



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FACULTAD CIENCIAS CONTABLES
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

LA GESTIÓN DE CALIDAD Y LA ATENCIÓN AL
CLIENTE DE LOS RESTAURANTES DEL DISTRITO
PACAIPAMPA, AÑO 2019

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN

AUTORA:

MELITZA CHUMACERO VELASCO

ORCID: 0000-0001-8995-8925

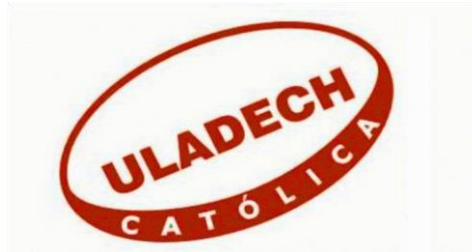
ASESOR:

Mgtr. CARLOS DAVID RAMOS ROSAS

ORCID: 0000-00002-5868-2441

SULLANA – PERÚ

2019



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FACULTAD CIENCIAS CONTABLES
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

LA GESTIÓN DE CALIDAD Y LA ATENCIÓN AL
CLIENTE DE LOS RESTAURANTES DEL DISTRITO
PACAIPAMPA, AÑO 2019

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN

AUTORA:

MELITZA CHUMACERO VELASCO

ORCID: 0000-0001-8995-8925

ASESOR:

Mgtr. CARLOS DAVID RAMOS ROSAS

ORCID: 0000-00002-5868-2441

SULLANA – PERÚ

2019

EQUIPO DE TRABAJO

AUTORA

Melitza Chumacero Velasco
ORCID: 0000-0001-8995-8925
Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Estudiante de Pregrado,
Sullana, Perú

ASESOR

Mgr. Carlos David Ramos Rosas
ORCID: 0000 – 00002-5868-21441
Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias
Administrativa,
Escuela Profesional de Administración, Sullana, Perú.

JURADO

Mgr. Victor Hugo Vilela Vargas
ORCID: 0000 - 0003 - 2027 - 6920
Mgr. María del Carmen Rosillo de Purizaca
ORCID: 0000 – 0003 - 2177 - 5676
Dr. Félix Wong Cervera
ORCID: 0000 - 0002 - 5205 – 4751

HOJA DE FIRMA DE JURADO

Mgtr. VÍCTOR HUGO VILELA VARGAS

Presidente del Jurado

Mgtr. MARÍA DEL CARMEN ROSILLO DE PURIZACA

Miembro del Jurado

Dr. FÉLIX WONG CERVERA

Miembro del Jurado

Mgtr. CARLOS DAVID RAMOS ROSAS

ASESOR

AGRADECIMIENTO

A Dios por ser la fuerza mayor que me ha guiado para seguir adelante.

A mis padres por ser mi ejemplo de vida y perseverancia.

A todos mis maestros, aquellos que marcaron cada etapa de mi camino universitario.

DEDICATORIA

A mis padres quienes son ejemplo de perseverancia por sus consejos, sus valores, por su apoyo incondicional y por todo su amor.

RESUMEN

La presente investigación “La Gestión de Calidad y la Atención al Cliente de los restaurantes del Distrito de Pacaipampa, año 2019” cumple la línea de investigación dada por la Universidad Uladech, siendo asignada a la escuela de administración, variables de gestión de calidad y atención al cliente, Los restaurantes de la ciudad de Pacaipampa atienden a propios, foráneos y turistas que de manera frecuente llegan, así también se ve favorecida por el crecimiento económico de la ciudad y el desarrollo de la tecnología. El enunciado del problema es el siguiente ¿Cuáles son las características de la gestión de calidad y la atención al cliente en los restaurantes del Distrito de Pacaipampa, año 2019? el objetivo general se describe de la manera siguiente: Describir las características de la gestión de calidad y la atención al cliente en los restaurantes del Distrito de Pacaipampa, año 2019. La investigación fue de tipo descriptivo, nivel cuantitativo, diseño no experimental, la información básica utilizada fue la técnica de la encuesta, el instrumento del cuestionario, y herramientas del programa Excel y el programa SPSS versión 21. Se llegó a identificar que el 100% de los productos dan beneficio a la empresa, ya que generan confianza y satisfacción del cliente, el negocio es recordado con facilidad por los clientes. Un 100% considera la etapa de evaluación, el trabajador es evaluado considerando la queja del trabajador. El 70% indicó que el personal tiene autodominio mostrado educación y el respeto. El 68% manifestó que la dimensión de personal es importante porque los trabajadores tienen buena presentación y atienden con rapidez al cliente.

Palabras claves: Gestión de Calidad, Atención al Cliente, Restaurante, MYPE

ABSTRACT

This research "Quality Management and Customer Service of the restaurants of the Pacaipampa District, year 2019" meets the line of research given by the Uladech University, being assigned to the school of administration, quality management and care variables To the client, the restaurants of the city of Pacaipampa serve their own, foreign and frequent tourists, so it is also favored by the economic growth of the city and the development of technology. The problem statement is as follows: What are the characteristics of quality management and customer service in the restaurants of the Pacaipampa District, year 2019? The general objective is described as follows: Describe the characteristics of quality management and customer service in the restaurants of the Pacaipampa District, year 2019. The research was descriptive, quantitative level, non-experimental design, information the basic technique used was the survey technique, the questionnaire instrument, and tools of the Excel program and the SPSS version 21 program. It was identified that 100% of the products benefit the company, since they generate confidence and satisfaction of the customer, the business is easily remembered by customers. 100% consider the evaluation stage, the worker is evaluated considering the worker's complaint. 70% indicated that the staff has self-control shown education and respect. 68% said that the staff dimension is important because workers have a good presentation and attend quickly.

Keywords: Quality Management, Customer Service, Restaurant, MYPE

TABLA DE CONTENIDO

EQUIPO DE TRABAJO	iii
HOJA DE FIRMA DE JURADO	iv
AGRADECIMIENTO	v
DEDICATORIA	vi
RESUMEN	vii
ABSTRACT.....	viii
TABLA DE CONTENIDO	ix
ÍNDICE DE TABLAS	xi
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xiii
ÍNDICE DE CUADROS	xv
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. REVISIÓN DE LA LITERATURA	9
2.1 Antecedentes.....	9
2.1.1 Variable gestión de calidad	9
2.1.2 Variable atención al cliente	17
2.2 Bases teóricas	26
2.2.1 Gestión de calidad	26
2.2.1.1 Beneficios que genera la gestión de calidad	26
2.2.1.2 Etapas de la gestión de calidad.....	27
2.2.2 Atención al cliente.....	29
2.2.2.1 Principales características de la atención al cliente.	29
2.2.2.2 Dimensiones de la atención al cliente	31
III. HIPÓTESIS	33
IV. METODOLOGÍA.....	34
4.1 Diseño de la investigación.....	34
4.2 Población y muestra	34
4.2.1 La población.....	35
4.2.2 La muestra	35
4.3 Matriz de operacionalización de las variables e indicadores.....	37
4.4 Técnicas e instrumentos	39
4.4.1 Técnica	39

4.4.2 Instrumento	39
4.5 Plan de análisis	40
4.6 Matriz de consistencia	41
4.7 Principios éticos.....	42
V. RESULTADOS.....	43
5.1 Resultados.....	43
5.1.1 Variable gestión de calidad	43
5.1.2 Variable atención al cliente.....	60
5.2 Análisis de resultados	74
VI. CONCLUSIONES.....	91
ASPECTOS COMPLEMENTARIOS	93
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	94
ANEXOS	99
Anexo N° 01 Presupuesto	99
Anexo N° 02 Cronograma de actividades.....	100
Anexo N° 03 Instrumento de recolección de datos.....	102
Anexo N° 04 Libro de código.....	108
Anexo N° 05 Validación del estadístico.....	118
Anexo N° 07 Juicio de expertos	122
Anexo N° 08 Evidencias de la encuesta	131

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Su negocio es recordado fácilmente por los consumidores	43
Tabla 2 El acercamiento con el comprador facilita su proceso de ventas	44
Tabla 3 El consumidor constante lo invita a mejorar la presentación de las plantas..	45
Tabla 4 Por lo general busca clientes que le ayuden a fortalecer y mejorar los procesos de elaboración de platos de comida	46
Tabla 5 Cree usted que el adecuado desarrollo del trabajo de sus colaboradores le da confianza en el negocio.....	47
Tabla 6 Si sus empleados son más atractivos hace más competente a su negocio	48
Tabla 7 La calidad de los productos que expende garantiza satisfacción al cliente ...	49
Tabla 8 Cree usted que la calidad del servicio y del producto motiva al consumidor a regresar.....	50
Tabla 9 Los comentarios de su cliente por lo general los escucha y lo mueven al cambio	51
Tabla 10 Considera que el desarrollo de su personal en habilidades y actitudes le ayuda a la fidelización del cliente	52
Tabla 11 Los procesos de elaboración de platos bien definidos ayudan a disminuir errores	53
Tabla 12 Realizar cambios en los restaurantes le genera temor de disminuir clientes	54
Tabla 13 Usted en su condición de titular decide los procesos a implementar	55
Tabla 14 Generalmente diseña los productos que el cliente requiere y consume habitualmente.....	56
Tabla 15 Usted ha establecido guías para la elaboración de los productos y atención al cliente.....	57
Tabla 16 El personal de cocina y atención al cliente aplica las guías y manuales	58

Tabla 17 Para evaluar al trabajador que atiende al cliente, considera la queja del cliente	59
Tabla 18 Alguna vez se le ha quedado algo en el restaurante, y el mozo le ha alcanzado antes de abandonar el local	60
Tabla 19 Cuando usted ha formulado su pedido, siempre le ha traído todo lo requerido	61
Tabla 20 Considera que los trabajadores siempre tienen actitudes transparentes para brindarle atención	62
Tabla 21 Alguna vez a formulado un pedido, y al ser atendido a superado sus expectativas.....	63
Tabla 22 Alguna vez ha sido atendido, exactamente con lo que usted requirió.....	64
Tabla 23 Considera que el personal siempre se adelanta a sugerirle lo que pretende tiene como expectativa.....	65
Tabla 24 El personal que atiende en el comedor del restaurante es educado y respetuoso	66
Tabla 25 Siempre le saludan con mucha gentileza y le conducen a la mesa	67
Tabla 26 Los ambientes del restaurante presentan buen aspecto interno y externo ...	68
Tabla 27 Existen espacios libres para la transitabilidad de los clientes.....	69
Tabla 28 El personal atiende con rapidez y tiene buena presentación.....	70
Tabla 29 Los ambientes del restaurante son aromatizados	71
Tabla 30 Considera que los insumos con que preparan la comida son frescos	72
Tabla 31 Siempre le atienden las quejas que presenta.....	73

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Su negocio es recordado fácilmente por los consumidores	43
Gráfico 2 El acercamiento con el comprador facilita su proceso de ventas	44
Gráfico 3 El consumidor constante lo invita a mejorar la presentación de las plantas	45
Gráfico 4 Por lo general busca clientes que le ayuden a fortalecer y mejorar los procesos de elaboración de platos de comida	46
Gráfico 5 Cree usted que el adecuado desarrollo del trabajo de sus colaboradores le da confianza en el negocio.....	47
Gráfico 6 Si sus empleados son más atractivos hace más competente a su negocio ..	48
Gráfico 7 La calidad de los productos que expende garantiza satisfacción al cliente	49
Gráfico 8 Cree usted que la calidad del servicio y del producto motiva al consumidor a regresar.....	50
Gráfico 9 Los comentarios de su cliente por lo general los escucha y lo mueven al cambio.....	51
Gráfico 10 Considera que el desarrollo de su personal en habilidades y actitudes le ayuda a la fidelización del cliente.....	52
Gráfico 11 Los procesos de elaboración de platos bien definidos ayudan a disminuir errores	53
Gráfico 12 Realizar cambios en los restaurantes le genera temor de disminuir clientes	54
Gráfico 13 Usted en su condición de titular decide los procesos a implementar	55
Gráfico 14 Generalmente diseña los productos que el cliente requiere y consume habitualmente.....	56
Gráfico 15 Usted ha establecido guías para la elaboración de los productos y atención al cliente.....	57
Gráfico 16 El personal de cocina y atención al cliente aplica las guías y manuales ..	58

Gráfico 17 Para evaluar al trabajador que atiende al cliente, considera la queja del cliente.....	59
Gráfico 18 Alguna vez se le ha quedado algo en el restaurante, y el mozo le ha alcanzado antes de abandonar el local	60
Gráfico 19 Cuando usted ha formulado su pedido, siempre le ha traído todo lo requerido	61
Gráfico 20 Considera que los trabajadores siempre tienen actitudes transparentes para brindarle atención	62
Gráfico 21 Alguna vez a formulado un pedido, y al ser atendido a superado sus expectativas.....	63
Gráfico 22 Alguna vez ha sido atendido, exactamente con lo que usted requirió.....	64
Gráfico 23 Considera que el personal siempre se adelanta a sugerirle lo que pretende tiene como expectativa.....	65
Gráfico 24 El personal que atiende en el comedor del restaurante es educado y respetuoso	66
Gráfico 25 Siempre le saludan con mucha gentileza y le conducen a la mesa.....	67
Gráfico 26 Los ambientes del restaurante presentan buen aspecto interno y externo	68
Gráfico 27 Existen espacios libres para la transitabilidad de los clientes	69
Gráfico 28 El personal atiende con rapidez y tiene buena presentación	70
Gráfico 29 Los ambientes del restaurante son aromatizados.....	71
Gráfico 30 Considera que los insumos con que preparan la comida son frescos	72
Gráfico 31 Siempre le atienden las quejas que presenta.....	73

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N° 1 Dimensiones de la Atención al Cliente.....	31
Cuadro N° 2 Relación de MYPES	35
Cuadro N° 3 Matriz de operacionalización de las variables.....	37
Cuadro N° 4. Matriz de consistencia o coherencia interna.....	41

I. INTRODUCCIÓN

El Perú según el Instituto Nacional de Estadística tiene un crecimiento acelerado de micro y pequeñas empresas, convirtiéndose en una importante fuente de empleo, por ende, las MYPE ya establecidas deben buscar mejorar la gestión de calidad y la atención al cliente que aplican, para poder destacar frente a las nuevas empresas que vienen haciendo presencia en distrito de Pacaipampa, espacio donde se aplica la presente indagación científica.

El lugar o espacio donde se desarrollo la investigación es en el Distrito de Pacaipampa, en el cercado del mismo, no involucra a las localidades aledañas. Pacaipampa es un Distrito que pertenece a la Provincia de Ayabaca, Región Piura. Su población es dedicada a la agricultura en su mayoría y a la ganadería; el desarrollo que ofrece el gobierno local genera proyectos que moviliza y desmoviliza una gran cantidad de personas, por qué no decir que varios centros comerciales tienen ya en su planilla personal que realiza actividades comerciales. Ello viene generando una mayor afluencia de ciudadanos de la misma localidad y otros distritos y provincias.

El auge de los restaurantes se debe además a la transversalidad de la actividad turística en Pacaipampa, ello lleva el incremento de los visitantes a los restaurantes, clientes que día a día obligan a mejorar la gestión y la atención al cliente.

La presente investigación desde la óptica del entorno interno de la organización de los restaurantes se puede observar que la dirección de recursos humanos, cuentan con personal escaso, generalmente el dueño es el que prefiere atender directamente al cliente y asegurar la delicada atención que estos exigen. Pacaipampa no tiene una gastronomía muy amplia que se diga, es limitada a los productos, aves y animales de la zona, es muy

escasa la presencia de platos de comida en el que se pueda apreciar un buen mero, u otra especie mariana (Beatrice A, Mesones. A y Roca. E. (s/f).)

Cada MYPE tiene una organización que está formada principalmente por personas del mismo linaje familiar, es decir con relaciones de sangre, por lo cual, no se llega a dar una asertiva selección de personal, sino que se suele realizar a través de recomendaciones entre este grupo familiar.

Si hablamos del factor tecnológico existente en los restaurantes del distrito de Pacaipampa se tiene visto que no cuentan con una excelente tecnología, se adecuan a la realidad de la zona, sus mesas generalmente son de madera, una que otra tiene una mesa metálica con fornic, por otra parte los espacios son pequeños ya que las mesas acortan los pasillos, los propietarios aprovechan al máximo el espacio sobre todo en la horas punta de atención al público, en el desayuno dado que las personas salen a trabajar y generalmente no desayunan con tranquilidad, siempre apurados y contra el tiempo, igual sucede en la hora de almuerzo los trabajadores tienen un tiempo limitado para poder comer sus alimentos.

Los micro empresarios no cuentan con una logística de almacén dado que siempre compran los ingredientes y alimentos sólo para atender la venta del día, tienen una buena estrategia, preparar lo que la experiencia anterior les marca, por eso preparan comida limitada y si alguien aparece lo atienden con un poco más de tiempo porque le preparan en el momento.

Ahora para poder explicar de manera ordenada el entorno externo a través de la técnica PESTEL, el análisis de las 5 fuerzas de Porter. Es el más indicado ya que es una herramienta muy utilizada por las organizaciones para la toma de decisiones y poder tener una idea y a través de esta fabricar diversos planes estratégicos para poder alcanzar las

metas de la organización. Este análisis nos presenta 6 dimensiones a tomar en cuenta, las cuales son Político, Económico, Socio-Cultural, Tecnológico, Ecológico y Legal.

El entorno político existe cierta estabilidad política, como sabemos en este momento el país no se encuentra en una situación política muy favorable, sin embargo, cabe resaltar que estas organizaciones se mantienen funcionando con la mayor normalidad, quizá la distancia y la forma de vida la población no percibe la problemática. Los factores políticos en lo que a la minería refieren si afecta a la población de Pacaipampa por el tema de la convivencia de la agricultura con la minería. Relacionado a los impuestos estos sufren variaciones cada año ya que están estrechamente vinculados en su aplicación a la unidad impositiva tributaria, y en los impuestos se aplica en base a las utilidades el 30% para el impuesto a la renta y el 18 % del impuesto general a las ventas. Los gobiernos locales no mejoran el ornato de la ciudad, no hay inversión, sus calles no mejoran con veredas malogradas, iluminación pobre y muy distante entre cada poste. La tasa de desempleo en este rubro es baja Pacaipampa tiene una PEA equilibrada, la población en la edad de mayoría de edad o se dedica a trabajar en el mismo Pacaipampa o migra para estudiar en otra ciudad. Hablando de los precios estos son bajos muy cómodos y accesibles a la economía de la zona, a los visitantes les beneficia por ello prolongan su estadía.

En el ámbito económico, los consumidores no se ven afectados con los precios. Las MYPE restaurantes de Pacaipampa casi no acceden al sistema financiero, para ellos las tasas de interés son altas y no les conviene encarecer su producto final. Contribuye en el Producto Bruto Interno expresa el valor monetario de la producción de bienes y servicios de demanda en la gastronomía en el distrito de Pacaipampa. La tasa de inflación registrada en Piura fue del 3.79% durante el año 2017 incidiendo el incremento de los pasajes urbano, los espacios de esparcimientos, los servicios y la enseñanza, los bienes y

enseres y el servicio de mantenimiento conservación de las viviendas. La tasa de crecimiento poblacional en el Gobierno Regional de Piura es del orden de 0.8% proyectada al 2021 siendo el mayor porcentaje de los varones.

El Instituto Peruano de Economía, afirma que los servicios básicos de acceso al agua, y saneamiento básico en las provincias de Ayabaca y Huancabamba enfrentan una situación caótica dado que un alto porcentaje de la población no tiene acceso a los servicios básicos, presentando esta situación durante los años del 2007 al 2019 estando en gran desventaja con relación al resto de las provincias de la región Piura.

Dentro del aspecto socio – cultural de la organización, son la aplicación y uso de los valores, costumbres y normas que regulan a las personas dentro de una organización, las preferencias de una sociedad o sus costumbres o su estilo de vida, de cada población y ver como esto va cambiando en el tiempo, que permite conocer temas importantes como: idioma, la religión, estilo de vida, los diferentes niveles de educación adquiridos por la propia población, sus niveles de ingresos acorde con las diferentes actividades que desarrollan, con distinción de todos aquellos que se dedican a una sola actividad de la cual dependen la atención de sus necesidades.

Si hablamos del ámbito tecnológico, podemos darnos cuenta que esta organización cuenta con los instrumentos necesarios y actualizados con respecto al resto del mundo, los restaurantes de Pacaipampa son muy pocos o escasos los que utilicen la tecnología a la orden del día, las empresas de restaurantes de Pacaipampa tienen que actualizarse y empezar a utilizar las nuevas tecnologías que aportan grandes oportunidades de crecimiento del negocio, facilita la data de los requerimientos de los clientes. Del mismo modo la tecnología del internet les ofrece la oportunidad de ingresar y navegar dando a conocer su negocio y promocionando sus productos y espacios

recreativos. La tecnología bien aplicada aporta con creces en la rentabilidad y resultados económicos de la MYPE y mejora los procesos.

En el ámbito ecológico, Pacaipampa aun siendo uno de los pueblos de la sierra Piura más alejados, se preocupa por aportar conscientemente en el manejo del ecosistema, buscando disminuir, amenguar o eliminar el deterioro ambiental. Por lo que el estado peruano ha dado diversidad de leyes que protegen el ecosistema.

En el ámbito legal, que, el estado peruano regula la organización y clasificación de los restaurantes, es así que la Ley N° 27790, Ley de Organización y Funciones del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, y la Ley N° 26961, Ley para el Desarrollo de la Actividad Turística, el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo – MINCETUR. El Decreto Supremo N° 021-93-ITINCI, se aprobó el Reglamento de Restaurantes.

Cuando hablamos del poder de negociación de los compradores, se pudo identificar que muy pocas veces se presentan estos casos, sin embargo, es verdad que algunas veces las personas no están de acuerdo con el precio, sin embargo, no tienen los compradores poder de negociación por las condiciones de distancia, geografía, y los precios que son bajos.

Tenemos el poder de negociación de los proveedores, se da el mismo caso no tienen ningún tipo de poder de negociación dado que los restaurantes se abastecen de los propios productos que se producen en la zona.

La amenaza de nuevos competidores entrantes es realmente baja, crear una empresa de gastronomía es enfrentarse a precios bajos, productos de la zona, el transporte de insumos diferentes sería demasiado caro que se trasladaría de Piura, lo que implica una logística amplia para conservación de los productos. La zona no se convierte en atractiva, donde el flujo turístico tenga una incidencia alta que conlleve a invertir.

La amenaza de productos sustitos no se puede decir tal cosa, existe en esa zona los escasos de productos que lo que sí existe es la variedad de platos de comida, que se deben procesar para mantenerse en el mercado.

La rivalidad entre competidores se da algunas formas de competir, principalmente en los precios, son muy inestables y propensas a dejar a todo un sector industrial.

La investigación luego de la descripción efectuada se formuló el siguiente enunciado: ¿Cuáles son las características de la gestión de calidad y la atención al cliente en los restaurantes del Distrito de Pacaipampa, año 2019?

De la misma forma se generaron los objetivos, precisando el objetivo general: Describir las características de la gestión de calidad y la atención al cliente en los restaurantes del distrito de Pacaipampa, año 2019.

Para demostrar el objetivo general se formularon ciertos objetivos específicos que se constituyen en el horizonte y guías de la investigación quedando redactados de la siguiente manera: (a) Describir los beneficios que se logran con la gestión de calidad en las MYPE de restaurantes del Distrito de Pacaipampa, año 2019. (b) Identificar las etapas de la gestión de calidad en las MYPE de restaurantes del Distrito de Pacaipampa, año 2019. (c) Describir las principales características del servicio en la atención al cliente en las MYPE restaurantes del Distrito de Pacaipampa, año 2019, y (d) Identificar las dimensiones de la atención al cliente en las MYPE restaurantes del Distrito de Pacaipampa, año 2019.

La investigación se justifica porque contribuye en la obtención de información, ayuda a crecer en conocimiento, y nos introduce con las localidades a conocer tal como se desarrollan, como viven y piensan, nos dejan conocer sus costumbres, los cuales se llegan a conocer materia de la elección de ciertos procesos que se aplican. El sujeto de la

investigación, se conduce de manera ética, y resguarda la privacidad de las personas que han contribuido al éxito de los resultados de la investigación, en aras de incrementar el conocimiento en base a la información obtenida.

Este presente trabajo de investigación al final del mismo trascenderá en beneficio de la sociedad, libro como tal estará al alcance los estudiantes, de emprendedores, y de profesionales en busca de nuevos grados, es decir contribuya con la generación actual que busca el crecimiento y desarrollo personal. Así mismo la presente investigación se justifica porque otorga a la sociedad empresarial en especial a los emprendedores nuevos conocimientos sobre gestión de calidad y atención al cliente desde una perspectiva diferente o similar, pero enmarcados dentro del mismo contexto gerencial de las MYPE del Perú.

Los temas materia de la investigación son de vital importancia el aprendizaje constante, son muchos y diferentes sus formas de aprendizaje por la gran cantidad de características con las que cuenta, en la presente investigación se tratan dos. Sin embargo, se tiene que decir que en Pacaipampa se adolece mucho del conocimiento de estos temas, siendo importante fortalecer a la comunidad con información relevante a la atención al cliente y la gestión de la calidad.

En respuesta a la investigación, con los datos obtenidos con el cuestionario se conocerá sobre los beneficios y las etapas de la gestión de calidad, es decir el nivel de conocimiento que tienen los gerentes o dueños así como los trabajadores, de la segunda variable la atención al cliente permitirán conocer más o mejor el tipo de atención que se brinda al cliente, llegando a identificar que el 100% de los productos dan beneficio a la empresa, ya que generan confianza y satisfacción del cliente, el negocio es recordado con facilidad por los clientes. Un 100% considera la etapa de evaluación, el trabajador es

evaluado considerando la queja del cliente. El 70% indico que el personal tiene autodominio mostrado educación y el respeto. El 68% manifestaron la dimensión de personal porque los trabajadores tienen buena presentación y atienden con rapidez.

II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1 Antecedentes

2.1.1 Variable gestión de calidad

Desde la perspectiva de la internacionalización se identificó antecedentes internacionales, como García (2014) en su investigación titulada “Sistema de calidad para el restaurante del hotel Neptuno en Valencia, España”. La presente investigación tiene empleando el instrumento cuestionario en escala de Likert según el modelo SERVQUAL, a los clientes huéspedes del hotel. Dentro de las principales conclusiones, En el desglose de las dimensiones la que obtuvo mayor puntuación y por lo tanto revela mayor importancia para los comensales fue la referida a empatía, aspecto que es de importancia en empresas de hostelería y restauración ya que, como fue mencionado anteriormente, el cliente lo primero que busca cuando se dirige a un restaurante es que sea atendido con amabilidad y por personas que se vean interesadas en prestar como objetivo general diseñar un sistema de calidad para el Restaurante Tridente del Hotel Neptuno en Valencia, España basado en el modelo SERVQUAL. La metodología empleada en la investigación presentó un diseño no experimental, transversal, un servicio de calidad. Luego se encuentran muy de cerca la dimensión: elementos tangibles, de donde se concluye que los clientes toman mucho en cuenta tanto la apariencia de las instalaciones como la de los 49 empleados, elementos de servicio y la carta. En tercer lugar, se posiciona la dimensión seguridad referida a la comunicación y atención mostrada por los empleados además de sus habilidades para inspirar confianza y credibilidad durante el servicio. A la capacidad de respuesta, que se refiere a la disposición y voluntad de los empleados para ayudar al comensal y proporcionar el servicio, se le dio menos importancia que las mencionadas anteriormente pero no con gran diferencia en la puntuación. Y con la menor importancia

por parte de los clientes con respecto a las demás dimensiones se sitúa la fiabilidad, refiriéndose a la habilidad que tienen los empleados para para ejecutar el servicio de forma confiable y cuidadosa.

