cliente para poder darnos cuenta que tipo de servicio necesita y así poder cubrir con sus expectativas, ya que el cliente espera recibir buen servicio que va de acuerdo con el dinero que pagan y que encuentren en el mercado aquellos productos que realmente satisfagan sus necesidades. De acuerdo a la pregunta denominado: El restaurante establece la garantía de brindar un servicio de calidad, se observó que el 92% de los clientes los

restaurantes garantizan un buen servicio de calidad, estos resultados coinciden con Arenal (2017), es más rentable y difícil retener a los clientes actuales que captar nuevos clientes. Para lograr la fidelización de los clientes hay que buscar nuevos valores asociados al producto para que estos puedan sentirse satisfechos. Por otro lado Siancas (2019), en su trabajo de investigación llego a la siguiente conclusión, se identificó que el restaurante conoce las inquietudes, necesidades y anhelos de sus clientes, lo que evidencia que el restaurante conoce a sus clientes y se enfoca en satisfacer sus deseos y necesidades.

En la tabla 3 denominada: Elaboración diaria de los productos cubre la necesidad del cliente, se observa que el 93% de los clientes si están de acuerdo con los productos que preparan, estos resultados no coinciden con Cuenca, (2018), realizo en su investigación y llego a las siguiente conclusión: la gestión de calidad los clientes consideran que tanto el dueño como el personal no está comprometida con ofrecer productos de calidad y que la empresa no evalúa sus indicadores de compra. Por otra parte Arias (2013) se define como “lo que mejor se ajusta al uso que se pretende dar con el producto o servicio”. La relación que existe tiene un propósito del producto o servicio y su calidad, la debilidad reside en que diferentes personas o grupos sociales pueden tener diferentes deseos y necesidades y, por tanto, distintos estándares de calidad.



## **VI. Conclusiones**

- Se concluye que las características y/o elementos de atención al cliente están determinadas por amabilidad y eficacia en el cual los encuestados consideran que la atención que brinda el personal no es la adecuada (poco amable y eficaz), así como también consideran que los restaurantes está basada en el buen servicio, variedad, calidad e higiene en los productos, es por ello se considera que las Mypes deben estar en continua capacitación y motivación permanente del personal, para que brinde un buen servicio al cliente y de esta manera se sienta satisfecho con el producto y servicio recibido.
  
- Se concluye que las características de gestión de calidad están determinadas por la fijación de resultados bajo estándares de calidad, en el cual los encuestados consideran que la panadería predomina la elaboración de sus productos de acuerdo a los estándares de calidad, es por ello que las Mypes deben estandarizar sus procesos, ya que permite asegurar que las operaciones van a satisfacer al cliente y acompañen al empleado durante el desarrollo de sus tareas, guiándolas para desarrollarlas con excelencia, de esta manera mejorar la gestión de marketing.

## Referencias bibliográficas

- Alvarado, Vanessa Estefania, and Kimberly Tatiana Torres. 2020. *Diseño de Estrategias de Comercialización y Atención Al Cliente En El Mercado “ Las Manuelas ”, Cantón Durán- Provincia Del Guayas.*
- Arias, Alicia. 2018. *Calidad de Los Servicios y Satisfacción Del Usuario.*
- Asencio, Jose, and Erick Briones. 2020. “*Desarrollo de Un Sistema Web Para La Gestión, Registro y Clasificación de Restaurantes En La Ciudad de Guayaquil.*” *Univeridad de Guayaquil* (proyecto de factibilidad técnica, económica y financiera del cultivo de ostra del pacífico en la parroquia manglaralto, cantón santa elena, provincia de santa elena):136.
- Camisión, Cesar, Sonia Cruz, and Tomas González. 2017. “*Diseño de Un Sistema de Gestión de Calidad Bajo La Norma ISO 9001:2008 Para La Asociación Artesanal Unidad de Producción y Servicios Del Liceo Fernández Madrid.*” Vol. 1.
- Carro paz, Roberto, and Daniel Gonzales Gómez. 2018. “Administración De La Calidad Total:” *Administración de Las Operaciones* 8(1):21–26. doi: 10.31381/gbaj.v2i1.1454.
- Cuenca, Priscila Cecilia. 2018. “Caracterización de La Gestión de Calidad y Satisfacción Del Cliente En Las MYPES Del Sector Servicio Restaurantes En El Cercado de Tumbrs, 2018.” *Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote* 69.
- Escobar, Jose, and Jacqueline Goyes. 2019. “Estudios de Modelos de Gestion de Calidad En Restaurantes Del Canton Playas, Provincia de Guayas.” *Universidad de Guayaquil* 110.