Jurado Toledo (2014) en su investigación “Calidad de la gestión en el servicio y atención al cliente para el mejoramiento de las operaciones internas en restaurantes de lujo en el centro histórico de la ciudad de Quito”, presentada en la Pontificia Universidad Católica de Ecuador. El objetivo de su investigación fue determinar a través de un diagnóstico el nivel de calidad de gestión del servicio y atención al cliente en un restaurante de lujo en el centro histórico de la ciudad de Quito, a fin de proponer mejoras para los procedimientos internos, utilizando los criterios de la Norma UNE 93200:2008. Se realizó una investigación de campo acerca de la satisfacción al cliente, la cual fue diseñada bajo los parámetros de SERVQUAL y DINESERV, herramientas desarrolladas para medir la calidad del servicio. El sector hotelero, de alimentos y bebidas y turístico actualmente son una de las fuentes de ingresos más importantes del país de Ecuador, sin embargo, este sector aún no cuenta con el desarrollo necesario para cumplir con todas las expectativas de los clientes tanto nacionales como extranjeros. Uno de los principales inconvenientes que existe es que el personal de este sector no cuenta con la preparación y capacitación necesaria, razón por la cual no existe un servicio de calidad para los clientes. Otra situación que es necesaria mencionar es que la normativa para abrir un restaurante de lujo o de otras categorías se debe tener vigencia de 25 años, y hasta la actualidad se mantiene sin modificación alguna, por lo que los restaurantes la cumplen como parte del trámite de apertura, pero no se la aplica, ya que es obsoleta para la realidad que vivimos actualmente. Al llevar a cabo la investigación, se pudo determinar que existen aspectos positivos y negativos dentro de la administración y operación del

restaurante, las mismas que deben ser corregidas y fortalecidas, para poder satisfacer al cliente.

López Mosquera (2018) presenta su investigación “Calidad del servicio y Satisfacción de los clientes del restaurante Rachy’s de la ciudad de Guayaquil, en la Universidad Católica Santiago de Guayaquil”. Actualmente han ido incrementando los restaurantes y esto lleva a un mercado que cada vez se pone más exigente, por esto las empresas tienen que siempre tener presente una evaluación de la calidad del servicio para poder tener clientes satisfechos. El objetivo principal de esta investigación es determinar la relación de la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes del restaurante Rachy’s de la ciudad de Guayaquil. La metodología de la investigación se basó en un enfoque mixto, en lo cuantitativo se seleccionó un modelo SerQual y la obtención de la información se la realizó a través de encuestas dirigidas a los clientes que consumen en el restaurante Rachy’s, encontrando que se concluyó: En el estudio realizado se permitió identificar los factores importantes en la calidad del servicio como son: respuesta inmediata, trato personalizado, instalaciones, maquinarias y equipos modernos. Y se permite demostrar que existen clientes satisfechos con las instalaciones, la comida, los equipos y la confiabilidad de parte del personal. Existen clientes insatisfechos en el restaurante Rachy’s, se evidenció que el personal de servicio no brinda un trato personalizado, no se encuentran capacitados y el restaurante cuenta con pocos empleados y esto hace que el servicio no sea rápido.

Por otra parte, se tiene información a nivel nacional de la gestión de la calidad, en este orden de ideas se tiene a Hernández García (2015) en su tesis gestión de calidad, marketing y competitividad de las mype, del sector servicio rubro restaurantes del distrito de la esperanza, año 2014. Tesis para obtener el título de licenciada en Administración, presentada en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Trujillo 2015. La

investigación tuvo como objetivo general determinar y dar a conocer las principales características de la gestión de calidad, marketing y competitividad de las MYPE, del sector servicio rubro restaurantes del distrito de la Esperanza, año 2014. El tipo de investigación fue descriptiva y para llevarla a cabo se tomó una muestra poblacional de 15 MYPE, En estas MYPE, se aplicaron encuestas tanto a los gerentes o administradores, así como a los clientes en general terminando con una encuesta de satisfacción de los clientes finales. Obteniendo entre sus principales resultados que en más del 50 % de las MYPE no se tienen no tienen conocimiento sobre la norma ISO 9001, además se detectaron carencias sobre el control de salud e higiene en el trabajo. El 67% de las MYPE, aplican la innovación tecnológica para aumentar la competitividad. Como resultado final tenemos el 88 % de clientes (50 % que piensan que es buena y el 38 % que dio como evaluación final mala) no están satisfechos del todo y por consiguiente se tiene un riesgo de fuga bastante importante que afectaría directamente sobre nuestros indicadores gestión de calidad.

Ortiz Guerrero (2015) en su investigación “Caracterización de la gestión de calidad y la competitividad de las mypes del sector servicios, rubro restaurantes del centro de la ciudad de tumbes” - año 2014, presentada en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote tuvo como objetivo principal conocer las características de la gestión de calidad y la competitividad de las MYPES del sector y rubro en estudio. La investigación se enmarca dentro del tipo descriptivo con un enfoque cuantitativo y un diseño no experimental de corte transversal- Para la obtención de la muestra representativa se ha tomado un criterio no probabilístico, considerándose para tal caso el total de la población que vienen a ser 15 MYPES que funcionan en el centro de la ciudad. Detallando entre sus principales que la calidad de servicio que ofrece cada negocio en la actualidad; del total de 15 restaurantes, el 60% (9 encuestados) manifiesta ofrecer un buen servicio de calidad

en la actualidad, el 26.7% (4 encuestados) manifiestan que casi siempre ofrecen un buen servicio de calidad actualmente, y tan sólo el 13.3% de ellos (2 encuestados) señalan ofrecer actualmente un servicio de calidad. La opinión sobre la gestión de calidad produce un impacto en la sociedad; tal es así que del total de 15 encuestados, el 46.7% (7 encuestados) argumenta que siempre la gestión de calidad puesta en el negocio produce un impacto en la sociedad, mientras que el 53.3% de ellos (8 encuestados) consideran que casi siempre la gestión de calidad puesta en el negocio produce un impacto en la sociedad. Demostrando así por medio de los resultados que las características sociales y de percepción de la gestión de calidad; toda vez que dichos niveles contribuyen a que las MYPES producen un impacto en la sociedad que les permite estar satisfechos en proyectar una buena gestión de calidad en el sector servicios rubro restaurantes.

Goicochea (2016) en su trabajo de investigación titulada, la Gestión de calidad en los micros y pequeñas empresas del sector servicio -rubro restaurantes del boulevard gastronómico del distrito de villa maría del triunfo, provincia de lima, departamento de Lima, 2015. Tiene como objetivo general: Determinar las principales características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes del boulevard gastronómico del distrito de Villa María del triunfo, provincia del Lima, departamento de Lima periodo, 2015. La investigación que se empleó fue de tipo cuantitativa, nivel descriptivo, diseño no experimental, transversal, para el recojo de la información se escogió a una muestra poblacional de 10 MYPE a quienes se les aplicó un cuestionario de 24 preguntas cerradas donde se obtuvo los siguientes resultados: el 80% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen entre 31 a 50 años, el 70% son de género masculino, el 70% son casados, el 100% son peruanos, el 40% tienen estudios secundarios, el 80% son administradores del negocio, el 30% de las micro y pequeñas empresas tiene una antigüedad de más de 7 años, el 60% tienen entre 1 a 4

trabajadores, el 60% cuentan con una estabilidad laboral permanente, el 90% de los representantes de las micro y pequeñas empresas si tienen conocimiento de la gestión de calidad, el 70% no desarrolla ninguna política de calidad, el 80% si realiza capacitaciones para sus trabajadores, el 60% de los trabajadores están capacitados para cumplir sus labores a cabalidad, el 100% de los representantes indican que si controlan la preparación de sus alimentos, el 80% realizan publicidad por medio de paneles, el 90% considera que hay un buen clima laboral en sus negocios y el 50% manifiesta que el aspecto de mejora en su establecimiento es la infraestructura. Se concluye que los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes si capacitan a sus trabajadores para que puedan cumplir sus funciones con mejor desempeño, sin embargo, indican que a pesar de tener conocimientos de la gestión de calidad no han aplicado ninguna política para desarrollarla pudiendo traer consigo problemas de competitividad en el mercado.

Jáuregui Baca (2017) en su investigación “Gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de la urbanización los héroes del distrito de nuevo chimbote, 2014”, presentada en la Universidad Católica de Chimbote, tuvo como principal objetivo determinar las principales características de la Gestión de Calidad en las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio rubro restaurantes, de la Urbanización Los Héroes del Distrito de Nuevo Chimbote, 2014. La investigación fue de diseño no experimental transversal, y para el recojo de la información se escogió en forma dirigida una población muestral de 8 Micro y Pequeñas Empresas, a quienes se les aplicó un cuestionario de 13 preguntas cerradas, a través de la técnica de la encuesta obteniéndose principalmente los siguientes resultados: El 75% son dueños de sus propia MYPE y que el 37,5% tienen más de 7 años en permanencia en el rubro. El 62.5% tienen de 1 a 3 trabajadores. El 100 % tiene como objetivo maximizar ganancias.

El 100% no tienen conocimientos de técnicas de Gestión. El 100 % no sigue un plan de negocios estratégicos. El 100% percibe que aplicar la Gestión de Calidad ayudaría a lograr objetivos. El 100% ha obtenido como resultados ofertar productos de mayor y mejor calidad. Concluyendo así que la totalidad de las Micro y Pequeñas Empresas no conocen técnicas de gestión, por otra parte, en su totalidad no siguen un plan de negocios estratégicos. Finalmente, la mayoría que aplicó gestión de calidad, obtuvo buenos resultados ofertando productos de mejor calidad. Por lo tanto, se puede decir que la mayoría de las MYPE si aplican gestión de calidad, pero desconocen el término.

Dentro de los antecedentes locales, Campos Jibaja (2015) en su investigación titulada “Gestión de calidad y competitividad de las mype rubro restaurantes cevicherías del asentamiento humano la primavera castilla, 2015”, presentada den la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. La investigación tuvo como objetivo determinar la manera en la cual influye la gestión de la calidad y competitividad en las MYPE rubro restaurantes cevicherías Asentamiento Humano La Primavera Castilla, 2015. Se empleó la metodología de tipo descriptiva, nivel cuantitativo, diseño no experimental, corte transversal, la unidad de análisis está basada en las tres MYPE y la población está constituida por los propietarios y clientes se aplicó la técnica de la encuesta con un cuestionario de 17 preguntas cerradas. Determinando así que el 100% de los encuestados respondieron que, si cuentan con los recursos necesarios para realizar un trabajo eficiente sus trabajadores, asimismo el 100% de los encuestados respondieron que si existe interés por la calidad en el restaurante. El 100% de los encuestados respondieron que no existe un organigrama definido dentro del establecimiento, ni tampoco una misión y visión. Concluyendo así que la gestión de calidad influye en la competitividad pero no hay interés por los propietarios y/o administradores ya que la gestión de calidad en la actualidad es

una estrategia dirigida al éxito competitivo de la empresa. Por lo que se determina que existe relación directa entre gestión de calidad y competitividad de las MYPE.

Yaguana (2016) en su investigación titulada “Caracterización de la competitividad y la gestión de calidad de las mype en el rubro restaurantes de la urbanización la alborada Piura, año 2016”, en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, estableció como objetivo identificar las características que tienen la competitividad y la Gestión de calidad de las MYPE en el rubro restaurantes de la Urbanización la Alborada-Piura, año 2016. La metodología empleada en la investigación fue de tipo descriptiva, nivel cuantitativo, diseño no experimental, corte transversal. En la que se logró apreciar principalmente que el 80% de los dueños de las MYPE consideran que hay una política de calidad en la empresa y que esta política orienta el desempeño del personal y el 20% considera que ello no es así, asimismo el 60% afirma que positivamente la seguridad, higiene y limpieza son elementos que han contribuido a generar un adecuado ambiente de trabajo; 40% consideran que estos no lo han hecho posible. Concluyendo así que los elementos determinantes de la gestión de la calidad más valorados son, las habilidades y experiencia de los trabajadores, el compromiso de estos con las políticas impulsadas, la infraestructura e instalaciones. Importante debilidad es la falta de normas documentadas y la escasa planificación en estos establecimientos.

Medina Vargas (2018) en su investigación denominada: Caracterización de competitividad y gestión de calidad de las mype sector servicio gastronómico rubro restaurantes comida marina de talara, año 2018, en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, tuvo como objetivo general determinar la Competitividad y Gestión de Calidad de las MYPE sector servicio Gastronómico rubro Restaurantes comida marina de Talara, año 2018. La metodología empleada fue de tipo de descriptiva, nivel-cuantitativo, diseño no experimental y corte transversal. La población se consideró tres unidades

económicas, con 18 trabajadores, de carácter infinito para las dos variables, siendo los resultados de la muestra obtenidos, 89 clientes, utilizando la técnica de la encuesta, con el instrumento cuestionario, de los cuales se obtuvieron principalmente los siguientes resultados: el 57% de los encuestados consideran que los restaurantes de la Av. B de Talara si manejan estándares de calidad de productos y el 43% dijeron que no. En cuanto al uso de procedimientos para la preparación de los platos a ofertar un 63% respondieron que los restaurantes de la Av. B de Talara si consideran procedimientos, el 37% dijeron que no. Concluyendo así que la Av. B de Talara utilizan ventajas competitivas como la diferenciación, y que importancia de la gestión de calidad se centra en los procedimientos, empleo y estándares de calidad, y como beneficios encuentran la satisfacción en la atención y los procesos.

2.1.2 Variable atención al cliente

Siguiendo con la obtención básica de información referida a la atención al cliente se tiene antecedentes de nivel internacional como Chian Figueroa (2014) presentó la tesis “Atención al cliente en los servicios de la municipalidad de Malacatán, san marcos, en la universidad Rafael Landívar, Guatemala, cuyo objetivo general fue Identificar cómo es la atención al cliente, en los servicios, de la Municipalidad de Malacatán, San Marcos. Entre sus conclusiones más importantes tenemos: que en la Municipalidad de Malacatán, San Marcos, la atención al cliente carece de lineamientos estratégicos que orienten la conducta, aptitud y actitud de los colaboradores; no se cuenta con la adecuada ambientación, de la infraestructura, que fortalezca la calidad de los servicios prestados, para incrementar la satisfacción de los usuarios. En consecuencia, la mayoría de usuarios, califica la atención que actualmente se le brinda de manera regular; sin embargo, al analizar los aspectos tangibles e intangibles que la conforman, se concluye que es deficiente. Por lo que se recomienda a las autoridades de la Municipalidad de Malacatán,

San Marcos, diseñar un plan de atención al usuario, con el objeto de fortalecer la calidad de los servicios prestados, elevar la satisfacción del usuario y crear una buena imagen de la comuna

Sánchez (2017) en su trabajo de investigación denominado “Evaluación de la calidad de servicio al cliente en el restaurante pizza Burger Diner de Gualan, Zacapa”, tesis para optar el título profesional de Licenciada en Administración en la Universidad Rafael Landívar, México, quien tuvo como objetivo general: Evaluar la calidad del servicio al cliente en el restaurante Pizza Burger Diner de Gualán. La metodología que utilizo es el método Serv Qual, con el que se identificó el índice de calidad del servicio y las brechas de insatisfacción de los clientes según las diferencias entre las expectativas y percepciones. Además, se realizó una evaluación 360 grados para conocer las percepciones de los colaboradores y directivos del restaurante, se realizó en una muestra de 70 clientes, 14 colaboradores y 4 directivos, calculado con la fórmula para tamaño de muestra de poblaciones conocidas. En total, el tamaño de la muestra utilizada fue de 88 personas. El instrumento diseñado constó de 22 preguntas para medir percepciones y otro de 22 preguntas para medir 27 expectativas. Los principales resultados y conclusiones fueron que la dimensión con la expectativa más alta es la confiabilidad (4.66), siendo esta la más cercana a 5, que en la escala Likert utilizada, representa el valor más alto; seguido esta la dimensión de capacidad de respuesta (4.60), luego la dimensión de empatía (4.57), luego la dimensión de fiabilidad (4.53) y por último la dimensión de elementos tangibles (4.45), y concluyo que la calidad del servicio al cliente en el restaurante Pizza Burger Diner Gualán, a través de la valoración de expectativas y percepciones, según el método SerQual para calidad de servicio. Según la evaluación realizada, 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. Se determinó que la brecha

de insatisfacción promedio es de 0.17. En la cual la dimensión o variable con mayor insatisfacción corresponde a elementos tangibles (- 0.22), seguida por capacidad de respuesta (-0.21), empatía (0.16), fiabilidad (-0.14) y confiabilidad (-0.13). Estos valores indican que en ninguna de las cinco variables o dimensiones se superan las expectativas de los clientes. 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. Según Zeithaml, Parasuraman y Berry (1993) esta discrepancia indica que los directivos al no comprender las expectativas de los clientes, no conocen lo que estos valoran de un servicio y difícilmente podrán impulsar acciones que den satisfacción a sus necesidades y expectativas.

López (2018) en su investigación denominada “Calidad del servicio y la satisfacción de los clientes del restaurante Rachy’s de la ciudad de Guayaquil”, elaborada y presentada en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil-Ecuador, empleó una metodología de enfoque mixto, cuantitativa y cualitativa, descriptiva. Tuvo como conclusiones que el presente estudio permitió identificar los factores más importantes en cuestión a la satisfacción de los clientes: La calidad del servicio, respuesta inmediata, equipamiento moderno, instalaciones adecuadas, presentación y variedad de platillos, capacidad y eficiencia de los trabajadores y el trato personalizado. Esto quiere decir que entre los factores más importantes para garantizar la satisfacción de los comensales están la calidad del servicio, como las MYPE están comprometidas en ofrecer mejores productos a los clientes, la capacidad y eficiencia con la que atienden los trabajadores, la empatía, carisma con la que pueden brindar una mejor atención, implementar sus instalaciones para hacer más agradable la estadía de ellos , como también establecer un tiempo adecuado y prudente para entregar los platillos , la presentación que se le dé y la

variedad que se le ofrezca para elegir; influye también aquellos equipos que se utilicen para hacer más rápida la elaboración y despacho de los productos.

Gonzales y Marrero (2014) en su investigación con título “Evaluación del nivel de satisfacción del cliente en el restaurante la concha”, elaborada y presentada en la Universidad Central “Marta Abreu” de las Villas, Cuba, aplicaron una metodología de enfoque mixto, cualitativo y cuantitativo, empleó como técnica la encuesta y como instrumento el cuestionario para la obtención de datos; tuvo como conclusión que al realizar la evaluación en cuanto al grado de satisfacción de los asistentes al restaurante, se obtuvieron como resultados que los clientes destacan como aspecto importante para sentirse conformes y satisfechos la atención que se les brinda, la manera en que son tratados por los trabajadores, el precio de los productos, la infraestructura de las instalaciones y la variedad de los productos. Es decir que los clientes priman la atención de calidad que se les brinda, ellos exigen que los trabajadores que los atienden estén calificados, capacitados y motivados, también verifican que el precio que pagan este en concordancia del producto y servicio que reciben, puesto que si los platos que les brindan no cumplen con sus expectativas no querrán pagar el precio que se le ha impuesto; por otro lado la infraestructura que goce el establecimiento debe garantizarles la seguridad y conformidad que requieren.

Obando (2016) realizó una investigación titulada “Caracterización de la capacitación de personal en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio- rubro restaurante de un tenedor en el distrito de San Luis- Lima, 2015”, Presentada en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote- Lima. La investigación es de tipo descriptiva, diseño no experimental transaccional. Se concluyó que los resultados se obtuvieron con respecto a la atención al cliente que el 30,1% de los encuestados manifestaron que es muy aceptable la apariencia de los empleados ya que tienen una

aparición impecable, el 41 % manifestaron que pocas veces el personal del restaurante orienta al cliente adecuadamente de acuerdo su necesidad, el 48 % indicaron que los conocimientos de los empleados son escasos para contestar las preguntas a sus clientes y el 35 % opinaron que regularmente se establece una relación de empatía con el personal en el momento del pedido.

Mondragón & Silva (2016) realizó una investigación titulada “Calidad del servicio, como estrategia de marketing en el restaurante campestre “el huerto del sabor” de la localidad de san juan de la virgen – tumbes- 2016”, tesis presentada en la Universidad Nacional de Tumbes, tuvo como objetivo general mejorar la calidad de servicio como estrategia de marketing; empleo la metodología nivel descriptiva, diseño no experimental- transversal. Llegó a concluir que el 80 % encuestados se muestran de acuerdo con el precio ofrecido al público debido a que argumentan que el sabor de la comida es único y además el precio es cómodo, sin embargo el 58 % muestra de acuerdo en recomendar el servicio de restaurante de “El Huerto del Sabor”; debido a la calidad de su comida y lo acogedor del lugar y un 65% y dentro de los componentes de la calidad del servicio en el restaurante campestre” El Huerto del Sabor” se han podido identificar los principales que se aplican, como seguridad; referida al conocimiento del servicio y cortesía empleada; la empatía; que se refiere a brindar a los clientes una atención individualizada y cuidadosa; y la satisfacción del cliente; se pudo observar el grado de aceptación que tiene la calidad de la comida regional que se vende, dado 60% de encuestados regresaría por la excelente calidad de la comida.

Antúnez (2017) en su investigación: Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes, en la universidad católica los Ángeles de Chimbote, en la ciudad de Huarney, 2016. Tuvo el siguiente problema: ¿cuáles son las principales características de la gestión de calidad en atención

al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes, en la ciudad de Huarney, 2016? A su vez se planteó el siguiente objetivo general: determina las siguientes características de la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurante, en la ciudad de Huarney, 2016 y para poder conseguir su objetivo general planteo los siguientes objetivos específicos: Determinar las principales características de los gerentes o representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro restaurantes, en la ciudad de Huarney,2016. Determinar las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurante, en la ciudad de Huarney, 2016. Metodología, utilizó el diseño no experimental, transversal – descriptivo. Esta investigación tuvo los siguientes resultados: Sexo de los representantes. El 63.6% son de género masculino. Grado de institución de representantes: El 45.5% tienen un grado de institución superior. Número de representantes: El 63.6% de las micro y pequeñas empresas tienen de 1 a 5 trabajadores. Situación legal: El 59.1 de los micros y pequeñas empresas son informales. Tiempo de permanencia de las micro y pequeñas empresas del rubro: El 68.2% de las micro y pequeñas empresas tienen de 0 a 3 años de permanencia 7 el rubro. Gestión de calidad: El 59.1% si están aplicando una gestión de calidad e y el 40.9% señalan lo contrario. Conclusiones: Respecto a las principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas: La mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro restaurantes en la ciudad de Huarney son personas adultas, ya que tienen una edad, entre 31 a 50, son de género masculino, con un grado de institución superior. Respecto a las principales características del micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurante en la ciudad de Huarney: son informales, con un tipo de permanencia en el rubro de 0 a 3 años y de desarrollo con un personal entre 1 a 5

trabajadores. Respecto a las principales características de la gestión de la calidad en atención al cliente: La mayoría de los representantes manifiestan que están aplicando una gestión de calidad, usando la técnica de la mejora continua, así mismo para determinar la calidad en sus negocios ellos priorizan la planificación de sus actividades. En cuanto al personal la mayoría de las micro y pequeños empresarios contratan a sus colaboradores no precisamente por su competitividad, sino que prefieren dar oportunidades a familiares, convirtiéndolos así en un negocio familiar, de la misma manera en su mayoría de sus representantes no consideran importante la capacitación, puesto que no lo aplican con sus colaboradores. En cuanto a la atención al cliente, la mayoría de las Mype tienen como prioridad el buen trato al cliente para gestionar una atención de calidad, contribuyendo así al aumento de sus ventas del negocio, a su vez la mayoría dicen adecuarse a los factores externos como la innovación del producto.

Silva Ipanaque (2015) realizó una investigación titulada “Calidad del servicio al cliente en el restaurante la Lomita-Tambogrande- 2015”, Tesis presentada en la Universidad Nacional de Piura, tuvo como objetivo general determinar la calidad del servicio al cliente del restaurante la lomita del distrito de Tambogrande- 2015; empleo la metodología de tipo descriptiva, diseño no experimental siendo la población y muestra utilizada para los clientes del restaurante, tomando una muestra de 171. Se llegó a concluir que la calidad del servicio que brinda el restaurante “La Lomita” es buena, según lo confirma la mayoría de encuestados, obteniendo 35 %, así mismo han tenido mejor porcentaje en fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía, con 35%, 37%,39% y 36% respectivamente. La dimensión a la fiabilidad hace referencia al interés que tiene la empresa por solucionar los problemas, realizar bien el servicio a la primera vez, aunque débil en las preguntas sobre la rapidez del servicio. La segunda hace mención que los mozos son muy atentos, siempre están dispuestos atenderlos. La tercera seguridad del

servicio, la percepción es bastante favorable, ya que los empleados del restaurante general confianza, los clientes se sienten seguros cuando realizan sus transacciones, el personal es siempre amable con los clientes, y tienen suficientes conocimientos para responder a sus respuestas y por último los aspectos relacionados a la empatía, los horarios son los más convenientes, que el restaurante preocupa por sus intereses y que los empleados comprenden sus necesidades específicas.

Arena, K (2016) plantea un estudio “Caracterización de la satisfacción del cliente y competitividad de las MYPE servicio rubro pollo a la brasa La Arena, 2016”, trabajo presentado en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Dicha investigación empleó la metodología descriptiva y concluye que se estableció como objetivo conocer las características de la satisfacción del cliente y se empleó la metodología nivel descriptivo, diseño no experimental de corte transversal, siendo los resultados agrupados de acuerdo a las variables: satisfacción del cliente y competitividad, la población de la investigación está conformada por las 03 MYPE servicio rubro pollo a la brasa C.P La Arena-Piura, donde dicho estudio presenta una muestra para ambas variables está conformada por los clientes de las MYPE. La técnica de recolección de datos es la encuesta mediante el instrumento el cuestionario. Donde de las principales conclusiones se conoció las características que tiene la satisfacción del cliente en las MYPE servicio rubro pollo a la brasa C.P La Arena-Piura, la frecuencia de asistencia a la pollería de su preferencia, influencia en la decisión para elección de la pollería, poca satisfacción del cliente, servicio deficiente que se refleja en la mala atención, falta de promoción y descuentos, demora en el tiempo de espera del producto.

Almestar Adrianzén (2017) realizó una investigación titulada “Caracterización de la competitividad y atención al cliente en las MYPE del rubro pollerías en la urbanización Ignacio Merino- Piura, año 2017, tesis presentada en la Universidad Católica los Ángeles

de Chimbote, tuvo como objetivo general determinar las características que tiene la competitividad y atención al cliente en las MYPE del rubro pollería en la urb. Ignacio Merino I y II etapa- Piura año 2017, empleo la metodología de tipo descriptiva, nivel cuantitativo, diseño no experimental de corte transversal siendo una muestra en la cual obtuvo 385 personas. Se llegó a concluir Al referirse a las necesidades de los clientes, se determina que la gran mayoría de clientes satisfacen sus necesidades; asimismo se determina que la gran mayoría de las MYPE no cuentan con libros de reclamaciones, además consideran que los precios están acorde con la calidad de servicio recibida, tampoco existe una evaluación sobre 133 la satisfacción de los clientes en la mayoría de las MYPE, por otro lado en relación a la frecuencia de visita la mayoría asiste semanalmente y quincenalmente; la mayoría de los clientes manifiesta que si volverían a la pollería; y que recomendarían la pollería. En cuanto al nivel de satisfacción; la mayoría de clientes manifiestan que el servicio cumple sus expectativas; por otro lado se identifica que no existe una atención personalizada en la mayoría de las MYPE; en cuanto al nivel de satisfacción la mayoría de clientes se muestra satisfecho; asimismo los clientes no se consideran clientes frecuentes de las pollerías; y además consideran que la mitad de las MYPE del sector no cuentan con los recursos adecuados de atención; además se identificó que los clientes consideran que el tiempo de espera promedio es 10 minutos.

2.2 Bases teóricas

2.2.1 Gestión de calidad

2.2.1.1 Beneficios que genera la gestión de calidad

Romero (2019) no hay cosa más interesante en los negocios que velar por brindar la mejor calidad al cliente, el avance y crecimiento del negocio depende de las habilidades y destrezas que puedan tener cada uno de los colaboradores, de cómo sientan que el negocio es de ellos y el amor que impriman.

La calidad es el factor más impactante en el mundo de los consumidores. Por ello la importancia que las organizaciones trabajen conjuntamente con sus colaboradores en eliminar todos los defectos u errores. Todos estos sacrificios en la búsqueda de la mejor calidad a ofrecer al cliente traen consigo beneficios que llevan a la empresa y sus integrantes al éxito, a generar buena marca, por ello de manera específica veamos los beneficios que irroga una buena gestión de calidad:

- 1.- Incrementar la imagen de la organización.
- 2.- Mayor acercamiento con los clientes potenciales.
- 3.- Mejorar la calidad de los productos y servicios.
- 4.- Fortalecer el sistema de trabajo.
- 5.- Trabajo más eficiente, eficaz.
- 6.- Conduce a ser competitivo.
- 7.- Aumenta la satisfacción de los consumidores.
- 8.- Incrementa la motivación de los que integran la organización.
- 9.- Realiza cambio de conocimiento a través del Know How.

10. Desarrolla positivamente la comunicación

11.- Mejora y simplifica la interacción entre el personal.

12.- Planifica la implementación de sistemas.

2.2.1.2 Etapas de la gestión de calidad

Carrillo (2008) menciona que las organizaciones, buscan siempre tiene un nivel adecuado de la competitividad, para toda organización llegar al nivel alto de competitividad, tener más de lo que tiene su competencia, le fortalece el camino. Hoy por hoy las empresas dicen que deben aprender a llevar un nivel de la competitividad con la presencia de productos de calidad, desde esta perspectiva precisó que para conducir un sistema de gestión de calidad se debe desarrollar cuatro etapas: diagnóstico, diseño, implementación y mantenimiento. Sin embargo, dada la magnitud de la complejidad del sistema de gestión de calidad en la mayoría de las organizaciones nuevas o modernas la gestión de calidad se desarrolla en el contexto de siete etapas: preliminar, planeación, diseño, desarrollo, implantación, evaluación, certificación y mejora continua.

Primera etapa preliminar. - la filosofía de la organización es el reflejo de la filosofía de los dueños, por ello llevar el cambio representa para ellos temores y rechazo a la tecnología, el personal es el primero que sufre abrumación con los cambios en las organizaciones.

Esta primera fase consiste en que el gerente y/ o dueño debe llevar al personal hacia una cultura del cambio, donde se obtenga mayores beneficios, ventajas y oportunidades.

Segunda fase, de la planeación: como en toda organización siempre la alta dirección

Gerencia o dueños son los directamente responsables de los sistemas, procedimientos que se instauren para el desarrollo del grupo de personal operativo. Es decir, las decisiones siempre serán tomadas por la parte de las personas que integran el nivel estratégico.

Tercera etapa diseño. Las organizaciones conociendo lo que quiere el cliente, se alinea a ellos elaborando el proceso que se adecue a la necesidad del cliente y que este producto satisfaga sus necesidades. Determinan la creación de manuales y flujos del cómo deben proceder los trabajadores a procesar el producto. Determinando la mejor calidad.

Cuarta etapa desarrollo.-. Esta fase esta concertada en los formatos y guías, procesos que se han definido para que las instrucciones para los trabajadores escritas, de esta manera los desperdicios son menores, es aquí donde se llega al sistema operativo, al trabajador de este nivel todo se le proporciona para que no cometa errores.

Quinta etapa implantación. - esta fase es muy exigente, es clave para preparar información al personal operativo, es donde se construyen los manuales para que los trabajadores operativos tengan un orden, secuencia y guía de como poder hacer las cosas, este sistema contribuye a disminuir los errores, disminuye las incomodidades a los clientes, y las devoluciones son menores.

Sexta etapa evaluación. - todo lo que se ha generado debidamente planificado, las guías manuales se deben verificar si los resultados son los esperados, por ello esta fase actúa como supervisión es decir constatar si las cosas se vienen haciendo o se han hecho tal como se ha diseñado en las guías o directrices.

Séptima etapa mejora continua. Las organizaciones son libres de buscar que organismo certificador, efectúa seguimiento a los estándares que se deben cumplir para

tener la certificación, y cada que tiempo son evaluados para verificar si se cumplen las normas.

2.2.2 Atención al cliente

2.2.2.1 Principales características de la atención al cliente

Violante (2015) menciona que los emprendedores que dirigen Pymes son los que se preocupan por crear valor a su organización, desde ahí es que se preocupan por dar valor a sus clientes aumentando las capacidades, habilidades actitudes de sus trabajadores. Por ello consideran cinco características fundamentales como:

1. Ser honesto:

Todo cliente se siente satisfecho al conocer que el producto que ha solicitado contiene todas las características que le satisface las necesidades

2. Cumplir:

Tiene estrecha relación con la característica anterior, pues el cliente espera que le den el producto exacto que ha requerido.

3. Ser transparente:

El trato hacia el cliente debe ser claro, directo, y de puertas abiertas generando confianza en la relación cliente – vendedor.

4. Ser predecible:

El cliente siempre se sentirá satisfecho al conocer que espera una determinada calidad de producto y recibe algo mejor, percibiendo que se ha generado una innovación en lo que ha solicitado.

5. Honrar tu palabra:

El emprendedor debe siempre garantizar el honrar su palabra, cumplir con lo que promete.

Concha (2013) habla de las distintas habilidades y actitudes de las personas a tratar directamente con las personas en las circunstancias de comprador vendedor, por ello considero algunas características para atender al cliente:

1- Iniciativa.

Ser proactivo, adelantarse a lo que puede requerir un cliente.

2- Ambición.

Fijarse metas, vistas como retos que siempre deben de superar.

3- Autodominio.

Mantener la capacidad suficiente para controlar las emociones, y conservar una situación de amabilidad.

4- Disposición de servicio.

Siempre atento a servir al cliente y a solucionarle los problemas que se le presenten.

6- Don de gentes.

Se trata de siempre tener capacidad para establecer relaciones cálidas y afectuosas con los demás

7- Colaboración.

Ser una persona dispuesta a trabajar en equipo.

2.2.2.2 Dimensiones de la atención al cliente

Vera & Trujillo (2009) plantean dimensiones con las que se puede conocer a un cliente de como opina este sobre la atención que se le brinda, entre ellas: Las instalaciones referidas a la presentación, los espacios, los colores, la higiene que tiene la empresa y la ubicación. También se mencionan cinco dimensiones más tales como: la accesibilidad, el personal interno de la organización, los ambientes que estos deberían asegurar la comodidad en el tiempo que los clientes asisten al local. La comida referida a la garantía de los alimentos a consumir y la consistencia y la honestidad, cliente que asiste al local sabe que los trabajadores son honestos. Un olvido de un bien se tiene la seguridad de poder recuperarle por el nivel alto de honestidad que tienen los colaboradores.

Cuadro N° 1 Dimensiones de la Atención al Cliente

Instalaciones	Aspecto interno y externo
	(colores, decoración)
	Higiene
	Ubicación
Accesibilidad	Estacionamiento
	Alternativas de pago
	Recepción y cortesía
	Conocimiento y habilidad
	(experiencia)
Personal	Presentación
	Rapidez
	Trato empático del personal
	Entorno audiovisual
	Iluminación
Ambiente	Aroma
	Temperatura ambiente
	Auto identificación con tipo de usuario
	Sabor
	Olor
	Variedad
Comida	Presentación
	Frescura de los alimentos
	Higiene de los alimentos
	Temperatura

	Servicio estandarizado
	Prestigio
Consistencia y honestidad	Cumplimiento
	Atención a quejas
Fuente: Trujillo 2007,	

III. HIPÓTESIS

Los autores, Hernández, Fernández y Baptista (2014) mencionaron que toda investigación descriptiva no es exigente que se aplique las fórmulas matemática o estadística. Las investigaciones descriptivas no modifican las características, las describen tal cual las encuentran sin distorsionarlas.

IV. METODOLOGÍA

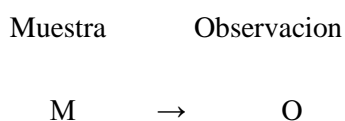
4.1 Diseño de la investigación

La presente investigación fue de tipo descriptivo. Linares (2013) determinó que consiste en señalar un fenómeno, individuo o grupo. En el presente estudio se determina las características de la Gestión de Calidad y Atención al Cliente en las MYPE rubro restaurante Distrito de Pacaipampa, año 2019.

La investigación fue de nivel cuantitativo, porque facilita y permite poder llegar a realizar un excelente y adecuado estudio estadístico, accediendo a dicha recolección de información y teniendo acceso a datos con una medición numérica, cuyo proceso al realizarse es de forma continua sobre la cual se llega a brindar información precisa de confianza. (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2016)

El diseño que se aplicó en este trabajo de investigación fue no experimental, el autor Linares (2013) dijo “se estudian los fenómenos, así como ocurren de forma natural” Esta característica crea o realiza aquellos diseños de tipo no experimental.

De igual manera es de corte transversal dado que los datos se obtienen en un solo momento.



Dónde:

M: Muestra determinada

O: Variables establecidas

4.2 Población y muestra

Linares (2013) señala que la población es la totalidad de un fenómeno de estudio.

4.2.1 La población

Variable Gestión de calidad:

Para la variable de gestión de calidad se utilizó una muestra finita de 5 gerentes a quienes se les considera aptos para el estudio, por lo tanto, no necesitó la aplicación de la fórmula ya que no es necesario cuando la población es menor a 50, según lo precisa (Linares, 2013)

Variable Atención al Cliente:

Para la variable atención del cliente la población es desconocida, por tanto, se aplica la fórmula infinita que propone Linares (2013) son los clientes los que se consideran para la aplicación del instrumento.

Cuadro N° 2 Relación de MYPES

RESTAURANTE	RUC	Trabajadores + Gerentes
MAR DE COPAS	10451384185	3 - 1
ANDINO	10028014941	3 - 1
PYKYNYNY	10028252965	3 - 1
DNACHOS	10434635158	4 - 1
REST. RAMOS	10451071888	3 - 1
TOTAL		16 - 5

Fuente: elaboración propia

4.2.2 La muestra

Variable Gestión de calidad:

Para la variable de gestión de calidad, según lo afirmado por Linares (2013) la población pasa a ser la muestra donde $N = n$

$N = 5$ gerentes de los restaurantes en estudio.

$$n = 5$$

Variable Atención al Cliente:

Para la variable atención del cliente siendo la población desconocida se aplica la formula estadística, según Linares (2013)

Dónde:

p = 0,50 proporción positiva obtenida (+);

q= 0,50 proporción negativa obtenida (-)

Z= 1.76 representa el 92% del valor de confianza.

E= 0.08 error muestral de 8%

Formula a aplicar:

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

$$n = \frac{1.76^2 \times .50 \times .50}{.08^2}$$

$$n = \frac{3.0976 \times .50 \times .50}{0.0064}$$

$$n = \frac{0.7744}{0.0064}$$

$$n = 121$$

Criterios de inclusión y exclusión

Criterios de Inclusión

- Titulares gerentes de MYPE rubro restaurantes del Distrito de Pacaipampa

Criterios de Exclusión

- Ninguno

4.3 Matriz de operacionalización de las variables e indicadores

Cuadro N° 3 Matriz de operacionalización de las variables

Variable	Definición conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicador	Definición de cada indicador	Instrumento
GESTIÓN DE CALIDAD	Viene a ser una que adoptan las organizaciones confiando que el cambio no sólo es en los procesos, por el contrario, el más relevante es el cambio de las personas, considerando que la empresa es de ellos, y constituye bienestar para los dos tipos de clientes: el cliente interno y el externo. (Poma, 2016)	Imagen, acercamiento, mejora, fortalecer, trabajo, competitivo, satisfacción, motivación, cambio, desarrollo, simplificar, planifica.	Beneficios	Imagen	¿Su negocio es recordado fácilmente por los consumidores?	1
				Acercamiento	¿El acercamiento con el comprador facilita su proceso de ventas?	1
				Mejorar	¿El consumidor constante lo invita a mejorar la presentación de los platos?	1
				Fortalecer	¿Por lo general busca clientes que le ayuden a fortalecer y mejorar los procesos de elaboración de platos de comida?	1
				Trabajo	¿Cree usted que el adecuado desarrollo del trabajo de sus colaboradores le da confianza en el negocio?	1
				Competitivo	¿Si sus empleados son más atractivos hace más competente a su negocio?	1
				Satisfacción	¿La calidad de los productos que expende garantiza satisfacción al cliente?	1
				Motivación	¿Cree usted que la calidad del servicio y del producto motiva al consumidor a regresar?	1
				Cambio	¿Los comentarios de su cliente por lo general los escucha y lo mueven al cambio?	1
				Desarrollo	¿Considera que el desarrollo de su personal en habilidades y actitudes le ayuda a la fidelización del cliente?	1
		Simplificar	¿Considera que el desarrollo de su personal en habilidades y actitudes le ayuda a la fidelización del cliente?	1		
		Planifica	¿Los procesos de elaboración de platos bien definidos ayudan a disminuir errores?	1		
		Etapas	Preliminar	¿Realizar cambios en los restaurantes le genera temor de disminuir clientes?	1	
			Planeación	¿Usted en su condición de titular decide los procesos a implementar?	1	
			Diseño	¿Generalmente diseña los productos que el cliente requiere y consume habitualmente?	1	
			Desarrollo	¿Usted a establecidos guías para la elaboración de los productos y atención al cliente?	1	
Implantación	¿El personal de cocina y atención al cliente aplica las guías y manuales?		1			
Evaluación	¿Para evaluar al trabajador que atiende al cliente, considera la queja del cliente?		1			

ATENCIÓN AL CLIENTE	Servicio que prestan las mypes que comercializan con productos entre otras, a sus clientes, servicio técnico, entre las principales opciones y alternativas que ofrece este sector o área de las empresas a sus consumidores. (Pérez, 2016)	Honesto, cumplir, transparente, predecible, honrar, iniciativa, autodominio y don de gente.	Principales características	Honesto	El cliente se siente satisfecho al ser atendido con lo que quiere	1
				Cumplir	La atención al cliente es exacta con lo que ha pedido	1
				Transparente	Los clientes son satisfechos al ver personal transparente	1
				Predecible	Alguna vez a formulado un pedido, y al ser atendido a superado sus expectativas	1
				Honrar la palabra	El emprendedor debe siempre garantizar el honrar su palabra, cumplir con lo que promete.	1
				Iniciativa	Ser proactivo, adelantarse a lo que puede requerir un cliente.	1
				Autodominio	Capacidad suficiente para controlar las emociones, y conservar una situación de amabilidad.	1
				Don de gente	Se trata de siempre tener capacidad para establecer relaciones cálidas y afectuosas con los demás	1
		Instalaciones, accesibilidad, personal, ambiente, comida, consistencia.	Dimensiones	Instalaciones	Referida a los aspectos internos de la organización	1
				Accesibilidad	Referida a espacios libres y la transitabilidad	1
				Personal	Considera la buena presentación del personal y la agilidad.	1
				Ambiente	Referida a la ambientación de los ambientes	1
				Comida	Considera que los insumos con que se oreara la comida sean frescos	1
Consistencia y Honestidad	Siempre le atienden las quejas que presenta	1				

4.4 Técnicas e instrumentos

4.4.1 Técnica

Se formuló las dimensiones, con lo que se identificó los indicadores, planteados para su revisión, y posterior evaluación por tres expertos de juicio, las preguntas se plantean acorde a la realidad de cada uno de las dimensiones orientadas a la búsqueda de las características que se puedan identificar como resultado de la aplicación del instrumento.

Se ha empleado como soporte cuestionarios validados de otra investigación, los cuales han servicio de guía

4.4.2 Instrumento

Elaborado en el contexto de la validación del cuestionario, una vez validado por los expertos se aplicó el cuestionario. La investigación exige la aplicación de un cuestionario, para la variable gestión de calidad (la cual se aplicará a los gerentes o propietarios de las MYPE) y un segundo para la variable atención al cliente (que se aplicará a los clientes de cada MYPE).

4.5 Plan de análisis

Según Niño (2011) “el plan de análisis da cuenta de los criterios que se aplicarán, por ejemplo, si se utilizarán números, tablas, graficas, etcétera. En cuanto el informe, anotar cuándo y cómo se presentará” (p.80).

En la presente investigación se empleó un análisis descriptivo de los datos que se obtuvieron de la encuesta, cuyos resultados se tabularon, se procesaron estadísticamente para presentarlos mediante gráficos estadísticos; para obtener una mayor eficacia al momento de procesar los datos estadísticos, se sometió al programa estadístico SPSS vs. 24.

4.6 Matriz de consistencia

Cuadro N° 4. Matriz de consistencia o coherencia interna

Problema	Objetivo General	Objetivos Específicos	Variables	Dimensiones	Metodología	Fuente
¿Cuáles son las características de la gestión de calidad y la atención al cliente en los restaurantes del Distrito de Pacaipampa, año 2019?	Describir las características de la gestión de calidad y la atención al cliente brindado en los restaurantes del Distrito de Pacaipampa, año 2019.	Describir los beneficios que se logran con la gestión de calidad en las MYPE de restaurantes del Distrito de Pacaipampa, año 2019	Gestión de Calidad	Beneficios	Tipo; Cuantitativo Nivel: Descriptivo	Gerente y clientes
		Identificar las etapas de la gestión de calidad en las MYPE de restaurantes del Distrito de Pacaipampa, año 2019.		Etapas		
		Describir las principales características del servicio en la atención al cliente en las MYPE restaurantes del Distrito de Pacaipampa, año 2019,	Atención al Cliente	Principales características	Técnica la encuesta. Instrumento el Cuestionario	
		Identificar las dimensiones de la atención al cliente en las MYPE restaurantes del Distrito de Pacaipampa, año 2019.		Dimensiones	Población finita conocida para ambas variables	

4.7 Principios éticos

Los principios éticos que se deben considerar por parte de los investigadores, es así que en la presente investigación se han considerado los siguientes.

Protección a las personas. - Se trabaja en el contexto del respeto profundo por las personas, su dignidad humana, se ha dado valía a la confidencialidad y privacidad.

Beneficencia y no maleficencia. - Prevalece el trato a la persona que ha participado.

Justicia. - Se actúa de manera ponderada, buen juicio.

Integridad científica. - Prima la rectitud, el orden, la humildad, el respeto, en el ejercicio del desarrollo de la investigación.

Consentimiento informado y expreso. - Las personas proporcionaron información básica y fundamental, ha participado de manera libre y voluntaria.

V. RESULTADOS

5.1 Resultados

5.1.1 Variable gestión de calidad

Primer objetivo específico. Describir los beneficios que se logran con la gestión de calidad en las MYPE, de restaurantes del Distrito de Pacaipampa, año 2019

Tabla 1. Su negocio es recordado fácilmente por los consumidores

Categorías	Cantidad	Porcentaje
Si	5	100%
No	0	0%
Total	5	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los gerentes

Gráfico 1. Su negocio es recordado fácilmente por los consumidores

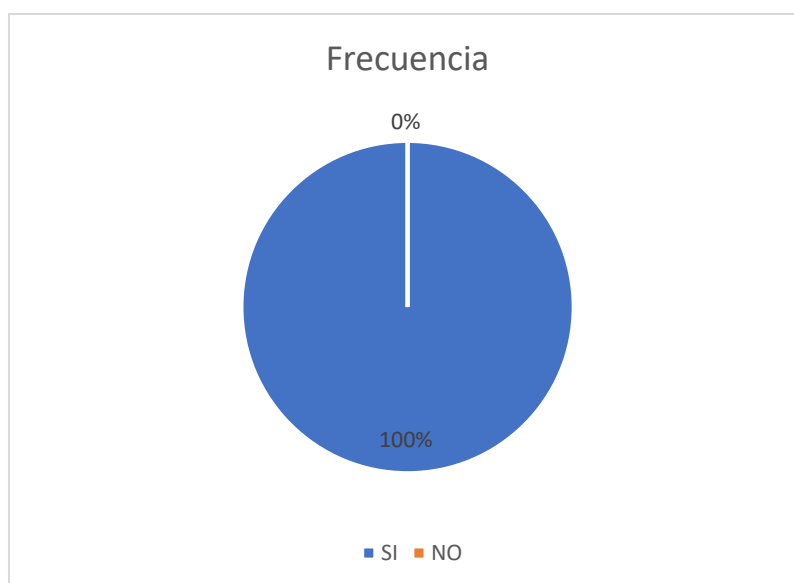


Figura 1. Gráfico circular que muestra los resultados de la pregunta 1 ¿Su negocio es recordado fácilmente por los consumidores?

Interpretacion:

Con respecto a la interrogante: ¿Su negocio es recordado fácilmente por los consumidores?, del 100% de los gerentes encuestados, el 100 % considera que el negocio es recordado fácilmente por los consumidores

Tabla 2 El acercamiento con el comprador facilita su proceso de ventas

Categorías	Cantidad	Porcentaje
Si	5	100%
No	0	0%
Total	5	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los gerentes

Gráfico 2 El acercamiento con el comprador facilita su proceso de ventas

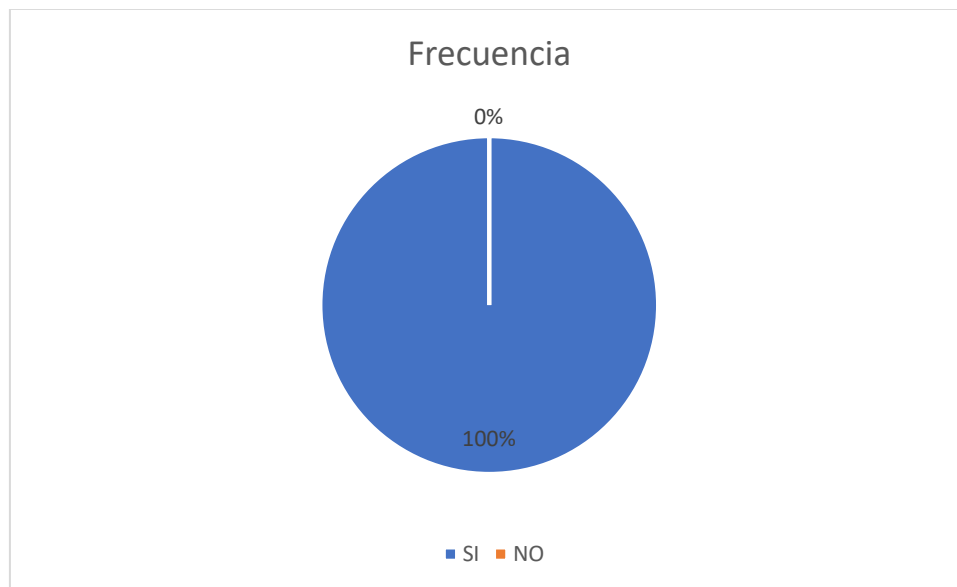


Figura 2. Gráfico circular que muestra los resultados de la pregunta 2 ¿El acercamiento con el comprador facilita su proceso de ventas?

Interpretacion:

Con respecto a la interrogante: ¿El acercamiento con el comprador facilita su proceso de ventas? del 100% de los gerentes encuestados, el 100% considera que el acercamiento con el comprador facilita su proceso de ventas.

Tabla 3 El consumidor constante lo invita a mejorar la presentación de las plantas

Categorías	Cantidad	Porcentaje
Si	1	20%
No	4	80%
Total	5	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los gerentes

Gráfico 3 El consumidor constante lo invita a mejorar la presentación de las plantas

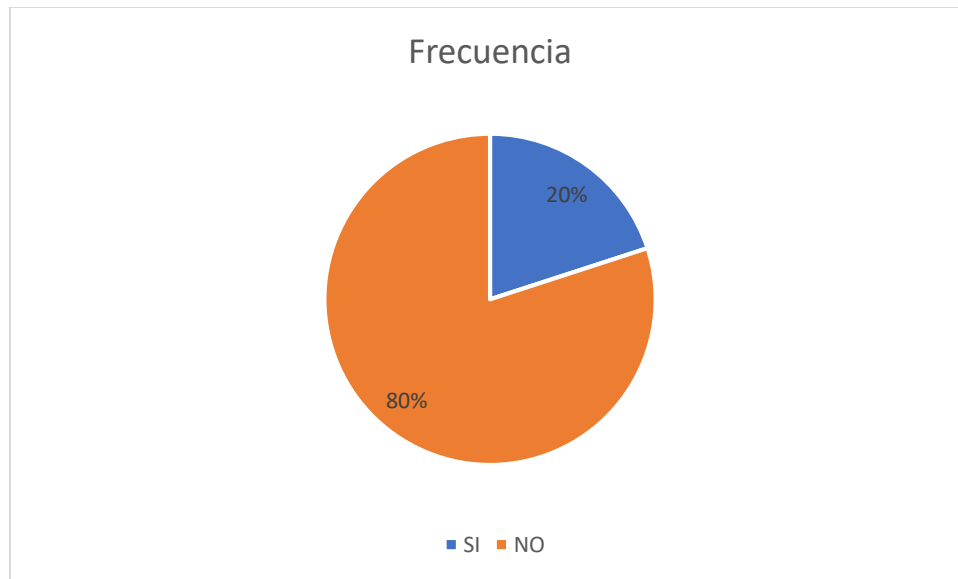


Figura 3. Gráfico circular que muestra los resultados de la pregunta 3 ¿El consumidor constante lo invita a mejorar la presentación de las plantas?

Interpretacion:

Con respecto a la interrogante: ¿El consumidor constante lo invita a mejorar la presentación de las plantas?, del 100% de los gerentes encuestados, el 20 % considera que el consumidor constante lo invita a mejorar la presentación de las plantas, mientras que el 80 % mencionan que el consumidor constante no lo invita a mejorar la presentación de las plantas.