- Gonzales Meza, Gianella Xiomara. 2019. "Gestion de Calida En La Capacitacion, de Las Mypes Del Sector Servicio-Rubro Hospedajes En Tingo Maria, Provincia de Leóncio Prado, Año 2017." *Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote* 70.
- Gonzales Ortiz, Oscar, and Jaime Arciniegas Ortiz. 2017. "Sisema De Gestión De Calidad." *Ecoe Ediciones* 2:24.
- González de Buitrago, José Manuel. 2010. "Gestión de La Calidad." *Técnicas y Métodos de Laboratorio Clínico* 109–19. doi: 10.1016/b978-84-458-2029-2.50009-4.
- Heras, Iñaki, Germán Arana, César Camisón, Martí Casadesús, Aloña Martiarena, and Deusto Publicaciones. 2017. *Proceso de Gestión de La Calidad y Competitividad de Las Empresas de La CAPV*.
- Hernández Sampieri, Roberto, and Christian Paulina Mendoza Torres. 2018. *Metodología de La Investigación - Las Rutas Cuantitativa, Cualitativa y Mixta*.
- Jaime, Erlinda. 2019. "Atención Al Cliente En Las Micro y Pequeñas Empresas Rubro Restaurantes, Distrito San Juan Bautista, Ayacucho, 2019." *Universidad Católica Los Angeles de CHimbote* 106.
- Lizarzaburu Bolaños, E. R., Edmundo R. 2016. "La Gestión de La Calidad En Perú: Un Estudio de La Norma ISO 9001, Sus Beneficios y Los Principales Cambios En La Versión 2015." *Universidad & Empresa* 18(30):33–54. doi: 10.12804/rev.univ.empresa.30.2016.02.
- Lopez Ramirez, Hellen Julieth. 2019. "Gestion de Calidad En Atencion Al Cliente En

Las PYPES Del Sector Servicio Rubro Hoteleria, En El Distrito de Rupa - Rupa Leoncio Prado 2019.” 152.

Meza, Masgo Deysi Leidith. 2019. “Gestion de Calidad En La Atencion Del Cliente En Las Micro y Pequeñas Empresas Del Sector Comercio - Rubro Venta de Calzado Del Distrito de Rupa - Rupa, Provincia de Leoncio Prado, 2020.” 0–2.

Nebrera Herrera, Jaime. 2017. “Introducción a La Calidad Capítulo 1 Contenido Del Módulo.” *Curso Decalidad Por Interner* 1:32.

Ortiz, Díaz Dante. 2018. “Gestión de Calidad Con Uso Del Marketing de Las Micro y Pequeñas Empresas, Sector Servicio, Rubro Restaurantes Del Distrito de Jose Crespo y Castillo, Aucayacu-Año 2017.”” 150.

Parreño, Roberto Luis. 2019. “diseño de Un Sistema de Gestion de Calidad Bajo Los Lineamientos de La Norma ISO 9001: 2015 Para El Restaurante “La Jama”, Ubicado En Ell Canton Duran de La Provincia de Guayas.”” *Univeridad de Guayaquil* 75.

Pinedo, Ruíz Katerine. 2019. *Gestion de Calidad y Eficacia En Los Procesos Administrativos de Las Mypes Del Sector Financiero, Cooperativas de Ahorro y Credito-Juanjui, San Martin, 2019.*

Quispe, Garavay Alcida. 2019. “Atención Al Cliente En Las Micro y Pequeñas Empresas Del Rubro Restaurantes Económicos, Caso Restaurante Eclipse, Distrito de Querobamba, Provincia de Sucre, Región Ayacucho, 2019.” *Universidad Catolica Los Angeles de CHimbote* 77.

Roman, Susan Yuriko. 2018. “Caracterización de La Atencion Al Cliente y Las Ventas

En Las Micro y Pequeñas Empresas Del Rubro Restaurantes Del Distrito de Huanta, Ayacucho, 2018.” *Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote* 68.