Tabla 4 Por lo general busca clientes que le ayuden a fortalecer y mejorar los procesos de elaboración de platos de comida

Categorías	Cantidad	Porcentaje
Si	3	60%
No	2	40%
Total	5	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los gerentes

Gráfico 4 Por lo general busca clientes que le ayuden a fortalecer y mejorar los procesos de elaboración de platos de comida

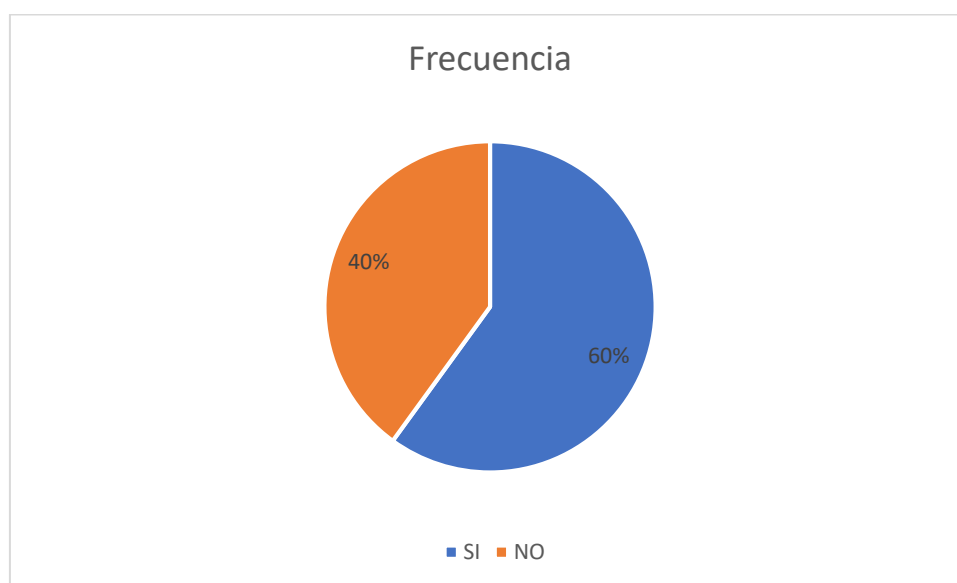


Figura 4. Gráfico circular que muestra los resultados de la pregunta 4 ¿Por lo general busca clientes que le ayuden a fortalecer y mejorar los procesos de elaboración de platos de comida?

Interpretacion:

Con respecto a la interrogante: ¿Por lo general busca clientes que le ayuden a fortalecer y mejorar los procesos de elaboración de platos de comida?, del 100% de los gerentes encuestados, el 60% considera que por lo general busca clientes que le ayuden a fortalecer y mejorar los procesos de elaboración de platos de comida, mientras que el 40% mencionan que por lo general no busca clientes que le ayuden a fortalecer y mejorar los procesos de elaboración de platos de comida.

Tabla 5 Cree usted que el adecuado desarrollo del trabajo de sus colaboradores le da confianza en el negocio

Categorías	Cantidad	Porcentaje
Si	5	100%
No	0	0%
Total	5	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los gerentes

Gráfico 5 Cree usted que el adecuado desarrollo del trabajo de sus colaboradores le da confianza en el negocio

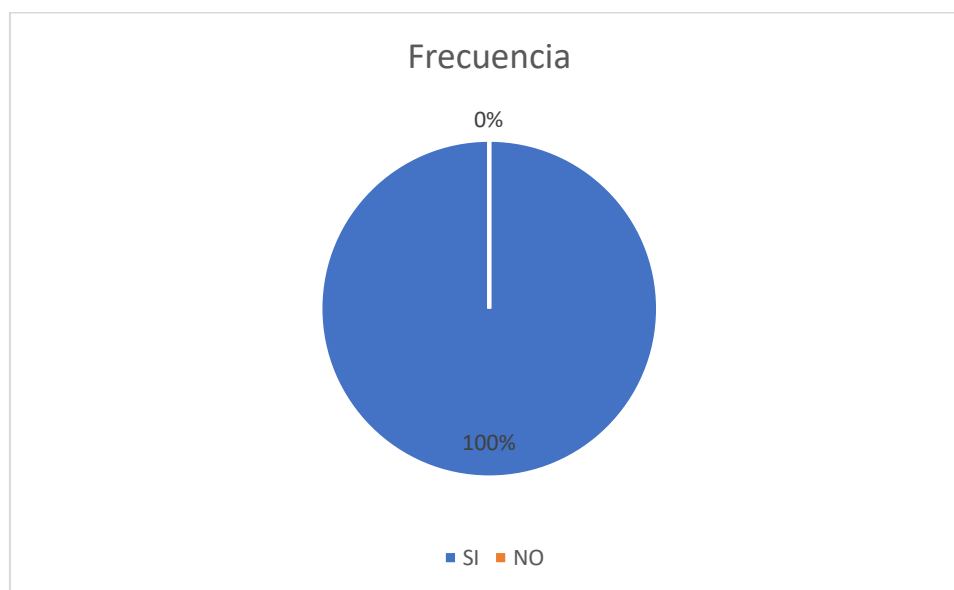


Figura 5. Gráfico circular que muestra los resultados de la pregunta 5 ¿Cree usted que el adecuado desarrollo del trabajo de sus colaboradores le da confianza en el negocio?

Interpretacion:

Con respecto a la interrogante: ¿Cree usted que el adecuado desarrollo del trabajo de sus colaboradores le da confianza en el negocio?, del 100% de los gerentes encuestados, el 100% considera que el adecuado desarrollo del trabajo de sus colaboradores le da confianza en el negocio.

Tabla 6 Si sus empleados son más atractivos hace más competente a su negocio

Categorías	Cantidad	Porcentaje
Si	4	80%
No	1	20%
Total	5	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los gerentes

Gráfico 6 Si sus empleados son más atractivos hace más competente a su negocio

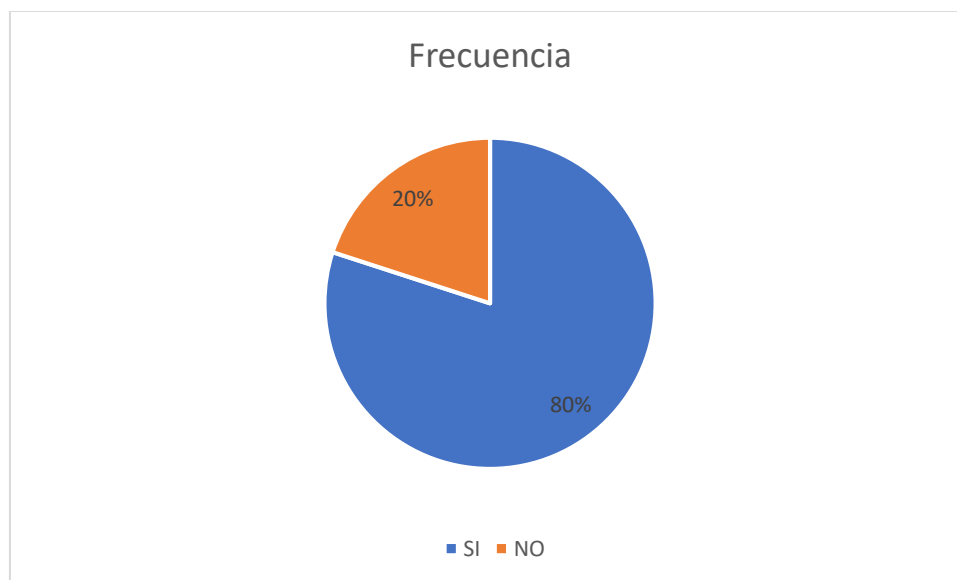


Figura 6. Gráfico circular que muestra los resultados de la pregunta 6 ¿Si sus empleados son más atractivos hace más competente a su negocio?

Interpretacion:

Con respecto a la interrogante: ¿Si sus empleados son más atractivos hace más competente a su negocio?, del 100% de los gerentes encuestados, el 80 % considera Si sus empleados son más atractivos hace más competente a su negocio, mientras que el 20% mencionan que si sus empleados son más atractivos no hace más competente a su negocio.

Tabla 7 La calidad de los productos que expende garantiza satisfacción al cliente

Categorías	Cantidad	Porcentaje
Si	5	100%
No	0	0%
Total	5	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los gerentes

Gráfico 7 La calidad de los productos que expende garantiza satisfacción al cliente

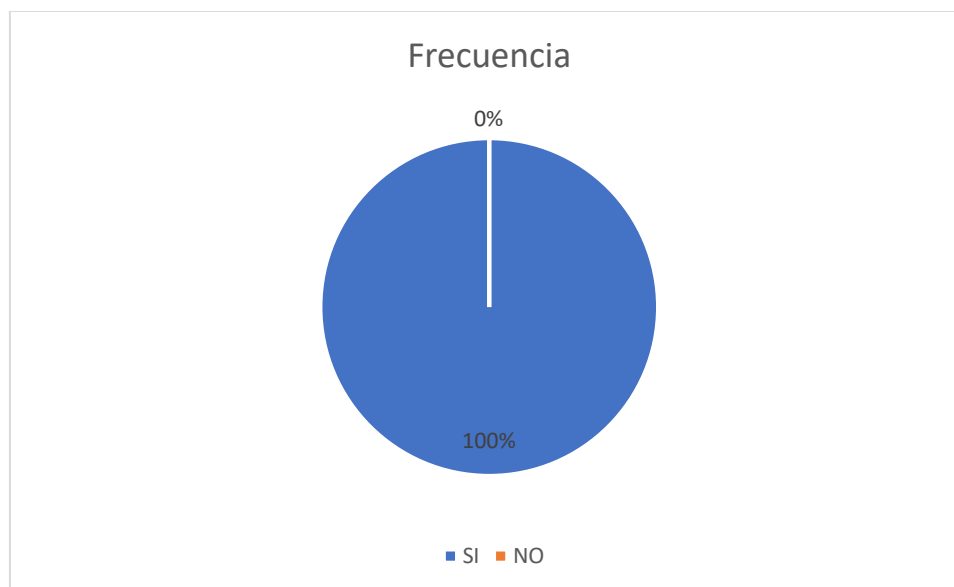


Figura 7. Gráfico circular que muestra los resultados de la pregunta 7 ¿La calidad de los productos que expende garantiza satisfacción al cliente?

Interpretacion:

Con respecto a la interrogante: ¿La calidad de los productos que expende garantizan satisfacción al cliente?, del 100% de los gerentes encuestados, el 100 % considera que la calidad de los productos que expende garantiza satisfacción al cliente.

Tabla 8 Cree usted que la calidad del servicio y del producto motiva al consumidor a regresar

Categorías	Cantidad	Porcentaje
Si	5	100%
No	0	0%
Total	5	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los gerentes

Gráfico 8 Cree usted que la calidad del servicio y del producto motiva al consumidor a regresar

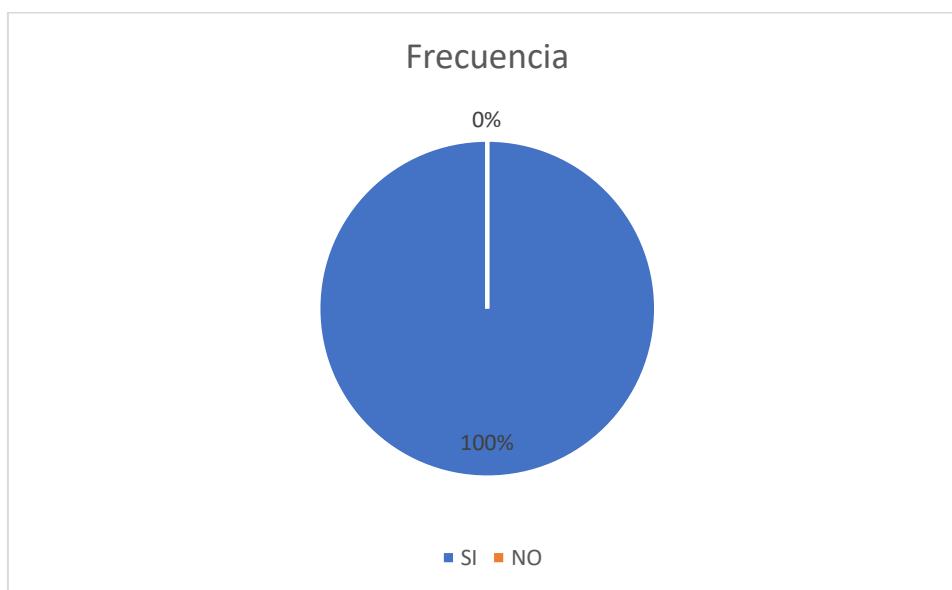


Figura 8. Gráfico circular que muestra los resultados de la pregunta 8 ¿Cree usted que la calidad del servicio y del producto motiva al consumidor a regresar?

Interpretacion:

Con respecto a la interrogante: ¿Cree usted que la calidad del servicio y del producto motiva al consumidor a regresar?, del 100% de los gerentes encuestados, el 100% considera que la calidad del servicio y del producto motiva al consumidor a regresar.

Tabla 9 Los comentarios de su cliente por lo general los escucha y lo mueven al cambio

Categorías	Cantidad	Porcentaje
Si	3	60%
No	2	40%
Total	5	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los gerentes

Gráfico 9 Los comentarios de su cliente por lo general los escucha y lo mueven al cambio

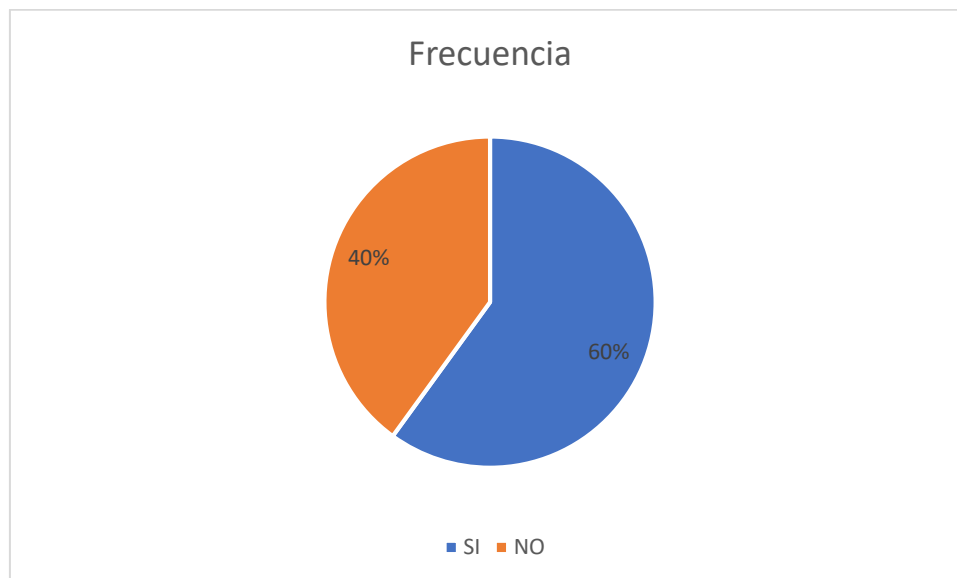


Figura 9. Gráfico circular que muestra los resultados de la pregunta 9 ¿Los comentarios de su cliente por lo general los escucha y lo mueven al cambio?

Interpretacion:

Con respecto a la interrogante: ¿Los comentarios de su cliente por lo general los escucha y lo mueven al cambio?, del 100% de los gerentes encuestados, el 60 % considera que los comentarios de sus clientes por lo general los escucha y lo mueven al cambio, mientras que el 40% considera que los comentarios de su cliente por lo general no los escucha y no lo mueven al cambio

Tabla 10 Considera que el desarrollo de su personal en habilidades y actitudes le ayuda a la fidelización del cliente

Categorías	Cantidad	Porcentaje
Si	5	100%
No	0	0%
Total	5	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los gerentes

Gráfico 10 Considera que el desarrollo de su personal en habilidades y actitudes le ayuda a la fidelización del cliente

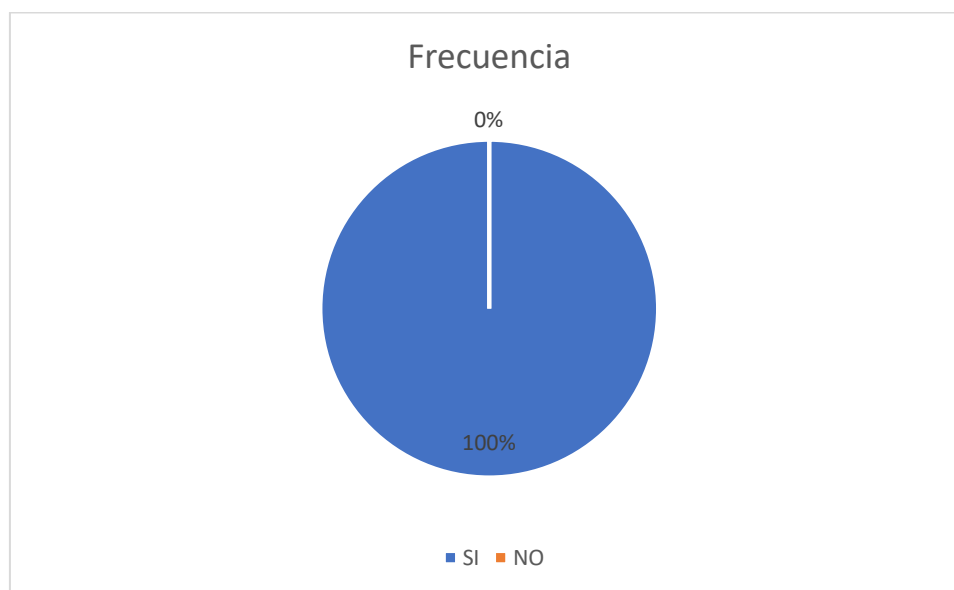


Figura 10. Gráfico circular que muestra los resultados de la pregunta 10 ¿Considera que el desarrollo de su personal en habilidades y actitudes le ayuda a la fidelización del cliente?

Interpretacion:

Con respecto a la interrogante: ¿Considera que el desarrollo de su personal en habilidades y actitudes le ayuda a la fidelización del cliente?, del 100% de los gerentes encuestados, el 100% considera que el desarrollo de su personal en habilidades y actitudes le ayuda a la fidelización del cliente.

Tabla 11 Los procesos de elaboración de platos bien definidos ayudan a disminuir errores

Categorías	Cantidad	Porcentaje
Si	5	100%
No	0	0%
Total	5	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los gerentes

Gráfico 11 Los procesos de elaboración de platos bien definidos ayudan a disminuir errores

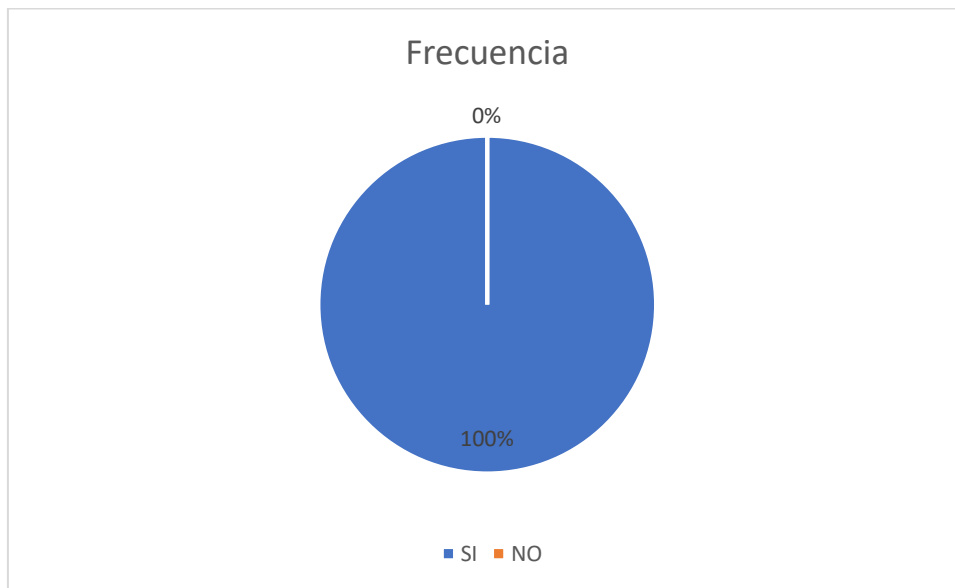


Figura 11. Gráfico circular que muestra los resultados de la pregunta 11 ¿Los procesos de elaboración de platos bien definidos ayuda a disminuir errores?

Interpretacion:

Con respecto a la interrogante: ¿Los procesos de elaboración de platos bien definidos ayuda a disminuir errores?, del 100% de los gerentes encuestados, el 100% considera que los procesos de elaboración de platos bien definidos ayudan a disminuir errores.

Segundo objetivo específico. Identificar las etapas de la gestión de calidad en las MYPE de restaurantes del Distrito de Pacaipampa, año 2019

Tabla 12 Realizar cambios en los restaurantes le genera temor de disminuir clientes

Categorías	Cantidad	Porcentaje
Si	2	40%
No	3	60%
Total	5	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los gerentes

Gráfico 12 Realizar cambios en los restaurantes le genera temor de disminuir clientes

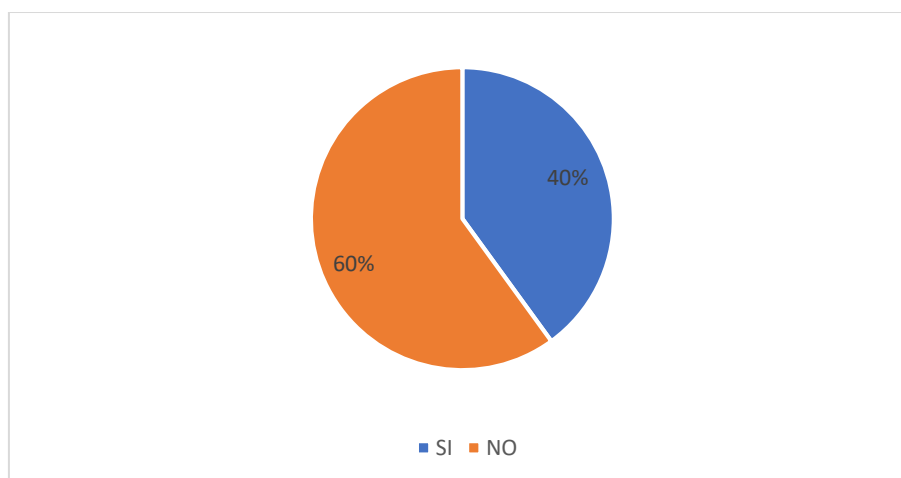


Figura 12. Gráfico circular que muestra los resultados de la pregunta 12 ¿Realizar cambios en el restaurante le genera temor de disminuir clientes?

Interpretacion:

Con respecto a la interrogante: ¿Realizar cambios en los restaurantes le genera temor de disminuir clientes?, del 100% de los gerentes encuestados, el 40% considera que realizar cambios en los restaurantes le genera temor de disminuir clientes, mientras que el 60% mencionan que realizar cambios en los restaurantes no le genera temor de disminuir clientes.

Tabla 13 Usted en su condición de titular decide los procesos a implementar

Categorías	Cantidad	Porcentaje
Si	4	80%
No	1	20%
Total	5	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los gerentes

Gráfico 13 Usted en su condición de titular decide los procesos a implementar

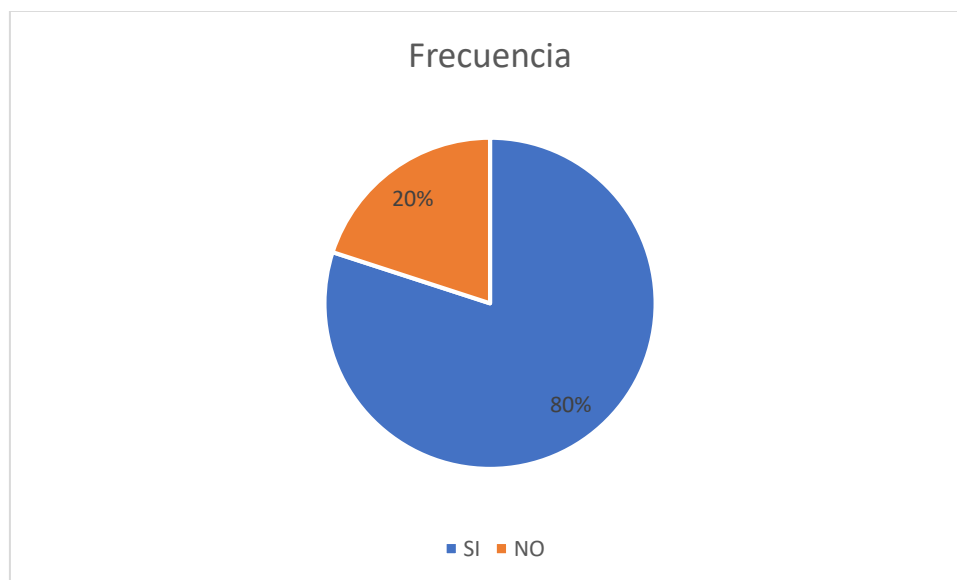


Figura 13. Gráfico circular que muestra los resultados de la pregunta 13 ¿Usted en su condición de titular decide los procesos a implementar?

Interpretacion:

Con respecto a la interrogante: ¿Usted en su condición de titular decide los procesos a implementar?, del 100% de los gerentes encuestados, el 80% considera que usted en su condición de titular decide los procesos a implementar, mientras que el 20% mencionan que usted en su condición de titular no decide los procesos a implementar.

Tabla 14 Generalmente diseña los productos que el cliente requiere y consume habitualmente

Categorías	Cantidad	Porcentaje
Si	4	80%
No	1	20%
Total	5	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los gerentes

Gráfico 14 Generalmente diseña los productos que el cliente requiere y consume habitualmente

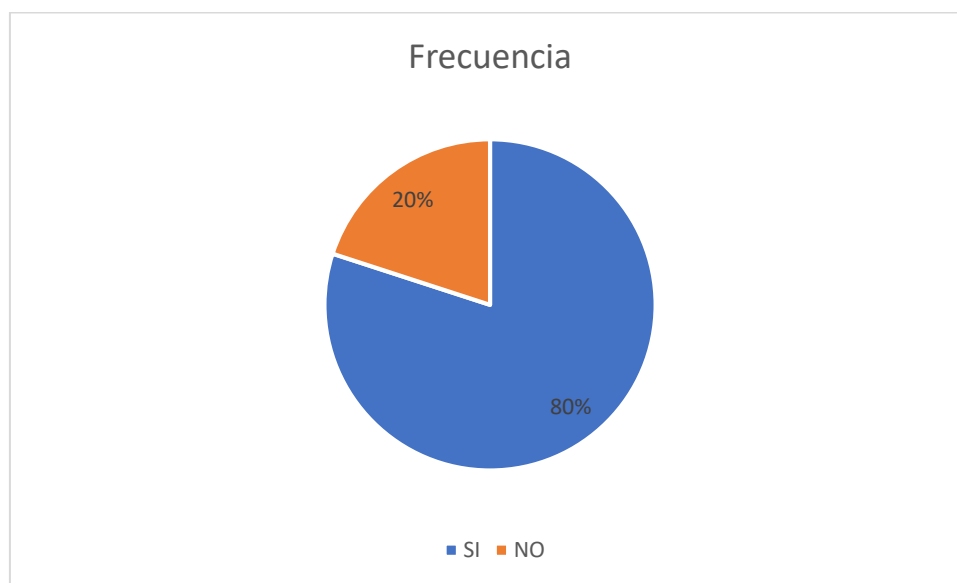


Figura 14. Gráfico circular que muestra los resultados de la pregunta 14 ¿Generalmente diseña los productos que el cliente requiere y consume habitualmente?

Interpretacion:

Con respecto a la interrogante: ¿Generalmente diseña los productos que el cliente requiere y consume habitualmente?, del 100% de los gerentes encuestados, el 80% considera que generalmente diseña los productos que el cliente requiere y consume habitualmente, mientras que el 20% mencionan que generalmente no diseñan los productos que el cliente requiere y consume habitualmente.

Tabla 15 Usted ha establecido guías para la elaboración de los productos y atención al cliente

Categorías	Cantidad	Porcentaje
Si	2	40%
No	3	60%
Total	5	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los gerentes

Gráfico 15 Usted ha establecido guías para la elaboración de los productos y atención al cliente

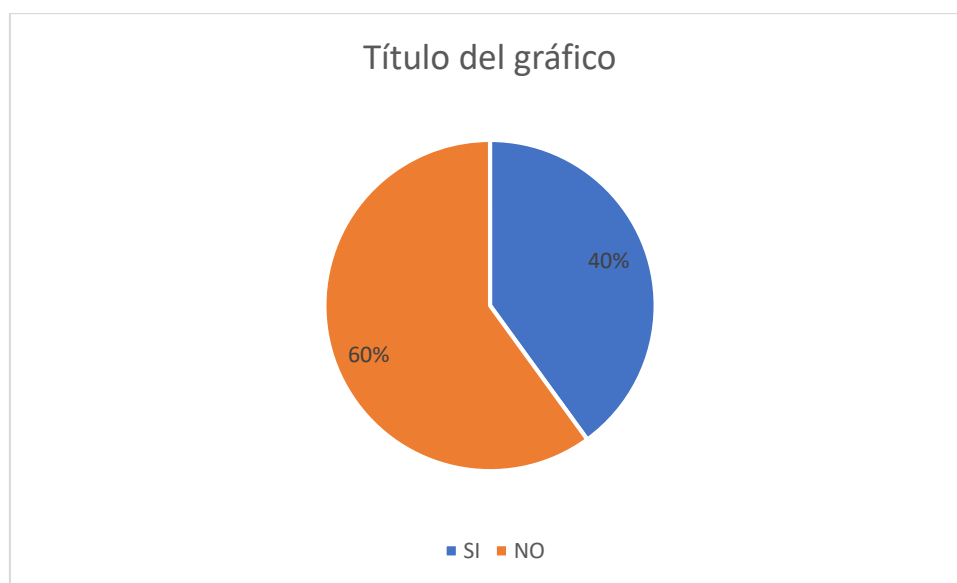


Figura 15. Gráfico circular que muestra los resultados de la pregunta 15 ¿Usted ha establecido guías para la elaboración de los productos y atención al cliente?

Interpretacion:

Con respecto a la interrogante: ¿Usted ha establecido guías para la elaboración de los productos y atención al cliente?, del 100% de los gerentes encuestados, el 40% ha establecido guías para la elaboración de los productos y atención al cliente, mientras que el 60% mencionan que no ha establecido guías para la elaboración de los productos y atención al cliente.

Tabla 16 El personal de cocina y atención al cliente aplica las guías y manuales

Categorías	Cantidad	Porcentaje
Si	1	20%
No	4	80%
Total	5	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los gerentes

Gráfico 16 El personal de cocina y atención al cliente aplica las guías y manuales

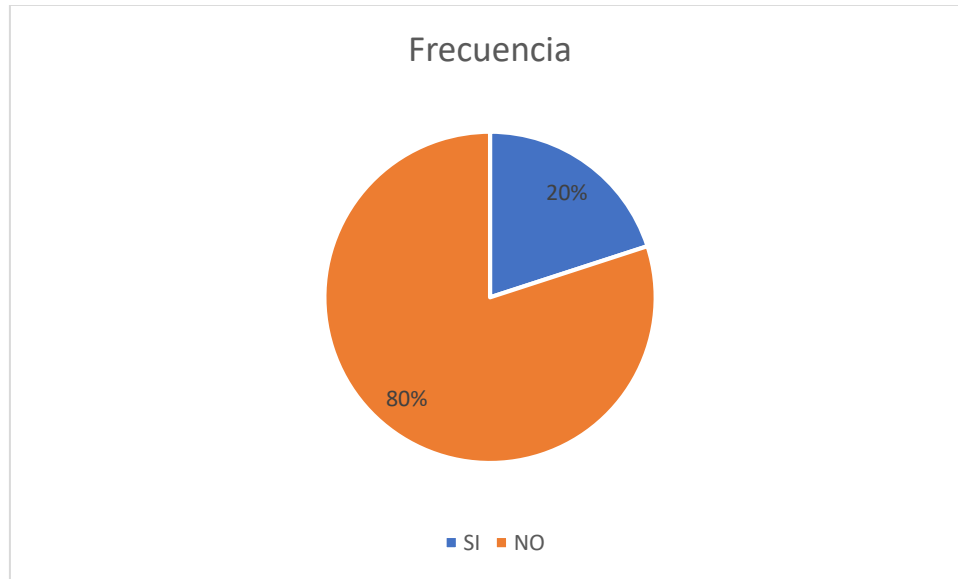


Figura 16. Gráfico circular que muestra los resultados de la pregunta 16 ¿El personal de cocina y atención al cliente aplica las guías y manuales?

Interpretacion:

Con respecto a la interrogante: ¿El personal de cocina y atención al cliente aplica las guías y manuales?, del 100% de los gerentes encuestados, el 20% considera que El personal de cocina y atención al cliente aplica las guías y manuales, mientras que el 80% mencionan que El personal de cocina y atención al cliente no aplica las guías y manuales

Tabla 17 Para evaluar al trabajador que atiende al cliente, considera la queja del cliente

Categorías	Cantidad	Porcentaje
Si	5	100%
No	0	0%
Total	5	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los gerentes

Gráfico 17 Para evaluar al trabajador que atiende al cliente, considera la queja del cliente

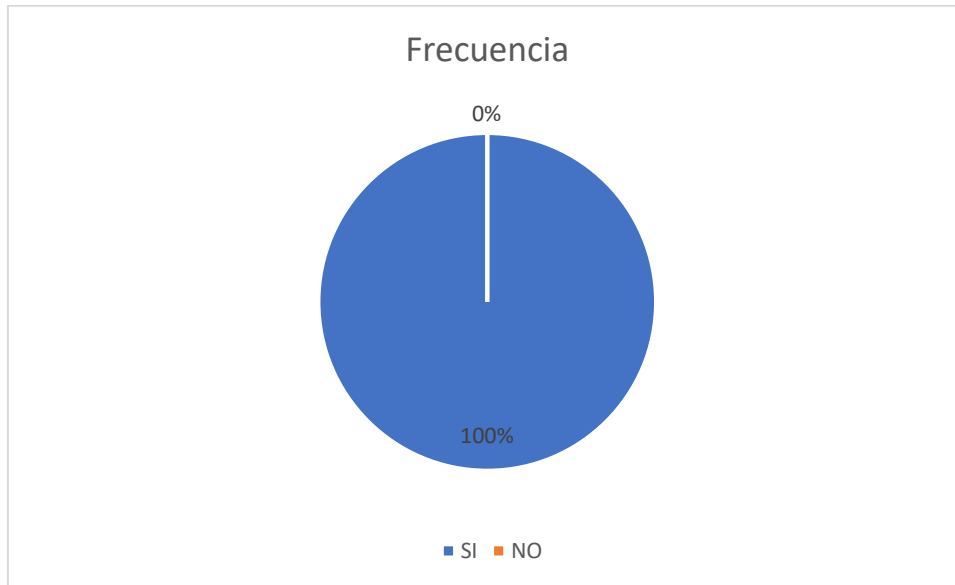


Figura 17. Gráfico circular que muestra los resultados de la pregunta 17 ¿Para evaluar al trabajador que atiende al cliente, considera la queja del cliente?

Interpretacion:

Con respecto a la interrogante: ¿Para evaluar al trabajador que atiende al cliente, considera la queja del cliente?, del 100% de los gerentes encuestados, el 100% considera que para evaluar al trabajador que atiende al cliente, considera la queja del cliente.

5.1.2 Variable atención al cliente

Tercer objetivo específico. Describir las principales características del servicio en la atención al cliente en las MYPE, restaurantes del Distrito de Pacaipampa, año 2019.

Tabla 18 Alguna vez se le ha quedado algo en el restaurante, y el mozo le ha alcanzado antes de abandonar el local

Categorías	Cantidad	Porcentaje
Si	67	55%
No	54	45%
Total	5	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los gerentes

Gráfico 18 Alguna vez se le ha quedado algo en el restaurante, y el mozo le ha alcanzado antes de abandonar el local

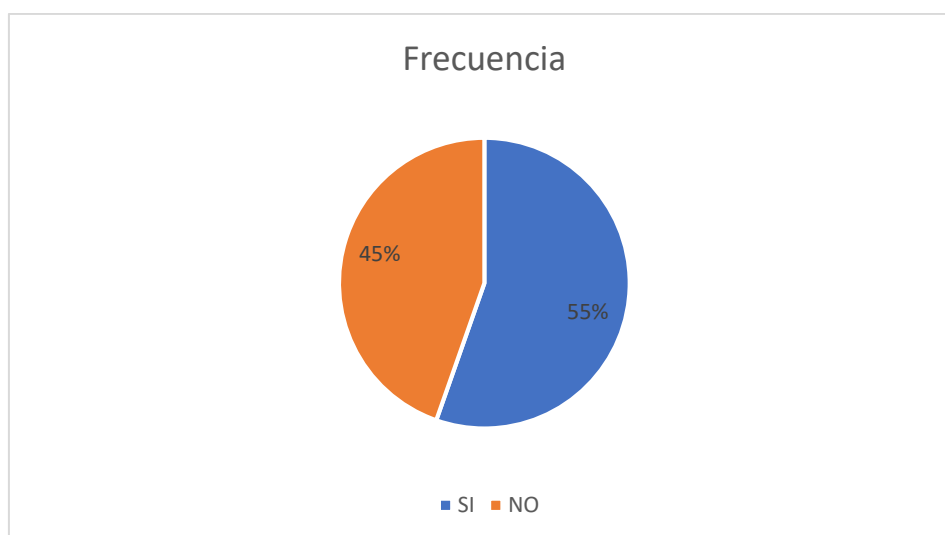


Figura 18. Gráfico circular que muestra los resultados de la pregunta 18 ¿Alguna vez se le ha quedado algo en el restaurante, y el mozo le ha alcanzado antes de abandonar el local?

Interpretacion:

Con respecto a la interrogante: ¿Alguna vez se le ha quedado algo en el restaurante, y el mozo le ha alcanzado antes de abandonar el local?, del 100% de los clientes encuestados, el 55 % Alguna vez se le ha quedado algo en el restaurante, y el mozo le ha alcanzado antes de abandonar el local, mientras que el 45 % mencionan que alguna vez se le ha quedado algo en el restaurante, y el mozo no le ha alcanzado antes de abandonar el local

Tabla 19 Cuando usted ha formulado su pedido, siempre le ha traído todo lo requerido

Categorías	Cantidad	Porcentaje
Si	82	68%
No	39	32%
Total	121	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los gerentes

Gráfico 19 Cuando usted ha formulado su pedido, siempre le ha traído todo lo requerido

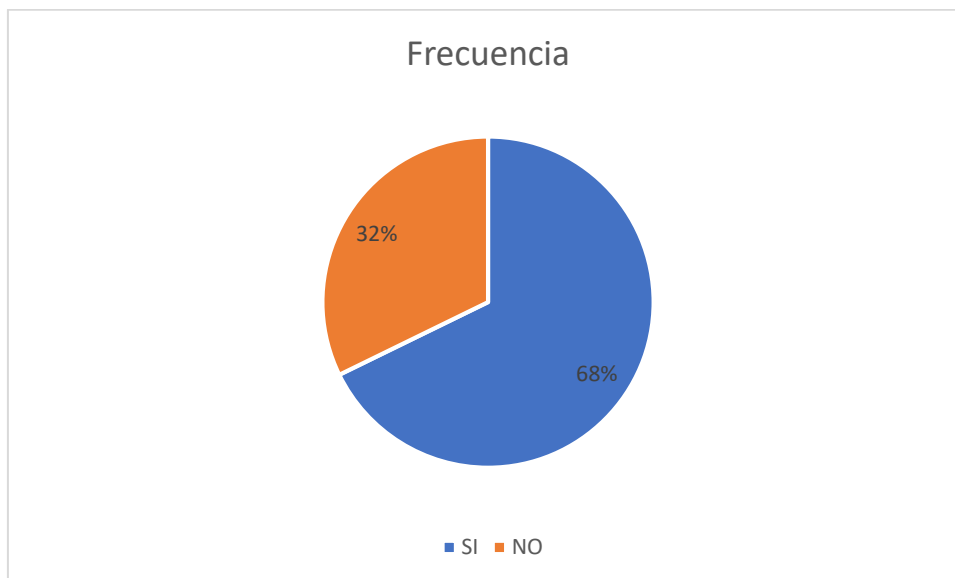


Figura 19. Gráfico circular que muestra los resultados de la pregunta 19 ¿Cuándo usted ha formulado su pedido, siempre le ha traído todo lo requerido?

Interpretacion:

Con respecto a la interrogante: Cuando usted ha formulado su pedido, ¿siempre le ha traído todo lo requerido?, del 100% de los clientes encuestados, el 68% considera que cuando ha formulado su pedido, siempre le ha traído todo lo requerido, mientras que el 32% mencionan que cuando ha formulado su pedido, no le ha traído todo lo requerido.

Tabla 20 Considera que los trabajadores siempre tienen actitudes transparentes para brindarle atención

Categorías	Cantidad	Porcentaje
Si	82	68%
No	39	32%
Total	121	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los gerentes

Gráfico 20 Considera que los trabajadores siempre tienen actitudes transparentes para brindarle atención

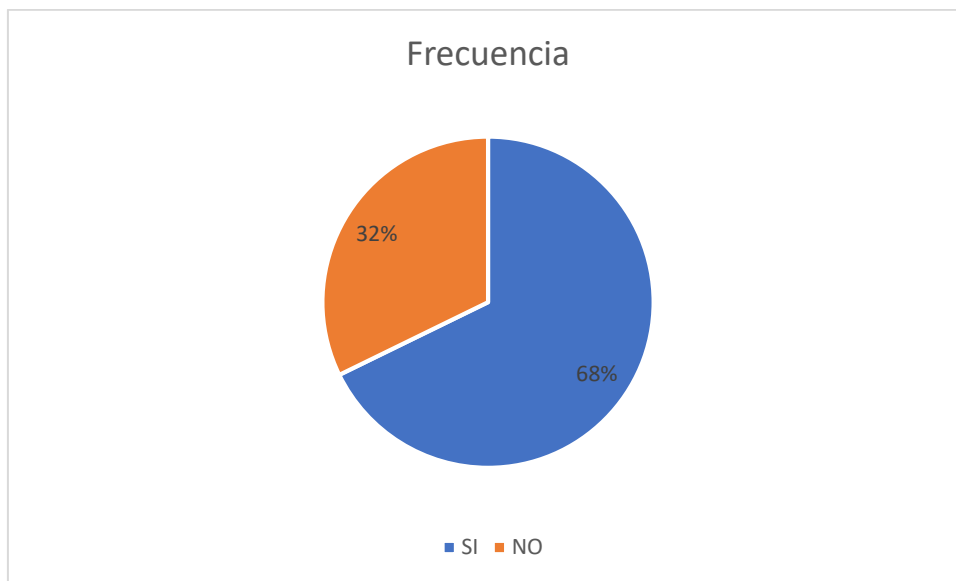


Figura 20. Gráfico circular que muestra los resultados de la pregunta 20 ¿Considera que los trabajadores siempre tienen actitudes transparentes para brindarle atención?

Interpretación:

Con respecto a la interrogante: ¿Considera que los trabajadores siempre tienen actitudes transparentes para brindarle atención?, del 100% de los clientes encuestados, el 68% Considera que los trabajadores siempre tienen actitudes transparentes para brindarle atención, mientras que el 32% mencionan que los trabajadores no tienen actitudes transparentes para brindarle atención

Tabla 21 Alguna vez a formulado un pedido, y al ser atendido a superado sus expectativas

Categorías	Cantidad	Porcentaje
Si	73	60%
No	48	40%
Total	121	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los gerentes

Gráfico 21 Alguna vez a formulado un pedido, y al ser atendido a superado sus expectativas

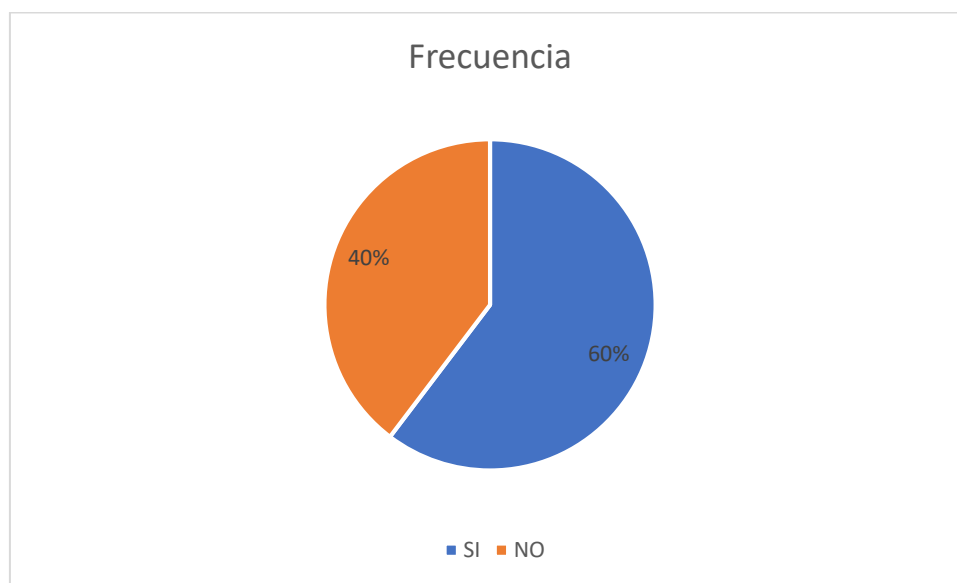


Figura 21. Gráfico circular que muestra los resultados de la pregunta 21 ¿Alguna vez a formulado un pedido, y al ser atendido a superado sus expectativas?

Interpretacion:

Con respecto a la interrogante: Alguna vez ha formulado un pedido, ¿y al ser atendido a superado sus expectativas? del 100% de los clientes encuestados, el 60 % considera que alguna vez ha formulado un pedido, y al ser atendido a superado sus expectativas, mientras que el 40% mencionan que alguna vez ha formulado un pedido, y al ser atendido no ha superado sus expectativas.

Tabla 22 Alguna vez ha sido atendido, exactamente con lo que usted requirió

Categorías	Cantidad	Porcentaje
Si	79	65%
No	42	35%
Total	121	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los gerentes

Gráfico 22 Alguna vez ha sido atendido, exactamente con lo que usted requirió



Figura 22. Gráfico circular que muestra los resultados de la pregunta 22 ¿Alguna vez ha sido atendido, exactamente con lo que usted requirió?

Interpretacion:

Con respecto a la interrogante: ¿Alguna vez ha sido atendido, exactamente con lo que usted requirió?, del 100% de los clientes encuestados, el 65% considera que ha sido atendido, exactamente con lo que usted requirió, mientras que el 35% mencionan que no ha sido atendido, exactamente con lo que usted requirió.

Tabla 23 Considera que el personal siempre se adelanta a sugerirle lo que pretende tiene como expectativa

Categorías	Cantidad	Porcentaje
Si	79	65%
No	42	35%
Total	121	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los gerentes

Gráfico 23 Considera que el personal siempre se adelanta a sugerirle lo que pretende tiene como expectativa

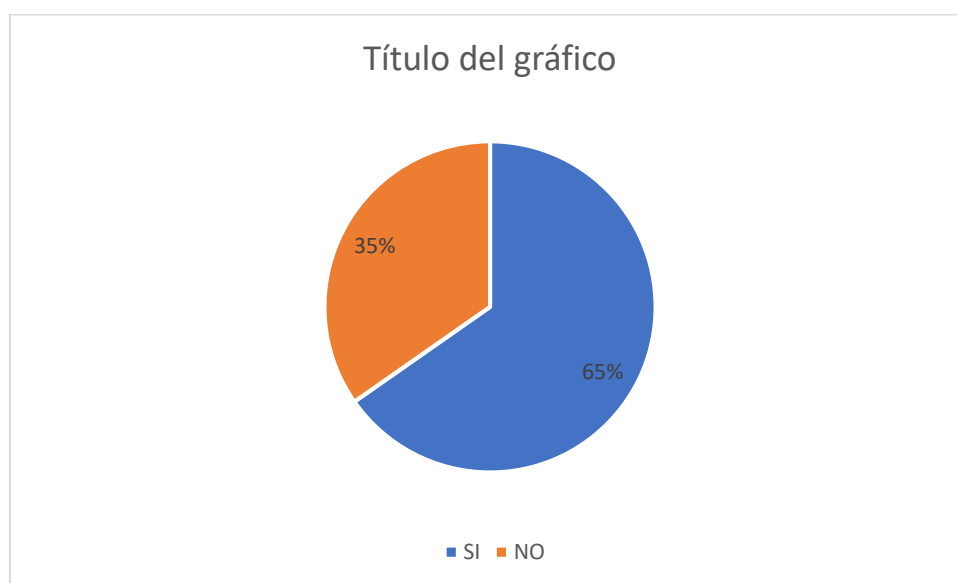


Figura 23. Gráfico circular que muestra los resultados de la pregunta 23 ¿Considera que el personal siempre se adelanta a sugerirle lo que pretende tiene como expectativa?

Interpretacion:

Con respecto a la interrogante: ¿Considera que el personal siempre se adelanta a sugerirle lo que pretende tiene como expectativa?, del 100% de los clientes encuestados, el 65% Considera que el personal siempre se adelanta a sugerirle lo que pretende tiene como expectativa, mientras que el 35% mencionan que el personal se adelanta a sugerirle lo que pretende tiene como expectativa

Tabla 24 El personal que atiende en el comedor del restaurante es educado y respetuoso

Categorías	Cantidad	Porcentaje
Si	85	70%
No	36	30%
Total	121	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los gerentes

Gráfico 24 El personal que atiende en el comedor del restaurante es educado y respetuoso

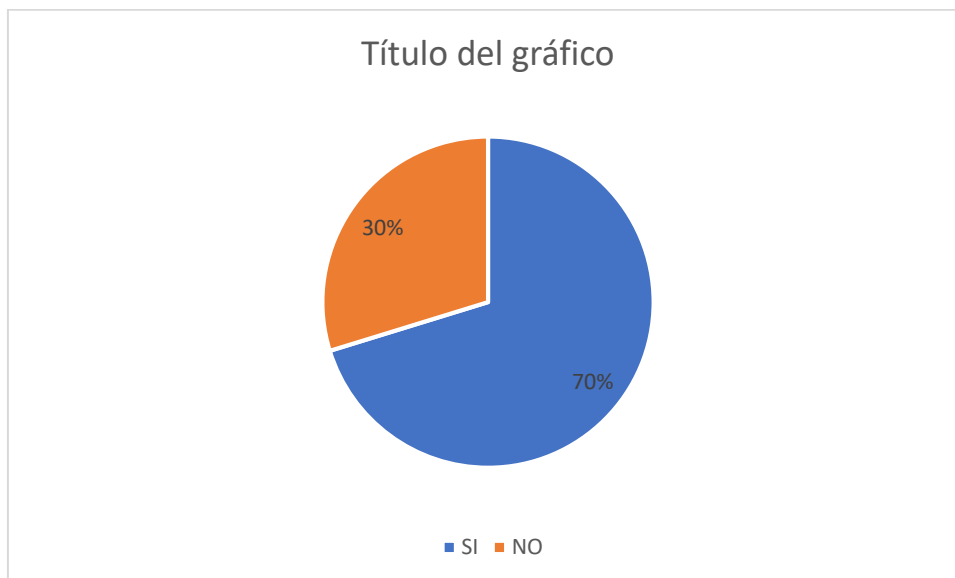


Figura 24. Gráfico circular que muestra los resultados de la pregunta 24 ¿El personal que atiende en el comedor del restaurante es educado y respetuoso?

Interpretacion:

Con respecto a la interrogante: ¿El personal que atiende en el comedor del restaurante es educado y respetuoso?, del 100% de los clientes encuestados, el 70% considera que El personal que atiende en el comedor del restaurante es educado y respetuoso, mientras que el 30% mencionan que El personal que atiende en el comedor del restaurante no es educado y respetuoso.

Tabla 25 Siempre le saludan con mucha gentileza y le conducen a la mesa

Categorías	Cantidad	Porcentaje
Si	79	65%
No	42	35%
Total	121	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los gerentes

Gráfico 25 Siempre le saludan con mucha gentileza y le conducen a la mesa



Figura 25. Gráfico circular que muestra los resultados de la pregunta 25 ¿Siempre le saludan con mucha gentileza y le conducen a la mesa?

Interpretacion:

Con respecto a la interrogante: ¿Siempre le saludan con mucha gentileza y le conducen a la mesa?, del 100% de los clientes encuestados, el 65% considera que Siempre le saludan con mucha gentileza y le conducen a la mesa, mientras que el 35% mencionan que no lo saludan gentileza y no lo conducen a la mesa.

Cuarto objetivo específico. Identificar las dimensiones de la atención al cliente en las MYPE restaurantes del Distrito de Pacaipampa, año 2019

Tabla 26 Los ambientes del restaurante presentan buen aspecto interno y externo

Categorías	Cantidad	Porcentaje
Si	73	60
No	48	40%
Total	121	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los gerentes

Gráfico 26 Los ambientes del restaurante presentan buen aspecto interno y externo

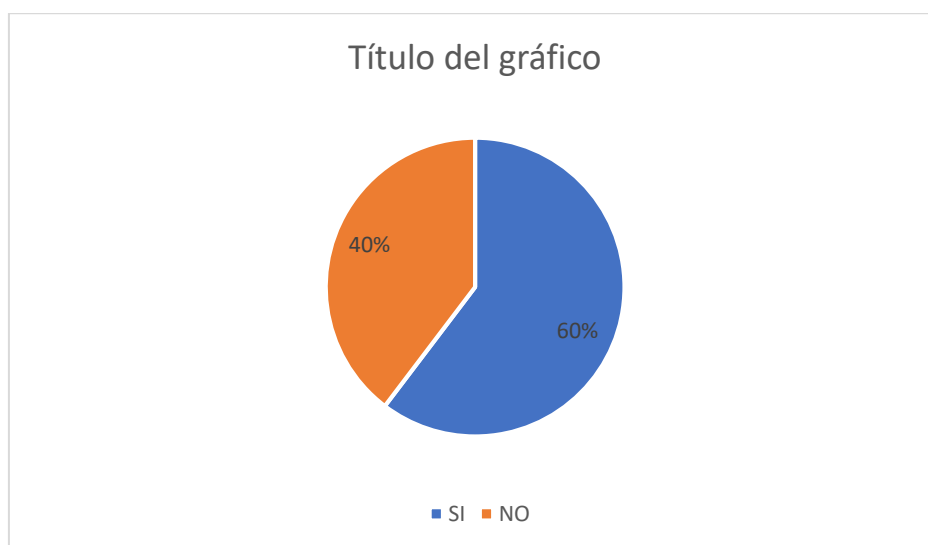


Figura 26. Gráfico circular que muestra los resultados de la pregunta 26 ¿Los ambientes del restaurante presentan buen aspecto interno y externo?

Interpretacion:

Con respecto a la interrogante: ¿Los ambientes del restaurante presentan buen aspecto interno y externo?, del 100% de los clientes encuestados, el 60% considera que los ambientes del restaurante presentan buen aspecto interno y externo, mientras que el 40% mencionan que los ambientes del restaurante no presentan buen aspecto interno y externo.