Siancas, Yenifer Liliana. 2019. *Características de La Gestión de La Calidad y La Atención Al Cliente Del Restaurante Peruano Turístico El Tío Jhony Del Distrito de Sullana, Año 2018.*

Solano, Gisell, and Jesús Nereida Aceves. 2016. “Importancia de La Calidad Del Servicio Al Cliente, Para El Funcionamiento de Las Empresas.” *Revista El Buzón de Pacioli* 1(82):4–13.

Ticona, Ticacala, Janet susana. 2020. *Propuesta de Mejora En La Atencion Al Cliente Como Factor Relevante Para La Gestión de Calidad En Las MYPES Del Sector Servivios, Rubro Salon de Belleza de La Ciudad de Tingo Maria, 2020.*

Torres, Roberth steven. 2019. “Diseño De Propuesta Para Mejorar La Calidad Del Servicio Al Cliente En La Sanducheria Y Pasteleria “ Del Canton Samborondon.” *Univeridad de Guayaquil.*

Velasquez, Anny. 2019. ‘Propuesta de Estrategias Para Mejorar La Atención y El Servicio Al Cliente En El Restaurante Rotita Ubicado En La Ciudad de Guayaquil.’” *Univeridad de Guayaquil.*

## ANEXO:

¡Buen día!, me encuentro realizando una investigación con el fin de conocer propuesta de mejora en la atención al cliente para la gestión de calidad de la micro y pequeñas empresas sector: servicio, rubro restaurantes vegetarianos del distrito de Huánuco, 2020, por ello acudo a Ud. Con el fin de que responda a unas preguntas sencillas marcando un aspa (X) en la respuesta que Ud. considere más conveniente. Su participación en la investigación es 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, los que se publicaran en el repositorio de la universidad.

Su participación es muy valiosa y se agradece por ello.

N°	PREGUNTAS	Si	No
1	¿El cliente es prioridad para su negocio?		
2	¿La calidad de los productos que ofrecen garantiza satisfacción al cliente?		
3	¿El ambiente del restaurante es acogedor?		
4	¿Los colaboradores están comprometidos con mejorar la calidad del producto y servicio?		
5	¿Todo el personal asiste a las capacitaciones programadas?		
6	¿Existen los medios necesarios para el desarrollo de la calidad de los productos y servicios?		
7	¿Planifica la implantación de nuevas mejoras?		
8	Tienen un control de deficiencia (buzón de sugerencias)		
9	La infraestructura del restaurant es adecuada para el servicio brindado.		
10	Los ambientes del restaurant son los apropiados		
11	El personal utiliza el uniforme adecuado para la atención		
12	El material informativo es atractivo y fácil de entender		
13	La atención del personal es amable y adecuada		
14	El lenguaje comprensible del personal le permitió el entendimiento		
15	15. El personal entiende sus necesidades de acuerdo a lo solicitado		
16	El horario de atención del restaurant se adapta a las necesidades del cliente		
17	El comportamiento de los empleados le genero confianza		

## CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, **Carlos Jesús Chacaltana Buenafuente**, Identificado con **DNI N° 17878519** con Registro de colegiatura **REGUC N° 01639**, con profesión Licenciado en Administración y ejerciendo actualmente como experto; por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el instrumento de recolección de datos del trabajo: **PROPUESTA DE MEJORA EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD DE LA MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS SECTOR: SERVICIO, RUBRO RESTAURANTES VEGETARIANOS DEL DISTRITO DE HUÁNUCO, 2020**, presentado por la estudiante universitaria de la escuela de Administración. Los resultados de la revisión realizada corresponden a aspectos como la adecuación (correspondencia del contenido de la pregunta con los objetivos de la investigación); la pertinencia (relación estrecha de la pregunta con la investigación) y la redacción (interpretación unívoca del enunciado de la pregunta, a través de la claridad y precisión del uso del vocabulario técnico) de cada uno de los ítems presentados; el detalle se presenta en el cuadro a continuación:

<b>MATRIZ DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS</b>									
Orden	Pregunta	CRITERIOS DE EVALUACIÓN							
		¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
		Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
	<b>VARIABLE DE CALIDAD DE SERVICIO</b>								
1	¿El cliente es prioridad para su negocio?	<b>X</b>			<b>X</b>		<b>X</b>		<b>X</b>
2	¿La calidad de los productos que ofrecen garantiza satisfacción al cliente?	<b>X</b>			<b>X</b>		<b>X</b>		<b>X</b>
3	¿El ambiente del restaurante es acogedor?	<b>X</b>			<b>X</b>		<b>X</b>		<b>X</b>
4	¿Los colaboradores están comprometidos con mejorar la calidad del producto y servicio?	<b>X</b>			<b>X</b>		<b>X</b>		<b>X</b>
5	¿Todo el personal asiste a las capacitaciones programadas?	<b>X</b>			<b>X</b>		<b>X</b>		<b>X</b>

6	¿Existen los medios necesarios para el desarrollo de la calidad de los productos y servicios?	X			X		X		x
7	¿Planifica la implantación de nuevas mejoras?	X			X		X		X
8	Tienen un control de deficiencia (buzón de sugerencias)	X			X		X		X
9	La infraestructura del restaurant es adecuada para el servicio brindado.	X			X		x		x
10	Los ambientes del restaurant son los apropiados	X			X		x		x
11	El personal utiliza el uniforme adecuado para la atención	X			X		X		X
12	El material informativo es atractivo y fácil de entender	X			X		X		X
13	La atención del personal es amable y adecuada	X			X		X		X
14	El lenguaje comprensible del personal le permitió el entendimiento	X			X		X		X
15	15. El personal entiende sus necesidades de acuerdo a lo solicitado	X			X		X		X
16	El horario de atención del restaurant se adapta a las necesidades del cliente	X			X		X		X
17	El comportamiento de los empleados le genero confianza	X			X		X		X

Lic. Adm. Chacaltana Buenafuente Carlos  
CLAD 01637

**Mg Carlos Jesús Chacaltana Buenafuente**



**solicitud de autorizacion**

**SOLICITO: AUTORIZACIÓN PARA REALIZAR  
TRABAJO DE INVESTIGACIÓN**

SR. FLORA LORENZA BARRIOS LEON  
Dueña del restaurante "Buena Vida" E.I.R.L.

Yo, **MIRAVAL GUIBARRA HEDY  
ROSIO**, identificada con DNI N° 72176441,  
con domicilio Jirón Santos Chocano Mz "J"  
Lt.06 San Luis del distrito de Amarilis,  
Huánuco. Ante Ud. Respetuosamente  
expongo:

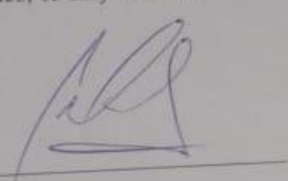
Siendo estudiante de la escuela profesional de administración de la universidad católica los ángeles de Chimbote solicito a usted permiso para realizar trabajando de investigación en su Restaurante sobre: PROPUESTA DE MEJORA EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD DE LA MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS SECTOR: SERVICIO, RUBRO RESTAURANTES VEGETARIANOS DEL DISTRITO DE HUÁNUCO, 2020. En tal sentido solicito la autorización para ejecución del proyecto de investigación así mismo me comprometo a cumplir con las buenas prácticas de la investigación.

**POR LO EXPUESTO:**

Ruego a usted acceder a mi solicitud

Huánuco, 15 mayo del 2019.



  
Flora Lorenza Barrios León  
Dueña del restaurante  
DNI 22487557

## Captura de la similitud del turnitín

### pre informe

---

#### INFORME DE ORIGINALIDAD

---

4%

INDICE DE SIMILITUD

4%

FUENTES DE INTERNET

0%

PUBLICACIONES

0%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

---

#### FUENTES PRIMARIAS

---

1

repositorio.uladech.edu.pe

Fuente de Internet

4%

---

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias < 4%

Excluir bibliografía

Activo

# PROPUESTA DE MEJORA EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD DE LA MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS SECTOR: SERVICIO, RUBRO RESTAURANTES VEGETARIANOS DEL DISTRITO DE HUÁNUCO, 2020."

ORIGINALITY REPORT

8%

SIMILARITY INDEX

21%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

4%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

[es.scribd.com](https://es.scribd.com)

Internet Source

5%

2

[repositorio.uladech.edu.pe](https://repositorio.uladech.edu.pe)

Internet Source

4%

Exclude quotes Off

Exclude matches < 4%

Exclude bibliography Off