Tabla 27 Existen espacios libres para la transitabilidad de los clientes

Categorías	Cantidad	Porcentaje
Si	67	55%
No	54	45%
Total	121	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los gerentes

Gráfico 27 Existen espacios libres para la transitabilidad de los clientes

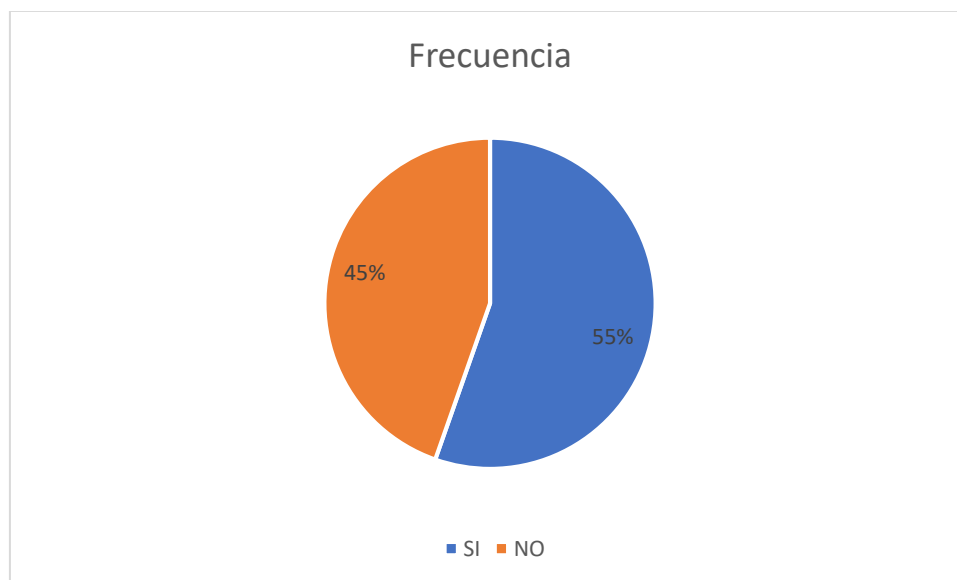


Figura 27. Gráfico circular que muestra los resultados de la pregunta 27 ¿Existen espacios libres para la transitabilidad de los clientes?

Interpretacion:

Con respecto a la interrogante: ¿Existen espacios libres para la transitabilidad de los clientes?, del 100% de los clientes encuestados, el 55% considera que Existen espacios libres para la transitabilidad de los clientes, mientras que el 45% mencionan que no existen espacios libres para la transitabilidad de los clientes.

Tabla 28 El personal atiende con rapidez y tiene buena presentación

Categorías	Cantidad	Porcentaje
Si	82	68%
No	39	32%
Total	121	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los gerentes

Gráfico 28 El personal atiende con rapidez y tiene buena presentación

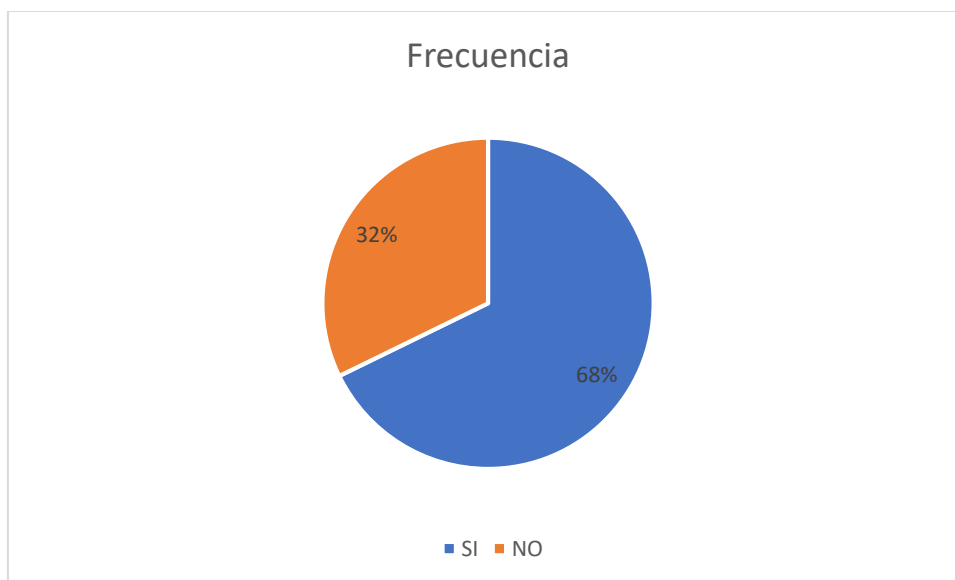


Figura 28. Gráfico circular que muestra los resultados de la pregunta 28 ¿El personal atiende con rapidez y tiene buena presentación?

Interpretacion:

Con respecto a la interrogante: ¿El personal atiende con rapidez y tiene buena presentación?, del 100% de los clientes encuestados, el 68% considera que el personal atiende con rapidez y tiene buena presentación, mientras que el 32% mencionan que el personal no atiende con rapidez y no tiene buena presentación.

Tabla 29 Los ambientes del restaurante son aromatizados

Categorías	Cantidad	Porcentaje
Si	67	55%
No	54	45%
Total	121	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los gerentes

Gráfico 29 Los ambientes del restaurante son aromatizados

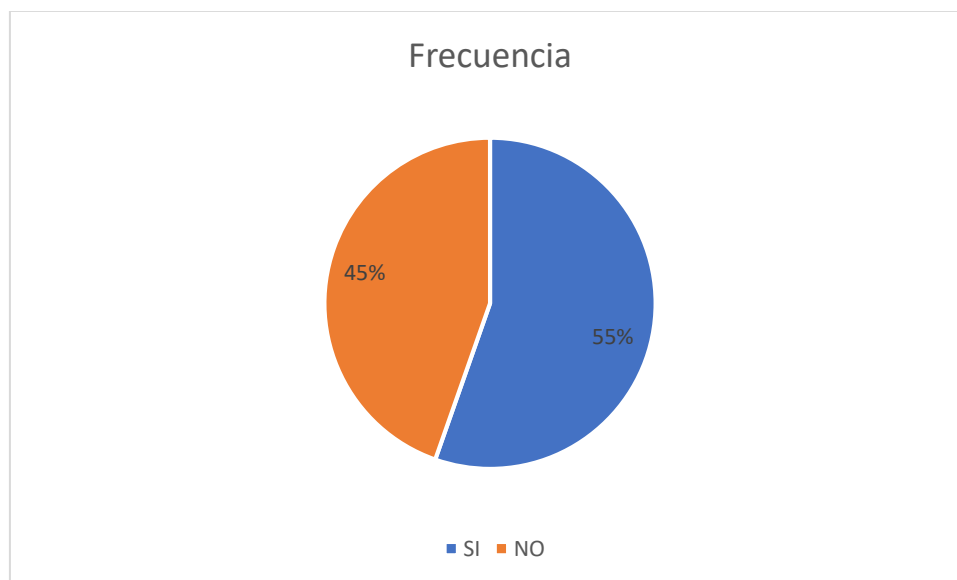


Figura 29. Gráfico circular que muestra los resultados de la pregunta 29 ¿Los ambientes del restaurante son aromatizados?

Interpretacion:

Con respecto a la interrogante: ¿Los ambientes del restaurante son aromatizados?, del 100% de los clientes encuestados, el 55% considera que los ambientes del restaurante son aromatizados, mientras que el 45% mencionan que los ambientes del restaurante no son aromatizados.

Tabla 30 Considera que los insumos con que preparan la comida son frescos

Categorías	Cantidad	Porcentaje
Si	77	64%
No	44	36%
Total	121	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los gerentes

Gráfico 30 Considera que los insumos con que preparan la comida son frescos



Figura 30. Gráfico circular que muestra los resultados de la pregunta 30 ¿Considera que los insumos con que preparan la comida son frescos?

Interpretacion:

Con respecto a la interrogante: ¿Considera que los insumos con que preparan la comida son frescos?, del 100% de los clientes encuestados, el 64% Considera que los insumos con que preparan la comida son frescos, mientras que el 36% mencionan que los insumos con que preparan la comida no son frescos.

Tabla 31 Siempre le atienden las quejas que presenta

Categorías	Cantidad	Porcentaje
Si	76	63%
No	45	37%
Total	121	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los gerentes

Gráfico 31 Siempre le atienden las quejas que presenta

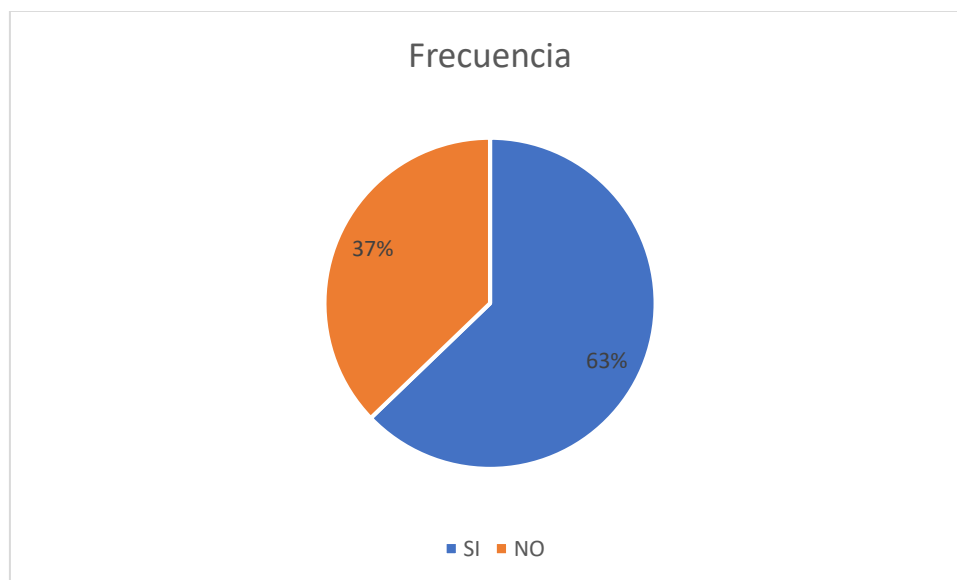


Figura 31. Gráfico circular que muestra los resultados de la pregunta 31 ¿Siempre le atienden las quejas que presenta?

Interpretacion:

Con respecto a la interrogante: ¿Siempre le atienden las quejas que presenta?, del 100% de los clientes encuestados, el 63% considera que siempre le atienden las quejas que presenta, mientras que el 37% mencionan que no atienden las quejas que presenta.

5.2 Análisis de resultados

Variable: Gestión de Calidad

Primer objetivo específico. Describir los beneficios que se logran con la gestión de calidad en las MYPE, de restaurantes del Distrito de Pacaipampa, año 2019

Tabla 1. Denominada: Su negocio es recordado fácilmente por los consumidores, de los gerentes encuestados, el 100 % considera que el negocio es recordado fácilmente por los consumidores. Resultado cercano con García (2014), quien manifestó que las empresas de hoteles y restaurantes son consideradas por su seguridad, integridad del personal sus instalaciones razones para volver por la confianza y credibilidad. Así mismo Romero (2019) hablo sobre el beneficio de la imagen que general la gestión de calidad, siendo que los restaurantes pueden ser recordados por los clientes con facilidad.

Tabla 2. Denominada: El acercamiento con el comprador facilita su proceso de ventas, de los gerentes encuestados, el 100% considera que el acercamiento con el comprador facilita su proceso de ventas. Resultado cercano con García (2014) expresando que las empresas de restaurante el personal conserva buena comunicación y atención mostrada por los empleados además de sus habilidades para inspirar confianza y credibilidad durante el servicio; Romero (2019) también comento del beneficio del acercamiento que existe en el proceso de venta con los compradores potenciales.

Tabla 3. Denominada. El consumidor constante lo invita a mejorar la presentación de los platos, de los gerentes encuestados, el 20 % considera que el consumidor constante lo invita a mejorar la presentación de los platos, mientras que el 80 % mencionan que el consumidor constante no lo invita a mejorar la presentación de los platos. Resultado discrepante con López Mosquera (2018) quien concluyo en su investigación que los restaurantes dan respuesta inmediata, trato personalizado, instalaciones, maquinarias y

equipos modernos. Y se permite demostrar que existen clientes satisfechos con las instalaciones, la comida, los equipos y la confiabilidad de parte del personal; Romero (2019) también hablo del beneficio de la mejora de la presentación de los productos que presentan.

Tabla 4. Denominada: Por lo general busca clientes que le ayuden a fortalecer y mejorar los procesos de elaboración de platos de comida, de los gerentes encuestados, el 60% considera que por lo general busca clientes que le ayuden a fortalecer y mejorar los procesos de elaboración de platos de comida, mientras que el 40% mencionaron que no le ayudan a fortalecer y mejorar los procesos de elaboración de platos de comida. Resultado cercano con López Mosquera (2018) En su estudio realizado identifico factores importantes sobre el buen servicio basado en el buen trato por parte del personal, adecuada infraestructura con espacios y ambientes que agrada al cliente, la confianza que se les brinda a los clientes; Romero (2019) menciona sobre el beneficio que genera la gestión de la calidad para fortalecer los procesos de los productos que sirven a los clientes.

Tabla 5. Denominada. Cree usted que el adecuado desarrollo del trabajo de sus colaboradores le da confianza en el negocio, de los gerentes encuestados, el 100% considera que el adecuado desarrollo del trabajo de sus colaboradores le da confianza en el negocio. Resultado coincidente con García (2014) quien concluye en su investigación que los clientes toman mucho en cuenta la apariencia de las instalaciones como la del personal, la seguridad referida a la comunicación y atención mostrada por los empleados además de sus habilidades para inspirar confianza y credibilidad durante el servicio.

Tabla 6. Denominada. Si sus empleados son más atractivos hace más competente a su negocio del total de gerentes encuestados, el 80 % considera que Si sus empleados son más atractivos hace más competente a su negocio, mientras que el 20% mencionan

que empleados no son atractivos y no hace más competente a su negocio. Resultado coincidente con Jáuregui Baca (2017) en su investigación a los restaurantes del Distrito del Nuevo Chimbote en la que concluyo que las MYPEs la mayoría que aplicó gestión de calidad, obtuvo buenos resultados ofertando productos de mejor calidad. Por lo tanto, se puede decir que la mayoría de las MYPE si aplican gestión de calidad, pero desconocen el término; Romero (2019) además comento que la gestión de calidad es gestora de los diferentes procesos beneficios que irroga la organización a través del trabajo, siendo competitivos, generadores de mayor satisfacción, motivación, cambio, desarrollo y simplificación.

Tabla 7. Denominada: La calidad de los productos que expende garantiza satisfacción al cliente, del total de gerentes encuestados, el 100 % considera que la calidad de los productos que expende garantiza satisfacción al cliente. Ortiz Guerrero (2015) en su investigación a los restaurantes del centro de la Ciudad de Tumbes realizada en la Universidad Uladech, determino que los restaurantes ofrecen un buen servicio de calidad en la actualidad, y produce un impacto en la sociedad. Por; Romero (2019) además comento que la gestión de calidad es gestora de los diferentes procesos beneficios que irroga la organización a través del trabajo, siendo competitivos, generadores de mayor satisfacción, motivación, cambio, desarrollo y simplificación.

Tabla 8. Denominada. Cree usted que la calidad del servicio y del producto motiva al consumidor a regresar, de los gerentes encuestados, el 100% considera que la calidad del servicio y del producto motiva al consumidor a regresar. Ortiz Guerrero (2015) en su investigación a los restaurantes del centro de la Ciudad de Tumbes realizada en la Universidad Uladech, determino que los restaurantes ofrecen un buen servicio de calidad en la actualidad, y produce un impacto en la sociedad; Romero (2019) además comento

que la gestión de calidad es gestora de los diferentes procesos beneficios que irroga la organización a través del trabajo, siendo competitivos, generadores de mayor satisfacción, motivación, cambio, desarrollo y simplificación.

Tabla 9. Denominada: Los comentarios de su cliente por lo general los escucha y lo mueven al cambio, de los gerentes encuestados, el 60 % considera que los comentarios de sus clientes por lo general los escucha y lo mueven al cambio, mientras que el 40% considera que los comentarios de su cliente no los escucha y no lo mueven al cambio. Resultado contrario con López Mosquera (2018) quien manifestó en su investigación que los restaurantes por parte del personal cuentan con respuesta inmediata, trato personalizado, instalaciones, maquinarias y equipos modernos. Y se permite demostrar que existen clientes satisfechos con las instalaciones, la comida, los equipos y la confiabilidad de parte del personal; Romero (2019) además comento que la gestión de calidad es gestora de los diferentes procesos beneficios que irroga la organización a través del trabajo, siendo competitivos, generadores de mayor satisfacción, motivación, cambio, desarrollo y simplificación.

Tabla 10. Denominada. Considera que el desarrollo de su personal en habilidades y actitudes le ayuda a la fidelización del cliente, de los gerentes encuestados, el 100% considera que el desarrollo de su personal en habilidades y actitudes le ayuda a la fidelización del cliente. Ortiz Guerrero (2015) en su investigación a los restaurantes del centro de la Ciudad de Tumbes realizada en la Universidad Uladech, determino que los restaurantes ofrecen un buen servicio de calidad en la actualidad, y produce un impacto en la sociedad; Romero (2019) además comento que la gestión de calidad es gestora de los diferentes procesos beneficios que irroga la organización a través del trabajo, siendo

competitivos, generadores de mayor satisfacción, motivación, cambio, desarrollo y simplificación.

Tabla 11. Denominada. Los procesos de elaboración de platos bien definidos ayudan a disminuir errores, de los gerentes encuestados, el 100% considera que los procesos de elaboración de platos bien definidos ayudan a disminuir errores. Ortiz Guerrero (2015) en su investigación a los restaurantes del centro de la Ciudad de Tumbes realizada en la Universidad Uladech, determino que los restaurantes ofrecen un buen servicio de calidad en la actualidad, y produce un impacto en la sociedad; Romero (2019) además comento que la gestión de calidad es gestora de los diferentes procesos beneficios que irroga la organización a través del trabajo, siendo competitivos, generadores de mayor satisfacción, motivación, cambio, desarrollo y simplificación.

Segundo objetivo específico. Identificar las etapas de la gestión de calidad en las MYPE de restaurantes del Distrito de Pacaipampa, año 2019

Tabla 12. Denominada. Realizar cambios en los restaurantes le genera temor de disminuir clientes, de los gerentes encuestados, el 60% mencionan que realizar cambios en los restaurantes no le genera temor de disminuir clientes, pero el 40% considera que realizar cambios en los restaurantes le genera temor de disminuir clientes. Resultado cercano con Yahuana (2016) en su investigación gestión de calidad de las MYPEs de los restaurantes de la urbanización la alborada Piura, concluyo que los elementos determinantes de la gestión de la calidad más valorados son, las habilidades y experiencia de los trabajadores, el compromiso, políticas organizacionales, la infraestructura e instalaciones; Santiago (2008) preciso que las organizaciones siempre buscan tener un nivel adecuado, buscan tener un lugar alto de la competitividad y preciso que el logro de ello obedece a siete etapas como son: la etapa preliminar, la planeación que fija el

horizonte de los objetivos, el diseño indispensable en el desarrollo de los productos, el desarrollo, la implementación y la evaluación.

Tabla 13. Denominada: Usted en su condición de titular decide los procesos a implementar, de los gerentes encuestados, el 80% considera que en su condición de titular decide los procesos a implementar, mientras que el 20% mencionan que en su condición de titular no decide los procesos a implementar. Resultado cercano con Yahuana (2016) en su investigación gestión de calidad de las MYPEs de los restaurantes de la urbanización la alborada Piura, concluyo que los elementos más valorados son, las políticas organizacionales, habilidades y experiencia de los trabajadores, el compromiso, la infraestructura e instalaciones; Santiago (2008) preciso que las organizaciones siempre buscan tener un nivel adecuado, buscan tener un lugar alto de la competitividad y preciso que el logro de ello obedece a siete etapas como son: la etapa preliminar, la planeación que fija el horizonte de los objetivos, el diseño indispensable en el desarrollo de los productos, el desarrollo, la implementación y la evaluación.

Tabla 14. Denominada: Generalmente diseña los productos que el cliente requiere y consume habitualmente, de los gerentes encuestados, el 80% considera que generalmente diseña los productos que el cliente requiere y consume habitualmente, mientras que el 20% mencionan que generalmente no diseñan los productos que el cliente requiere y consume habitualmente. Resultado cercano con Yahuana (2016) en su investigación gestión de calidad de las MYPEs de los restaurantes de la urbanización la alborada Piura, concluyo que los elementos determinantes más valorados son, el compromiso, políticas organizacionales, las habilidades y experiencia de los trabajadores; Santiago (2008) preciso que las organizaciones siempre buscan tener un nivel adecuado, buscan tener un lugar alto de la competitividad y preciso que el logro de ello obedece a

siete etapas como son: la etapa preliminar, la planeación que fija el horizonte de los objetivos, el diseño indispensable en el desarrollo de los productos, el desarrollo, la implementación y la evaluación.

Tabla 15. Denominada. Usted ha establecido guías para la elaboración de los productos y atención al cliente, de los gerentes encuestados, el 40% ha establecido guías para la elaboración de los productos y atención al cliente, mientras que el 60% mencionan que no ha establecido guías para la elaboración de los productos y atención al cliente. Resultado discrepante con Medina Vargas (2018) en su investigación a sobre gestión de calidad de las MYPE de servicio gastronómico en los restaurantes comida marina de Talara, concluyo que los restaurantes de la Av. B de Talara si manejan estándares de calidad de productos, en cuanto al uso de procedimientos para la preparación de los platos a ofertar consideran procedimientos, utilizan ventajas competitivas como la diferenciación, se centra en los procedimientos, empleo y estándares de calidad, y como beneficios encuentran la satisfacción en la atención y los procesos; Santiago (2008) preciso que las organizaciones siempre buscan tener un nivel adecuado, buscan tener un lugar alto de la competitividad y preciso que el logro de ello obedece a siete etapas como son: la etapa preliminar, la planeación que fija el horizonte de los objetivos, el diseño indispensable en el desarrollo de los productos, el desarrollo, la implementación y la evaluación.

Tabla 16. Denominada: El personal de cocina y atención al cliente aplica las guías y manuales, de los gerentes encuestados, el 20% considera que El personal de cocina y atención al cliente aplica las guías y manuales, mientras que el 80% mencionan que El personal de cocina y atención al cliente no aplica las guías y manuales. Resultado cercano con Medina Vargas (2018) en su investigación a sobre gestión de calidad de las MYPEs

de servicio gastronómico en los restaurantes comida marina de talara, en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, concluyo que los restaurantes manejan estándares de calidad de productos, en cuanto al uso de procedimientos para la preparación de los platos a ofertar consideran procedimientos, como ventajas competitivas encontrando la satisfacción en la atención y los procesos; Santiago (2008) preciso que las organizaciones siempre buscan tener un nivel adecuado, buscan tener un lugar alto de la competitividad y preciso que el logro de ello obedece a siete etapas como son: la etapa preliminar, la planeación que fija el horizonte de los objetivos, el diseño indispensable en el desarrollo de los productos, el desarrollo, la implementación y la evaluación.

Tabla 17. Denominada: Para evaluar al trabajador que atiende al cliente, considera la queja del cliente, de los gerentes encuestados, el 100% considera que para evaluar al trabajador que atiende al cliente, considera la queja del cliente. Resultado coincidente con Medina Vargas (2018) en su investigación a sobre gestión de calidad de las MYPEs de servicio gastronómico en los restaurantes comida marina de talara, en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, concluyo que los restaurantes de la Av. B de Talara si manejan estándares de calidad de productos, en cuanto al uso de procedimientos para la preparación de los platos a ofertar consideran los procedimientos, empleo y estándares de calidad, y como beneficio encuentran la satisfacción en la atención y los procesos; (2008) preciso que las organizaciones siempre buscan tener un nivel adecuado, buscan tener un lugar alto de la competitividad y preciso que el logro de ello obedece a siete etapas como son: la etapa preliminar, la planeación que fija el horizonte de los objetivos, el diseño indispensable en el desarrollo de los productos, el desarrollo, la implementación y la evaluación.

Tercer objetivo específico. Describir las principales características del servicio en la atención al cliente en las MYPE, restaurantes del Distrito de Pacaipampa, año 2019.

Tabla 18. Denominad: Alguna vez se le ha quedado algo en el restaurante, y el mozo le ha alcanzado antes de abandonar el local, de los clientes encuestados, el 55 % manifestaron que alguna vez se le ha quedado algo en el restaurante, y el mozo le ha alcanzado antes de abandonar el local, mientras que el 45 % mencionan que alguna vez se le ha quedado algo en el restaurante, y el mozo no le ha alcanzado antes de abandonar el local. Resultado discrepante con Obando (2016) en su investigación sobre la capacitación de personal en atención al cliente en las MYPEs de restaurante de un tenedor en el distrito de san Luis- Lima, concluyó que obtuvo con respecto a la atención al cliente que es muy aceptable la apariencia de los empleados ya que tienen una apariencia impecable, indico que los conocimientos de los empleados son escasos y regularmente se establece una relación de empatía con el personal en el momento del pedido; Violante (2015) manifestó que los emprendedores tienen la responsabilidad de guiar y fijar el horizonte de la organización, no deja de dar valor a los clientes, generando el aumento de sus habilidades y actitudes, por ello considero identificar las características principales tales como: honestidad, cumplimiento, transparencia, predecible, honor a la palabra, iniciativa, autodominio y el don de gente.

Tabla 19. Denominada; Cuando usted ha formulado su pedido, siempre le ha traído todo lo requerido. De los clientes encuestados, el 68% considera que cuando ha formulado su pedido, siempre le ha traído todo lo requerido, mientras que el 32% mencionan que cuando ha formulado su pedido, no le ha traído todo lo requerido. Resultado cercano con Obando (2016) en su investigación sobre la capacitación de personal en atención al cliente en las MYPEs de restaurante de un tenedor en el distrito de san Luis- Lima, concluyó que obtuvo con respecto a la atención al cliente que es muy

aceptable la apariencia de los empleados ya que tienen una apariencia impecable, indico que los conocimientos de los empleados son escasos y regularmente se establece una relación de empatía con el personal en el momento del pedido; Violante (2015) manifestó que los emprendedores tienen la responsabilidad de guiar y fijar el horizonte de la organización, no deja de dar valor a los clientes, generando el aumento de sus habilidades y actitudes, por ello considero identificar las características principales tales como: honestidad, cumplimiento, transparencia, predecible, honor a la palabra, iniciativa, autodominio y el don de gente.

Tabla 20. Denominada. Considera que los trabajadores siempre tienen actitudes transparentes para brindarle atención, del 100% de los clientes encuestados, el 68% Considera que los trabajadores siempre tienen actitudes transparentes para brindarle atención, mientras que el 32% mencionan que los trabajadores no tienen actitudes transparentes para brindarle atención. Resultado cercano con Obando (2016) en su investigación sobre la capacitación de personal en atención al cliente en las MYPEs de restaurante de un tenedor en el distrito de san Luis- Lima, concluyó que obtuvo con respecto a la atención al cliente que es muy aceptable la apariencia de los empleados ya que tienen una apariencia impecable, indico que los conocimientos de los empleados son escasos y regularmente se establece una relación de empatía con el personal en el momento del pedido; Violante (2015) manifestó que los emprendedores tienen la responsabilidad de guiar y fijar el horizonte de la organización, no deja de dar valor a los clientes, generando el aumento de sus habilidades y actitudes, por ello considero identificar las características principales tales como: honestidad, cumplimiento, transparencia, predecible, honor a la palabra, iniciativa, autodominio y el don de gente.

Tabla 21. Denominada: Alguna vez a formulado un pedido, y al ser atendido a superado sus expectativas. De los clientes encuestados, el 60 % considera que alguna vez a formulado un pedido, y al ser atendido a superado sus expectativas, mientras que el 40% mencionan que formularon su pedido, y al ser atendido no ha superado sus expectativas. Resultado cercano con Obando (2016) en su investigación sobre la capacitación de personal en atención al cliente en las MYPEs de restaurante de un tenedor en el distrito de san Luis- Lima, obtuvo con respecto a la atención al cliente que es muy aceptable la apariencia de los empleados ya que tienen una apariencia impecable, indico que los conocimientos de los empleados son escasos y regularmente se establece una relación de empatía con el personal en el momento del pedido; Violante (2015) manifestó que los emprendedores tienen la responsabilidad de guiar y fijar el horizonte de la organización, no deja de dar valor a los clientes, generando el aumento de sus habilidades y actitudes, por ello considero identificar las características principales tales como: honestidad, cumplimiento, transparencia, predecible, honor a la palabra, iniciativa, autodominio y el don de gente.

Tabla 22. Denominada: Alguna vez ha sido atendido, exactamente con lo que usted requirió. De los clientes encuestados, el 65% considera que ha sido atendido, exactamente con lo que requirió, mientras que el 35% mencionan que no. Resultado coincidente con Gutiérrez (2018) en su investigación sobre la satisfacción de clientes en restaurantes, llegó a determinar que la satisfacción de los clientes, está vinculada a la calidad del servicio, respuesta inmediata, instalaciones adecuadas, presentación y variedad de platillos, capacidad y eficiencia de los trabajadores y el trato personalizado, ofrecer mejores productos a los clientes, la capacidad y eficiencia con la que atienden los trabajadores, la empatía, carisma, establecer un tiempo adecuado y prudente para entregar los platillos; Violante (2015) manifestó que los emprendedores tienen la responsabilidad

de guiar y fijar el horizonte de la organización, no deja de dar valor a los clientes, generando el aumento de sus habilidades y actitudes, por ello considero identificar las características principales tales como: honestidad, cumplimiento, transparencia, predecible, honor a la palabra, iniciativa, autodominio y el don de gente.

Tabla 23. Denominada: Considera que el personal siempre se adelanta a sugerirle lo que pretende y tiene como expectativa. De la totalidad de clientes encuestados, el 65% Considera que el personal siempre se adelanta a sugerirle lo que pretende y como expectativa, mientras que el 35% mencionan que no. Resultado cercano con Gutiérrez (2018) en su investigación sobre la satisfacción de clientes en restaurantes, llegó a determinar que la satisfacción de los clientes, está vinculada a la calidad del servicio, respuesta inmediata, variedad de platillos, capacidad y eficiencia de los trabajadores y el trato personalizado, la capacidad y eficiencia con la que atienden los trabajadores, la empatía, carisma, sus instalaciones para hacer más agradable la estadía de ellos; Violante (2015) manifestó que los emprendedores tienen la responsabilidad de guiar y fijar el horizonte de la organización, no deja de dar valor a los clientes, generando el aumento de sus habilidades y actitudes, por ello considero identificar las características principales tales como: honestidad, cumplimiento, transparencia, predecible, honor a la palabra, iniciativa, autodominio y el don de gente.

Tabla 24. Denominada: El personal que atiende en el comedor del restaurante es educado y respetuoso. de los clientes encuestados, el 70% considera que el personal que atiende en el comedor del restaurante es educado y respetuoso, mientras que el 30% mencionan precisaron que no. Resultado coincidente con Gutiérrez (2018) en su investigación sobre la satisfacción de clientes en restaurantes, llegó a determinar que la satisfacción de los clientes, está vinculada a la calidad del servicio, respuesta inmediata,

equipamiento moderno, instalaciones adecuadas, presentación y variedad de platillos, capacidad y eficiencia de los trabajadores y el trato personalizado, ofrecer mejores productos a los clientes, la capacidad y eficiencia con la que atienden los trabajadores, la empatía, carisma, sus instalaciones para hacer más agradable la estadía de ellos , como también establecer un tiempo adecuado y prudente para entregar los platillos; Violante (2015) manifestó que los emprendedores tienen la responsabilidad de guiar y fijar el horizonte de la organización, no deja de dar valor a los clientes, generando el aumento de sus habilidades y actitudes, por ello considero identificar las características principales tales como: honestidad, cumplimiento, transparencia, predecible, honor a la palabra, iniciativa, autodominio y el don de gente.

Tabla 25. Denominada: Siempre le saludan con mucha gentileza y le conducen a la mesa. De los clientes encuestados, el 65% considera que Siempre le saludan con mucha gentileza y le conducen a la mesa, mientras que el 35% mencionan que no lo saludan gentileza y no lo conducen a la mesa. Resultado coincidente con Gutiérrez (2018) en su investigación sobre la satisfacción de clientes en restaurantes, llegó a determinar *que* la satisfacción de los clientes, está vinculada a la calidad del servicio, respuesta inmediata, equipamiento moderno, instalaciones adecuadas, presentación y variedad de platillos, capacidad y eficiencia de los trabajadores y el trato personalizado, ofrecer mejores productos a los clientes, la capacidad y eficiencia con la que atienden los trabajadores, la empatía, carisma, sus instalaciones para hacer más agradable la estadía de ellos , como también establecer un tiempo adecuado y prudente para entregar los platillos; Violante (2015) manifestó que los emprendedores tienen la responsabilidad de guiar y fijar el horizonte de la organización, no deja de dar valor a los clientes, generando el aumento de sus habilidades y actitudes, por ello considero identificar las características principales

tales como: honestidad, cumplimiento, transparencia, predecible, honor a la palabra, iniciativa, autodominio y el don de gente.

Cuarto objetivo específico. Identificar las dimensiones de la atención al cliente en las MYPEs restaurantes del Distrito de Pacaipampa, año 2019

Tabla 26. Denominada: Los ambientes del restaurante presentan buen aspecto interno y externo. De los clientes encuestados el 60% considera que los ambientes del restaurante presentan buen aspecto interno y externo, mientras que el 40 % mencionan no presentan buen aspecto interno y externo. Resultado discrepante con Arena, k (2016) planteo un estudio sobre la satisfacción del cliente en ella se conoció las características que tiene la satisfacción del cliente en las MYPE servicio rubro pollo a la brasa C.P La Arena-Piura, la frecuencia de asistencia a la pollería de su preferencia, influencia en la decisión para elección de la pollería, poca satisfacción del cliente, servicio deficiente que se refleja en la mala atención, falta de promoción y descuentos, demora en el tiempo de espera del producto; Vera M, Jorge. L. & Andrea (2009) plantea varias dimensiones que ayudan a tener perfecto acercamiento con las personas, por la atención que se les brinda, garantizo la presencia de dimensiones tales como: las instalaciones, la accesibilidad, el personal, así mismo el ambiente, la comida y la consistencia y honestidad.

Tabla 27. Denominada: Existen espacios libres para la transitabilidad de los clientes. Del total de clientes encuestados, el 55% considera que existen espacios libres para la transitabilidad de los clientes, mientras que el 45% mencionan que no existen espacios libres para la transitabilidad de los clientes. Resultado discrepante con Arena, k (2016) quien planteo un estudio sobre la satisfacción del cliente en ella se conoció las características que tiene la satisfacción del cliente en las MYPE servicio rubro pollo a la brasa C.P La Arena-Piura, la frecuencia de asistencia a la pollería de su preferencia, influencia en la decisión para elección de la pollería, poca satisfacción del cliente, servicio deficiente que se refleja en la mala atención, falta de promoción y descuentos, demora en el tiempo de espera

del producto; Vera M, Jorge. L. & Andrea (2009) plantea varias dimensiones que ayudan a tener perfecto acercamiento con las personas, por la atención que se les brinda, garantizo la presencia de dimensiones tales como: las instalaciones, la accesibilidad, el personal, así mismo el ambiente, la comida y la consistencia y honestidad.

Tabla 28. Denominada: El personal atiende con rapidez y tiene buena presentación. Los clientes encuestados, el 68% consideró que el personal atiende con rapidez y tiene buena presentación, mientras que el 32% mencionan que el personal no atiende con rapidez y no tiene buena presentación. Resultado discrepante con Arena, k (2016), planteo un estudio sobre la satisfacción del cliente en ella se conoció las características que tiene la satisfacción del cliente en las MYPE servicio rubro pollo a la brasa C.P La Arena-Piura, la frecuencia de asistencia a la pollería de su preferencia, influencia en la decisión para elección de la pollería, poca satisfacción del cliente, servicio deficiente que se refleja en la mala atención, falta de promoción y descuentos, demora en el tiempo de espera del producto; Vera M, Jorge. L. & Andrea (2009) plantea varias dimensiones que ayudan a tener perfecto acercamiento con las personas, por la atención que se les brinda, garantizo la presencia de dimensiones tales como: las instalaciones, la accesibilidad, el personal, así mismo el ambiente, la comida y la consistencia y honestidad.

Tabla 29. Denominada: Los ambientes del restaurante son aromatizados. Del total de los clientes encuestados el 55% considera que los ambientes del restaurante son aromatizados, mientras que el 45% mencionan que los ambientes del restaurante no son aromatizados. Resultado discrepante con Arena, k (2016), planteo un estudio sobre la satisfacción del cliente en ella se conoció las características que tiene la satisfacción del cliente en las MYPE servicio rubro pollo a la brasa C.P La Arena-Piura, la frecuencia de asistencia a la pollería de su preferencia, influencia en la decisión para elección de la pollería, poca satisfacción del cliente, servicio deficiente que se refleja en la mala atención, falta de

promoción y descuentos, demora en el tiempo de espera del producto; Vera M, Jorge. L. & Andrea (2009) plantea varias dimensiones que ayudan a tener perfecto acercamiento con las personas, por la atención que se les brinda, garantizo la presencia de dimensiones tales como: las instalaciones, la accesibilidad, el personal, así mismo el ambiente, la comida y la consistencia y honestidad.

Tabla 30. Denominada: Considera que los insumos con que preparan la comida son frescos. De los clientes encuestados, el 64% considera que los insumos con que preparan la comida son frescos, mientras que el 36% mencionan que los insumos con que preparan la comida no son frescos. Resultado cercano con Adrianzén (2017) realizó una investigación sobre la atención al cliente en las pollerías de la Urbanización Ignacio Merino del Distrito de Piura; al referirse a las necesidades de los clientes, determinando que la mayoría de las MYPEs no cuentan con libros de reclamaciones, además consideran que los precios están acordes con la calidad de servicio recibida, los clientes manifiestan que el servicio cumple sus expectativas; Vera M, Jorge. L. & Andrea (2009) plantea varias dimensiones que ayudan a tener perfecto acercamiento con las personas, por la atención que se les brinda, garantizo la presencia de dimensiones tales como: las instalaciones, la accesibilidad, el personal, así mismo el ambiente, la comida y la consistencia y honestidad.

Tabla 31. Denominada: Siempre le atienden las quejas que presenta. De los clientes encuestados, el 63% considera que siempre le atienden las quejas que presenta, mientras que el 37% mencionan que no atienden las quejas que presenta. Adrianzén (2017) realizo una investigación sobre la atención al cliente en las pollerías de la Urbanización Ignacio Merino del Distrito de Piura; al referirse a las necesidades de los clientes, determinando que la mayoría de las MYPEs no cuentan con libros de reclamaciones, además consideran que los precios están acordes con la calidad de servicio recibida, los clientes manifiestan que el servicio cumple sus expectativas; Vera M, Jorge.

L. & Andrea (2009) plantea varias dimensiones que ayudan a tener perfecto acercamiento con las personas, por la atención que se les brinda, garantizo la presencia de dimensiones tales como: las instalaciones, la accesibilidad, el personal, así mismo el ambiente, la comida y la consistencia y honestidad.

VI. CONCLUSIONES

Respecto a los beneficios que las MYPE de restaurantes del Distrito de Pacaipampa, logran con la gestión de calidad, se determinó que; los productos que se expenden generan confianza y satisfacción del cliente; el negocio es recordado con facilidad por parte de los clientes; tienen acercamiento con el comprador que facilita el proceso de venta, desarrollan un adecuado trabajo generador de confianza en el negocio, los clientes se sienten motivados para regresar por la calidad de atención por parte de los trabajadores en virtud a sus habilidades, actitudes, empatía logrando la fidelización. Los trabajadores para los clientes son atractivos y muestran humildad haciendo el negocio más competitivo. Siempre se preocupan por atender a clientes que les ayude a mejorar fortaleciendo los procesos de los platos de comida que ofertan.

Con relación a las etapas de la gestión de calidad que utilizan las MYPE restaurantes del Distrito de Pacaipampa, se identificó, La evaluación dado que evalúan a los trabajadores considerando la queja del cliente; los instrumentos y políticas de restaurantes como guías, manuales y planes debidamente planificados para mejorar. La planeación los gerentes o dueños son los directamente responsables de implementar los procesos. El diseño de los productos que el cliente requiere y cubren su necesidad habitualmente. Las acciones preliminares del cambio, siempre buscando que estos les den beneficio cuidando que ello no disminuya la presencia de clientes.

Se determinó que las principales características del servicio en la atención al cliente en los restaurantes del Distrito de Pacaipampa entre ellas: El autodominio mostrado por la educación y el respeto que tienen los trabajadores que atienden en el restaurante. El cumplimiento y la transparencia, cumplen con atender lo requerido por el consumidor y los trabajadores del restaurante siempre tienen actitudes transparentes en el

trato directo generando confianza en la relación con el cliente. El honrar su palabra cumpliendo con lo requerido por el cliente. La iniciativa es que el personal es que son proactivos y tratan de adelantarse a lo que puede requerir el cliente.

Respecto a las dimensiones de la atención al cliente se identificó que aplican la dimensión de personal porque tiene buena presentación y atienden con rapidez, de comida dado que la presentación y los alimentos con que se prepara son frescos. De consistencia y la honestidad siempre están dispuestos a cumplir con atender al cliente, así como atender oportunamente sus quejas. De las instalaciones estas siempre presentan buen aspecto en lo interno y externo.

ASPECTOS COMPLEMENTARIOS

PLAN DE MEJORA				
Objetivo	Problema encontrado	Acción correctiva	Solución de mejora	Responsable
Describir los beneficios que se logran con la gestión de calidad en las Mype de restaurantes del Distrito de Pacaipampa, año 2019	No cambia de manera constante la presentación de los platos de comida	Implementar con instrumentos para innovar platos de comida	Generar documentos que guien a los trabajadores como preparar un plato de comida.	Gerente Titular
Identificar las etapas de la gestión de calidad en las Mype de restaurantes del Distrito de Pacaipampa, año 2019	No aplican manuales y guías para una mejor atención al cliente	Crear manuales y guías para mejorar la atención al cliente	Incentivar al personal para que lean y apliquen las guías que se innoven.	Gerente Titular
Describir las principales características del servicio en la atención al cliente en las Mype de restaurantes del Distrito de Pacaipampa, año 2019	Cosas que se han quedado en el restaurante.	Capacitar al personal en valores	El titular debe organizar eventos de capacitación para el personal	
Identificar las dimensiones de la atención al cliente en las Mype de restaurantes del Distrito de Pacaipampa, año 2019	Pocos espacios libres para la transitabilidad de los clientes	Incrementar espacios libres	Elaborar encuesta al cliente sobre satisfacción de espacios libre.	Gerente Titular

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Almestar Adrianzén. P. R. (2017) “Caracterización de la competitividad y atención al cliente en las mype del rubro pollerías en la urbanización Ignacio Merino- Piura, año 2017, tesis presentada en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Recuperada de: http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/2370/COMPETITIVIDAD_ATENCION_AL_CLIENTE_ALMESTAR_ADRIANZEN_PATTY_ROSALIA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Antúnez. C. (2017) en su investigación: Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes, en la universidad católica los Ángeles de Chimbote, en la ciudad de Huarney, 2016. Recuperado de: https://scholar.google.com/scholar?rlz=1C1CHBD_esPE777PE777&um=1&ie=UTF-8&lr&q=related:4s-R46RSfQurdM:scholar.google.com/
- Arena Córdova. k. Z (2016). “Caracterización de la satisfacción del cliente y competitividad de las MYPEs servicio rubro pollo a la brasa la arena, 2016”, trabajo presentado en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Recuperada de: <https://docplayer.es/53544328-Universidad-catolica-los-angeles-chimbote-facultad-de-ciencias-contables-financieras-y-administrativas-escuela-profesional-de-administracion.html>
- Beatrice Avolio, Alfonso Mesones y Edwin Roca (s/f). Factores que Limitan el Crecimiento de las Foto: Maggy producciones Micro y Pequeñas Empresas en el Perú (MYPES). Recuperado de: [file:///C:/Users/vvilela/Downloads/4126-Texto%20del%20art%C3%ADculo-15740-1-10-20130120%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/vvilela/Downloads/4126-Texto%20del%20art%C3%ADculo-15740-1-10-20130120%20(1).pdf)
- Castro A. (2016). Incidencia del conocimiento de la normativa tributaria sobre servicios digitales prestados por sujetos no domiciliados en la gestión del cumplimiento tributario de la empresa cóndor Perú S.A.C. en el año 2015 (tesis para optar por el título profesional de contador público). Universidad Tecnológica Del Perú. Lima
- Chang Figueroa. J.J. (2014) presentó la tesis “Atención al cliente en los servicios de la municipalidad de Malacatán, san marcos, en la universidad Rafael Landívar,

Guatemala. Recuperada de: <http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2014/01/01/Chang-Juan.pdf>

Chang J. (2014) “Atención al cliente en los servicios de la municipalidad de malacatán san marcos” (tesis para optar el título profesional de licenciado en administración de empresas) Universidad Rafael Landívar. Quetzaltenango

Concha Verdú. (2013). 13 Características personales para el éxito en la atención al cliente. Recuperado de: <https://clientelandia.wordpress.com/2013/03/20/13-caracteristicas-personales-para-el-exito-en-la-atencion-al-cliente/>

Espinoza L. (2014). “Caracterización de formalización y gestión de calidad de las MYPE comerciales rubro calzado, Piura, año 2013”. (Tesis para obtener título profesional de licenciada en administración). ULADECH católica. Piura

García (2014) Sistema de calidad para el restaurante del hotel Neptuno en Valencia. España

Gisela Denisse Jurado Toledo. G.D. (2014). Calidad de la gestión en el servicio y atención al cliente para el mejoramiento de las operaciones internas en restaurantes de lujo en el centro histórico de la ciudad de Quito”, presentada en la Pontificia Universidad Católica de Ecuador. Recuperada de: <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/8010/TESIS%20POSTGRADO%20GISSELA%20JURADO.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Gonzales Remetería. A. y Marrero Delgado. F. (2014), en su investigación con título “Evaluación del nivel de satisfacción del cliente en el restaurante la concha”, elaborada y presentada en la Universidad Central “Marta Abreu” de las Villas. Recuperada de: <http://dspace.uclv.edu.cu/handle/123456789/5499?show=full>

Guzmán I. (2014). “Caracterización gestión de calidad y Formalización de las MYPE rubro librerías, ciudad Piura, año 2013”. (Tesis para obtener título profesional de licenciada en administración). ULADECH católica. Piura

Jáuregui Baca. Y. (2017) “Gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de la urbanización los héroes del distrito de nuevo chimbote, 2014”. Facultad de Ciencias Contables Financieras y Administrativas Escuela Profesional de Administración. Recuperada de: <http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1820/GESTION>

[DE CALIDAD MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS JAUREGUI BACA YENNE.pdf?sequence=1&i](#)

- López Mosquera, Daniela Cecilia. (2018). Calidad del servicio y Satisfacción de los clientes del restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil, en la Universidad Católica Santiago de Guayaquil". Recuperada de: <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/9867>
- López Mosquera. D. C. (2018), en su investigación denominada "Calidad del servicio y la satisfacción de los clientes del restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil", elaborada y presentada en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Recuperada de: <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/9867/1/T-UCSG-POS-MAE-160.pdf>
- Marroquín C. (2017). Impuesto a la renta y su incidencia en los servicios digitales, caso: contribuyentes no domiciliados en el Perú, 2016 (tesis para optar por el título profesional de maestro en contabilidad con mención en tributación). Universidad Católica Los Ángeles Chimbote. Lima
- Medina Vargas. K. J. (2018) Caracterización de competitividad y gestión de calidad de las mype sector servicio gastronómico rubro restaurantes comida marina de talara, año 2018, en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Recuperada de: http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/4504/COMPETITIVIDAD_Y_GESTION_DE_CALIDAD_MEDINA_VARGAS_%20KATHERINE_ULIETT.pdf?sequence=
- Mondragón Mondragón. E. J. & Silva Campaña. T. A. (2016) realizo una investigación titulada "Calidad del servicio, como estrategia de marketing en el restaurante campestre "el huerto del sabor" de la localidad de san juan de la virgen – tumbes-2016", tesis presentada en la Universidad Nacional de Tumbes. Recuperada de: <http://repositorio.untumbes.edu.pe/bitstream/handle/UNITUMBES/94/TESIS%20-%20MONDRAGON%20Y%20SILVA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Olortegui V. (2016) "La calidad de servicios y ventas en el área de atención al cliente en la veterinaria pet's family EIRL Chiclayo 2016" (tesis para optar el título profesional de licenciado en administración) Universidad Señor de Sipán. Pimentel.

- Ortiz Guerrero. C.Y. (2015) Caracterización de la gestión de calidad y la competitividad de las mypes del sector servicios, rubro restaurantes del centro de la ciudad de tumbes” - año 2014, presentada en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Recuperada de: [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3941/GESTION DE CALIDAD COMPETITIVIDAD ORTIZ GUERRERO CECILIA YARE TT.pdf?sequence=1&isAllow](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3941/GESTION_DE_CALIDAD_COMPETITIVIDAD_ORTIZ_GUERRERO_CECILIA_YARE_TT.pdf?sequence=1&isAllow)
- Ramírez J. (2015) “Calidad de servicio y satisfacción del cliente de las pollerías del distrito de Andahuaylas, provincia de Andahuaylas, región Apurímac, 2015” (tesis para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración de Empresas) Universidad Nacional José María Arguedas. Andahuaylas
- Romero Harrington. K. (2019). Beneficios de un sistema de gestión de calidad adecuado en una empresa. Recuperado de: <https://www.virtualpro.co/editoriales/20190201-ed.pdf>
- Ruiz R. (2017) “Calidad de atención al cliente y el nivel de satisfacción del usuario externo en el Hospital ESSALUD II, Tarapoto, San Martín – 2016” (tesis para obtener el grado académico de magíster en gestión de los servicios de la salud) Universidad Cesar Vallejo. Tarapoto
- Sánchez España. A. L. (2017) en su trabajo de investigación denominado “Evaluación de la calidad de servicio al cliente en el restaurante pizza Burger Diner de Gualan, Zacapa”, tesis para optar el título profesional de Licenciada en Administración en la Universidad Rafael Landívar, México. Recuperada de: <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesisjcem/2017/01/01/Sanchez-Aby.pdf>
- Santiago Carrillo. R. L. (2008). La importancia de los sistemas de gestión de calidad de empresas agrícolas. Para obtener el título de Maestría. Universidad Veracruzana. Maestría en Gestión de Calidad. <https://www.uv.mx/gestion/files/2013/01/rosa-leonor-santiago-carrillo.pdf>
- Silva Ipanaque. M.N. (2015) Realizo una investigación titulada “Calidad del servicio al cliente en el restaurante la Lomita-Tambogrande- 2015”, Tesis presentada en la Universidad Nacional de Piura. Recuperada de: <http://repositorio.unp.edu.pe/bitstream/handle/UNP/352/ADM-SIL-IPA-15.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Vera. M., Jorge; Trujillo L., Andrea. (2009). El papel de la Calidad del Servicio del Restaurante como Antecedente de la Lealtad del Cliente. Tecnológico de Monterrey Campus Ciudad de México. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/399/39912023003.pdf>

Violante. María. E. (2015). 5 características del buen servicio al cliente. Recuperado de: <https://www.entrepreneur.com/article/268543>

ANEXOS

Anexo N° 01 Presupuesto

ÍTEM	DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PARCIAL	TOTAL
1	Remuneraciones					
	• Asesor	Unidad	1	1500,00	1500,00	1600,00
	• Encuestador	Unidad	1	100,00	100,00	
2	Bienes					
	• USB	Unidad	1	30,00	30,00	380,00
	• Bibliografía	Global	1	200,00	200,00	
• Material de escritorio	Global	1	150,00	150,00		
3	Servicios					
	• Fotocopiado	Unidad	300	0,05	15,00	725,00
	• Impresión	Unidad	100	0,30	30,00	
	• Internet	Global	---	30,00	30,00	
	• Transporte	Global	---	500,00	500,00	
	• Teléfono	Global	---	50,00	50,00	
	• Otros	Global	---	100,00	100,00	

	Total					2705,00

Anexo N° 02 Cronograma de actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																
Actividades	Julio		Agosto				Septiembre				Octubre				Noviembre	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
Elección e identificación del problema	x															
Recolección de la información		x														
Definición y de limitación del problema			x													
Planteamiento de la Investigación			x													
Marco Referencial y teórico				x	x											
Metodología de la investigación						x	x									
Formulación de técnicas e instrumentos								x								
Resultados									x	x						
Análisis de resultados											x					
Conclusiones												x				
Evaluación del informe													x			
Pre banca														x		
Sustentación del Informe															x	x



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES FINANCIERAS Y
ADMINISTRATIVAS**

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION

CUESTIONARIO

Estimado Señor, estoy realizando un trabajo de investigación, para lo cual solicito su colaboración, respondiendo con sinceridad el presente cuestionario. Su participación es totalmente anónima. El cuestionario tiene por objetivo: Determinar las características de la Gestión de Calidad y Atención al Cliente de las Micro y Pequeñas Empresas del rubro Restaurantes de la ciudad de Pacaipampa, año 2019.

A continuación, encontrará preguntas las cuales agradezco de antemano responda de manera honesta y responsable, marcando con una (X) en la opción que usted verdaderamente considera que es la respuesta correcta.

Anexo N° 03 Instrumento de recolección de datos

	PREGUNTAS	RESPUESTA	
	VARIABLE GESTIÓN DE CALIDAD	SI	NO
1	¿Su negocio es recordado fácilmente por los consumidores?	SI	NO
2	¿El acercamiento con el comprador facilita su proceso de ventas?	SI	NO
3	¿El consumidor constante lo invita a mejorar la presentación de los platos?	SI	NO
4	¿Por lo general busca clientes que le ayuden a fortalecer y mejorar los procesos de elaboración de platos de comida?	SI	NO
5	¿Cree usted que el adecuado desarrollo del trabajo de sus colaboradores le da confianza en el negocio?	SI	NO
6	¿Si sus empleados son más atractivos hace más competente a su negocio?	SI	NO
7	¿La calidad de los productos que expende garantiza satisfacción al cliente?	SI	NO
8	¿Cree usted que la calidad del servicio y del producto motiva al consumidor a regresar?	SI	NO
9	¿Los comentarios de su cliente por lo general los escucha y lo mueven al cambio?	SI	NO
10	¿Considera que el desarrollo de su personal en habilidades y actitudes le ayuda a la fidelización del cliente?	SI	NO
11	¿Los procesos de elaboración de platos bien definidos ayudan a disminuir errores?	SI	NO
12	¿Realizar cambios en los restaurantes le genera temor de disminuir clientes?	SI	NO
13	¿Usted en su condición de titular decide los procesos a implementar?	SI	NO
14	¿Generalmente diseña los productos que el cliente requiere y consume habitualmente?	SI	NO
15	¿Usted a establecidos guías para la elaboración de los productos y atención al cliente?	SI	NO
16	¿El personal de cocina y atención al cliente aplica las guías y manuales?	SI	NO
17	¿Para evaluar al trabajador que atiende al cliente, considera la queja del cliente?	SI	NO

	PREGUNTAS	RESPUESTA	
	VARIABLE ATENCIÓN AL CLIENTE	SI	NO
18	¿Alguna vez se le ha quedado algo en el restaurante, y el mozo le ha alcanzado antes de abandonar el local?	SI	NO
19	¿Cuándo usted ha formulado su pedido, siempre le han traído todo lo requerido?	SI	NO
20	¿Considera que los trabajadores siempre tienen actitudes transparentes para brindarle atención?	SI	NO
21	¿Alguna vez a formulado un pedido, y al ser atendido a superado sus expectativas?	SI	NO
22	¿Alguna vez ha sido atendido, exactamente con lo que usted requirió?	SI	NO
23	¿Considera que el personal siempre se adelanta a sugerirle lo que pretende tiene como expectativa?	SI	NO
24	¿El personal que atiende en el comedor del restaurante es educado y respetuoso?	SI	NO
25	¿Siempre le saludan con mucha gentileza y le conducen a la mesa?	SI	NO
26	¿Los ambientes del restaurante presentan buen aspecto interno y externo	SI	NO
27	¿Existen espacios libres para la transitabilidad de los clientes?	SI	NO
28	¿El personal atiende con rapidez y tiene buena presentación?	SI	NO
29	¿Los ambientes del restaurante son aromatizados?	SI	NO
30	¿Considera que los insumos con que preparan la comida son frescos?	SI	NO
31	¿Siempre le atienden las quejas que presenta?	SI	NO



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

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE JUICIO POR EXPERTOS

Yo, identificada con
DNI, con CLAD N°.....Por medio de la presente hago constar
que he revisado con fines de validación el (los) instrumento(s) de recolección de datos
del cuestionario, elaborado por la estudiante. Br. CHUMACERO VELASCO MELITZA,
para efectos de su aplicación a los sujetos de la población (muestral) seleccionada para el
trabajo de investigación denominado: CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE
CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS
DEL SECTOR RESTAURANTES DE LA CIUDAD DE PACAIPAMPA, AÑO 2019,
que se encuentra realizando.

Luego de haber realizado la revisión pertinente se recomienda al estudiante tener
en cuenta las observaciones (de ser el caso) hechas al instrumento con la finalidad de
optimizar sus resultados. Por lo cual firmo y sello la presente.

Piura, septiembre 2019

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE JUICIO POR EXPERTOS

Orden	Pregunta	CRITERIOS DE EVALUACIÓN							
		¿Es pertinente		¿Necesita mejorar la		¿Es tendencioso		¿Se necesita más ítems	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
	Nombre del experto:								
oe 1	Primer objetivo específico: Describir los beneficios que se logran con la gestión de calidad en las MYPE de restaurantes del Distrito de Pacaipampa, año 2019								
1	¿Su negocio es recordado fácilmente por los consumidores?								
2	¿El acercamiento con el comprador facilita su proceso de ventas?								
3	¿El consumidor constante lo invita a mejorar la presentación de los platos?								
4	¿Por lo general busca clientes que le ayuden a fortalecer y mejorar los procesos de elaboración de platos de comida?								
5	¿Cree usted que el adecuado desarrollo del trabajo de sus colaboradores le da confianza en el negocio?								
6	¿Si sus empleados son más atractivos hace más competente a su negocio?								
7	¿La calidad de los productos que expende garantiza satisfacción al cliente?								
8	¿Cree usted que la calidad del servicio y del producto motiva al consumidor a regresar?								
9	¿Los comentarios de su cliente por lo general los escucha y lo mueven al cambio?								
10	¿Considera que el desarrollo de su personal en habilidades y actitudes le ayuda a la fidelización del cliente?								

24	¿El personal que atiende en el comedor del restaurante es educado y respetuoso?								
25	¿Siempre le saludan con mucha gentileza y le conducen a la mesa?								
OE 4	Cuarto objetivo específico: Identificar las dimensiones de la atención al cliente en las MYPE restaurantes del Distrito de Pacaipampa, año 2019.								
26	¿Los ambientes del restaurante presentan buen aspecto interno y externo								
27	¿Existen espacios libres para la transitabilidad de los clientes?								
28	¿El personal atiende con rapidez y tiene buena presentación?								
29	¿Los ambientes del restaurante son aromatizados?								
30	¿Considera que los insumos con que preparan la comida son frescos?								
31	¿Siempre le atienden las quejas que presenta?								

Anexo N° 04 Libro de código

VARIABLE GESTIÓN DE CALIDAD												
Orden	Items	Medición	Código	RESULTADOS DE GERENTES ENCUESTADOS					FRECUENCIA		PORCENTAJE	
				1	2	3	4	5	Parciales	Total	Porcentaje	total %
1er OE	Ø Describir los beneficios que se logran con la gestión de calidad en las MYPE de restaurantes del Distrito de Pacaipampa, año 2019.											
1	¿Su negocio es recordado fácilmente por los consumidores?	SI	1	1	1	1	1	1	5		100%	
		NO	2						0	5	0%	100%
2	¿El acercamiento con el comprador facilita su proceso de ventas?	SI	1	1	1	1	1	1	5		100%	
		NO	2						0	5	0%	100%
3	¿El consumidor constante lo invita a mejorar la presentación de los platos?	SI	1		1				1		20%	
		NO	2	2		2	2	2	4	5	80%	100%

4	¿Por lo general busca clientes que le ayuden a fortalecer y mejorar los procesos de elaboración de platos de comida?	SI	1	1	1		1		3		60%	
		NO	2			2		2	2	5	40%	100 %
5	¿Cree usted que el adecuado desarrollo del trabajo de sus colaborador es le da confianza en el negocio?	SI	1	1	1	1	1	1	5		100%	
		NO	2						0	5	0%	100 %
6	¿Si sus empleados son más atractivos hace más competente a su negocio?	SI	1		1	1	1	1	4		80%	
		NO	2	2					1	5	20%	100 %
7	¿La calidad de los productos que expende garantiza satisfacción al cliente?	SI	1	1	1	1	1	1	5		100%	
		NO	2						0	5	0%	100 %
8	¿Cree usted que la calidad del servicio y del producto motiva al consumidor a regresar?	SI	1	1	1	1	1	1	5		100%	
		NO	2						0	5	0%	100 %
9		SI	1	1	1	1			3		60%	

	¿Los comentarios de su cliente por lo general los escucha y lo mueven al cambio?	NO	2				2	2	2	5	40%	100%
10	¿Considera que el desarrollo de su personal en habilidades y actitudes le ayuda a la fidelización del cliente?	SI	1	1	1	1	1	1	5		100%	
		NO	2						0	5	0%	100%
11	¿Los procesos de elaboración de platos bien definidos ayudan a disminuir errores?	SI	1	1	1	1	1	1	5		100%	
		NO	2						0	5	0%	100%
2do OE	Ø Identificar las etapas de la gestión de calidad en las MYPE de restaurantes del Distrito de Pacaipampa, año 2019.											
12	¿Realizar cambios en los restaurantes le genera temor de	SI	1			1		1	2		40%	
		NO	2	2	2		2		3	5	60%	100%

	disminuir clientes?											
13	¿Usted en su condición de titular decide los procesos a implementar ?	SI	1	1	1	1		1	4		80%	
		NO	2				2		1	5	20%	100 %
14	¿Generalmente diseña los productos que el cliente requiere y consume habitualmente?	SI	1	1	1		1	1	4		80%	
		NO	2			2			1	5	20%	100 %
15	¿Usted a establecidos guías para la elaboración de los productos y atención al cliente?	SI	1	1	1				2		40%	
		NO	2			2	2	2	3	5	60%	100 %
16	¿El personal de cocina y atención al cliente aplica las guías y manuales?	SI	1	1					1		20%	
		NO	2		2	2	2	2	4	5	80%	100 %
17	¿Para evaluar al trabajador que atiende al cliente, considera la queja del cliente?	SI	1	1	1	1	1	1	5		100%	
		NO	2						0	5	0%	100 %

VARIABLE ATENCIÓN AL CLIENTE--MELISA										
Orden	Items	Medición	Código	FRECUENCIA					PORCENTAJE	
				A	B	C	Parciales	Total	Sumatoria	total%
3er OE	Ø Describir las principales características del servicio en la atención al cliente en las MYPE restaurantes del Distrito de Pacaipampa, año 2019, y									
18	¿Alguna vez se le ha quedado algo en el restaurante, y el mozo le ha alcanzado antes de abandonar el local?	SI	1	22	22	23	67		55%	
		NO	2	18	18	18	54	121	45%	100%
19	¿Cuándo usted ha formulado su pedido, siempre le han traído todo lo requerido?	SI	1	27	27	28	82		68%	
		NO	2	13	13	13	39	121	32%	100%
20	¿Considera que los trabajadores siempre tienen actitudes transparentes para brindarle atención?	SI	1	27	27	28	82		68%	
		NO	2	13	13	13	39	121	32%	100%
21	¿Alguna vez a formulado un pedido, y al ser atendido a superado sus expectativas?	SI	1	24	24	25	73		60%	
		NO	2	16	16	16	48	121	40%	100%
22	¿Alguna vez ha sido atendido, exactamente con lo que usted requirió?	SI	1	26	26	27	79		65%	
		NO	2	14	14	14	42	121	35%	100%

23	¿Considera que el personal siempre se adelanta a sugerirle lo que pretende tiene como expectativa?	SI	1	26	26	27	79		65%		
		NO	2	14	14	14	42	121	35%	100%	
24	¿El personal que atiende en el comedor del restaurante es educado y respetuoso?	SI	1	28	28	29	85		70%		
		NO	2	12	12	12	36	121	30%	100%	
25	¿Siempre le saludan con mucha gentileza y le conducen a la mesa?	SI	1	26	26	27	79		65%		
		NO	2	14	14	14	42	121	35%	100%	
4to OE	Ø Identificar las dimensiones de la atención al cliente en las MYPE restaurantes del Distrito de Pacaipampa, año 2019.										
26	¿Los ambientes del restaurante presentan buen aspecto interno y externo	SI	1	24	24	25	73		60%		
		NO	2	16	16	16	48	121	40%	100%	
27	¿Existen espacios libres para la transitabilidad de los clientes?	SI	1	22	22	23	67		55%		
		NO	2	18	18	18	54	121	45%	100%	
28	¿El personal atiende con rapidez y tiene buena presentación?	SI	1	27	27	28	82		68%		
		NO	2	13	13	13	39	121	32%	100%	
29		SI	1	22	22	23	67		55%		

	¿Los ambientes del restaurante son aromatizados?	NO	2	18	18	18	54	121	45%	100%
30	¿Considera que los insumos con que preparan la comida son frescos?	SI	1	26	25	26	77		64%	
		NO	2	14	15	15	44	121	36%	100%
31	¿Siempre le atienden las quejas que presenta?	SI	1	25	25	26	76		63%	
		NO	2	15	15	15	45	121	37%	100%

LIBRO DE CÓDIGO DE LA VARIABLE ATENCIÓN AL CLIENTE

	Items	MEDICIÓN	Código	Clientes encuestados																																									Frecuencia			
				1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	Parcial	Total		
18	¿Alguna vez se le ha quedado algo en el restaurante, y el mozo le ha alcanzado antes de abandonar el local?	SI	1	1	1			1	1	1	1			1	1		1	1		1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	1	1	1	1	1	1	23				
		NO	2			2	2					2	2	2		2	2		2	2		2	2		2	2		2	2		2	2	2		2	2	2		2	2	2	2	2	2	2	2	18	41
19	¿Cuándo usted ha formulado su pedido, siempre le han traído todo lo requerido?	SI	1	1	1	1	1		1		1	1	1	1	1		1	1		1	1	1	1	1	1		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	28		
		NO	2					2		2		2					2		2		2		2		2		2		2		2		2		2		2		2		2		2		2		13	41
20	¿Considera que los trabajadores siempre tienen actitudes transparentes para brindarle atención?	SI	1	1	1	1	1		1		1	1	1	1	1		1	1		1	1	1	1	1		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	28		
		NO	2					2		2		2					2		2		2		2		2		2		2		2		2		2		2		2		2		2		2		13	41
21	¿Alguna vez a formulado un pedido, y al ser atendido a superado sus expectativas?	SI	1		1		1	1	1		1	1	1	1	1	1		1	1		1	1	1	1	1		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	25		
		NO	2	2		2			2		2	2	2					2	2		2	2	2	2	2		2	2		2	2		2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	16
22	¿Alguna vez ha sido atendido, exactamente con lo que usted requirió?	SI	1	1	1	1		1		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	27	
		NO	2				2	2		2	2					2					2	2		2	2		2	2		2	2		2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	14
23	¿Considera que el personal siempre se adelanta a sugerirle lo que pretende tiene como expectativa?	SI	1	1	1	1		1		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	27	
		NO	2				2	2		2	2				2						2	2		2	2		2	2		2	2		2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	14
24	¿El personal que atiende en el comedor del restaurante es educado y respetuoso?	SI	1	1	1		1	1	1	1		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	29	
		NO	2			2	2				2	2	2		2	2		2	2		2	2		2	2		2	2		2	2		2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	12
25	¿Siempre le saludan con mucha gentileza y le conducen a la mesa?	SI	1	1	1	1		1		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	27	
		NO	2				2	2		2	2			2							2	2		2	2		2	2		2	2		2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	14	41
DIMENSIONES																																																
26	¿Los ambientes del restaurante presentan buen aspecto interno y externo	SI	1		1		1	1	1		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	25		
		NO	2	2		2			2		2	2							2	2		2	2		2	2		2	2		2	2		2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	16	41
27	¿Existen espacios libres para la transitabilidad de los clientes?	SI	1	1	1		1	1	1	1		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	23		
		NO	2			2	2				2	2	2		2	2		2	2		2	2		2	2		2	2		2	2		2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	18	41
28	¿El personal atiende con rapidez y tiene buena presentación?	SI	1	1	1	1	1		1		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	28	
		NO	2				2	2		2						2		2		2		2		2		2		2		2		2		2		2		2		2		2		2		13	41	
29	¿Los ambientes del restaurante son aromatizados?	SI	1	1	1		1	1	1	1		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	23		
		NO	2			2	2				2	2	2		2	2		2	2		2	2		2	2		2	2		2	2		2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	18	41
30	¿Considera que los insumos con que preparan la comida son frescos?	SI	1	1	1	1		1		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	27		
		NO	2				2	2		2	2				2						2	2		2	2		2	2		2	2		2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	14	41
31	¿Siempre le atienden las quejas que presenta?	SI	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	26		
		NO	2									2	2	2		2	2		2	2		2	2		2	2		2	2		2	2		2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	15	41

Anexo N° 05 Validación del estadístico

“AÑO DE LA LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN E IMPUNIDAD”

DOCENTE A CARGO: MG. DARWIN MACCOLL PRIMERO LLACSAGUACHE CALLE

ESPECIALIDAD: ESTADISTICO

COLEGIADO: COESPE N°675

Validez y Confiabilidad:

Para evaluar el instrumento en su validez y confiabilidad se realizó una prueba piloto, a fin de garantizar la calidad de los datos. El instrumento se aplicó a 5 personas para medir la gestión de la calidad y 20 personas para medir la atención a los clientes con el fin de explorar sobre la claridad y comprensión de las preguntas.

Validez: El instrumento que midió determina la gestión de calidad y la atención al cliente de los restaurantes del distrito pacaipampa, año 2019, fue validado por expertos que acrediten experiencia en el área, para emitir los juicios y modificar la redacción del texto para que sea comprensible por el entrevistado.

Confiabilidad: La confiabilidad fue evaluada mediante el método de Alfa de Cronbach, utilizando el paquete estadístico SPSS versión 22. Dando el siguiente resultado:


.....
MSc. DARWIN MACCOLL P. LLACSAGUACHE CALLE
Estadístico
COESPE: 675

ESTADÍSTICOS DEL ALFA DE CRONBACH PARA DETERMINAR “LA GESTIÓN DE CALIDAD Y LA ATENCIÓN AL CLIENTE DE LOS RESTAURANTES DEL DISTRITO PACAIPAMPA, AÑO 2019”.

Estadísticos de los elementos

	Media	Desviación típica	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
P01	1.50	0.513	0.810
P02	1.35	0.489	0.796
P03	1.30	0.470	0.808
P04	1.35	0.489	0.830
P05	1.35	0.489	0.791
P06	1.30	0.470	0.803
P07	1.20	0.410	0.816
P08	1.35	0.489	0.791
P09	1.40	0.503	0.819
P10	1.50	0.513	0.810
P11	1.35	0.489	0.796
P12	1.50	0.513	0.810
P13	1.35	0.489	0.791
P14	1.35	0.489	0.836


 MSc. DARWIN MACCOLL P. LLACSAGUACHE CALLE
 Estadístico
 COESPE: 675

ANEXO N° 01
**ESTADISTICOS DEL ALFA DE CRONBACH PARA DETERMINAR “LA
GESTIÓN DE CALIDAD Y LA ATENCIÓN AL CLIENTE DE LOS
 RESTAURANTES DEL DISTRITO PACAIPAMPA, AÑO 2019”.**

Estadísticos de los elementos

	Media	Desviación típica	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
P01	1.20	0.447	0.877
P02	1.20	0.447	0.877
P03	1.60	0.548	0.925
P04	1.40	0.548	0.887
P05	1.20	0.447	0.877
P06	1.40	0.548	0.895
P07	1.20	0.447	0.877
P08	1.20	0.447	0.877
P09	1.40	0.548	0.883
P10	1.20	0.447	0.877
P11	1.20	0.447	0.877
P12	1.60	0.548	0.932
P13	1.40	0.548	0.883
P14	1.40	0.548	0.887
P15	1.60	0.548	0.888
P16	1.80	0.447	0.898
P17	1.20	0.447	0.877


 MSc. DARWIN MACCOLL P. LLACSAGUACHE CALLE
 Estadístico
 COESPE: 675

ESTADÍSTICOS DEL ALFA DE CRONBACH PARA DETERMINAR “LA GESTIÓN DE CALIDAD Y LA ATENCIÓN AL CLIENTE DE LOS RESTAURANTES DEL DISTRITO PACAIPAMPA, AÑO 2019”.

N° preguntas	Alfa de Cronbach
17	0.895

Podemos determinar que el instrumento utilizado para este estudio es confiable debido a que existe un 82.30% de confiabilidad con respecto a 17 preguntas del cuestionario.


MISC. DARWIN MANSULL P. LLACSAGUACHE CALLE
Estadístico
COESPE: 675

Anexo N° 07 Juicio de expertos

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE

DEPARTAMENTO DE INVESTIGACIÓN

JUICIO DE EXPERTOS

Yo, _____, con cédula de colegiatura _____, con profesión _____ 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:

“Gestión de Calidad y Atención al Cliente de Los Restaurantes del Distrito de Pacaipampa año 2019”, presentado por el estudiante universitario Melitza Chumacero Velasco 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:

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ITEMS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN								Observaciones	
				REDACCIÓN		CONTENIDO		CONGRUENCIA		PERTINENCIA			
				SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO		
G E S T I O N D E C A L	Beneficios	Imagen	¿Su negocio es recordado fácilmente por los consumidores?										
		Acercamiento	¿El acercamiento con el comprador facilita su proceso de ventas?										
		Mejorar	¿El consumidor constante lo invita a mejorar la presentación de los platos?										
		Fortalecer	¿Por lo general busca clientes que le ayuden a fortalecer y mejorar los procesos de elaboración de platos de comida?										

I D A D		Trabajo	¿Cree usted que el adecuado desarrollo del trabajo de sus colaboradores le da confianza en el negocio?									
		Competitivo	¿Si sus empleados son más atractivos hace más competente a su negocio?									
		Satisfacción	¿La calidad de los productos que expende garantiza satisfacción al cliente?									
		Motivación	¿Cree usted que la calidad del servicio y del producto motiva al consumidor a regresar?									
		Cambio	¿Los comentarios de su cliente por lo general los									

			escucha y lo mueven al cambio?									
		Desarrollo	¿Considera que el desarrollo de su personal en habilidades y actitudes le ayuda a la fidelización del cliente?									
		Simplificar	¿Considera que el desarrollo de su personal en habilidades y actitudes le ayuda a la fidelización del cliente?									
		Planifica	¿Los procesos de elaboración de platos bien definidos ayudan a disminuir errores?									
		Preliminar	¿Realizar cambios en los restaurantes le genera temor de									

	Etapas		disminuir clientes?									
		Planeación	¿Usted en su condición de titular decide los procesos a implementar?									
		Diseño	¿Generalmente diseña los productos que el cliente requiere y consume habitualmente?									
		Desarrollo	¿Usted a establecidos guías para la elaboración de los productos y atención al cliente?									
		Implantación	¿El personal de cocina y atención al cliente aplica las guías y manuales?									
		Evaluación	¿Para evaluar al trabajador que atiende al									

			cliente, considera la queja del cliente?									
--	--	--	---	--	--	--	--	--	--	--	--	--

FIRMA DEL EVALUADOR

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ITEMS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN								Observaciones	
				Redacción		Contenido		Congruencia		Pertinencia			
				Si	No	Si	No	Si	No	Si	No		
ATENCIÓN AL CLIENTE	Principales características	Honesto	El cliente se siente satisfecho al ser atendido con lo que quiere										
		Cumplir	La atención al cliente es exacta con lo que ha pedido										
		Transparente	Los clientes son satisfechos al ver personal transparente										
		Predecible	Alguna vez a formulado un pedido, y al ser atendido a superado sus expectativas										
		Honrar la palabra	El emprendedor debe siempre garantizar el honrar su palabra, cumplir con lo que promete.										
		Iniciativa	Ser proactivo, adelantarse a lo										

			que puede requerir un cliente.										
		Autodominio	Capacidad suficiente para controlar las emociones, y conservar una situación de amabilidad.										
		Don de gente	Se trata de siempre tener capacidad para establecer relaciones cálidas y afectuosas con los demás										
	Dimensiones	Instalaciones	Referida a los aspectos internos de la organización										
		Accesibilidad	Referida a espacios libres y la transitabilidad										
		Personal	Considera la buena presentación del personal y la agilidad.										

		Ambiente	Referida a la ambientación de los ambientes									
		Comida	Considera que los insumos con que se orea la comida sean frescos									
		Consistencia y Honestidad	Siempre le atienden las quejas que presenta									

FIRMA DEL EVALUADOR

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE

DEPARTAMENTO DE INVESTIGACIÓN

JUICIO DE EXPERTOS

Yo, _____, con cédula de colegiatura _____, con profesión _____ 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:

“Gestión de Calidad y Atención al Cliente de Los Restaurantes del Distrito de Pacaipampa año 2019”, presentado por el estudiante universitario Melitza Chumacero Velasco 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:

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ITEMS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN								Observaciones	
				REDACCIÓN		CONTENIDO		CONGRUENCIA		PERTINENCIA			
				SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO		
GESTION DE CAL	Beneficios	Imagen	¿Su negocio es recordado fácilmente por los consumidores?										
		Acercamiento	¿El acercamiento con el comprador facilita su proceso de ventas?										
		Mejorar	¿El consumidor constante lo invita a mejorar la presentación de los platos?										
		Fortalecer	¿Por lo general busca clientes que le ayuden a fortalecer y mejorar los procesos de elaboración de platos de comida?										

I D A D		Trabajo	¿Cree usted que el adecuado desarrollo del trabajo de sus colaboradores le da confianza en el negocio?									
		Competitivo	¿Si sus empleados son más atractivos hace más competente a su negocio?									
		Satisfacción	¿La calidad de los productos que expende garantiza satisfacción al cliente?									
		Motivación	¿Cree usted que la calidad del servicio y del producto motiva al consumidor a regresar?									
		Cambio	¿Los comentarios de su cliente por lo general los									

			escucha y lo mueven al cambio?									
		Desarrollo	¿Considera que el desarrollo de su personal en habilidades y actitudes le ayuda a la fidelización del cliente?									
		Simplificar	¿Considera que el desarrollo de su personal en habilidades y actitudes le ayuda a la fidelización del cliente?									
		Planifica	¿Los procesos de elaboración de platos bien definidos ayudan a disminuir errores?									
		Preliminar	¿Realizar cambios en los restaurantes le genera temor de									

	Etapas		disminuir clientes?										
		Planeación	¿Usted en su condición de titular decide los procesos a implementar?										
		Diseño	¿Generalmente diseña los productos que el cliente requiere y consume habitualmente?										
		Desarrollo	¿Usted a establecidos guías para la elaboración de los productos y atención al cliente?										
		Implantación	¿El personal de cocina y atención al cliente aplica las guías y manuales?										
		Evaluación	¿Para evaluar al trabajador que atiende al										

			cliente, considera la queja del cliente?									
--	--	--	---	--	--	--	--	--	--	--	--	--

FIRMA DEL EVALUADOR

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ITEMS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN								Observaciones	
				Redacción		Contenido		Congruencia		Pertinencia			
				Si	No	Si	No	Si	No	Si	No		
ATENCIÓN AL CLIENTE	Principales características	Honesto	El cliente se siente satisfecho al ser atendido con lo que quiere										
		Cumplir	La atención al cliente es exacta con lo que ha pedido										
		Transparente	Los clientes son satisfechos al ver personal transparente										
		Predecible	Alguna vez a formulado un pedido, y al ser atendido a superado sus expectativas										
		Honrar la palabra	El emprendedor debe siempre garantizar el honrar su palabra, cumplir con lo que promete.										
		Iniciativa	Ser proactivo, adelantarse a lo										

			que puede requerir un cliente.										
		Autodominio	Capacidad suficiente para controlar las emociones, y conservar una situación de amabilidad.										
		Don de gente	Se trata de siempre tener capacidad para establecer relaciones cálidas y afectuosas con los demás										
	Dimensiones	Instalaciones	Referida a los aspectos internos de la organización										
		Accesibilidad	Referida a espacios libres y la transitabilidad										
		Personal	Considera la buena presentación del personal y la agilidad.										

		Ambiente	Referida a la ambientación de los ambientes									
		Comida	Considera que los insumos con que se orea la comida sean frescos									
		Consistencia y Honestidad	Siempre le atienden las quejas que presenta									

FIRMA DEL EVALUADOR

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE

DEPARTAMENTO DE INVESTIGACIÓN

JUICIO DE EXPERTOS

Yo, _____, con cédula de colegiatura _____, con profesión _____ 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:

“Gestión de Calidad y Atención al Cliente de Los Restaurantes del Distrito de Pacaipampa año 2019”, presentado por el estudiante universitario Melitza Chumacero Velasco 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:

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ITEMS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN								Observaciones		
				REDACCIÓN		CONTENIDO		CONGRUENCIA		PERTINENCIA				
				SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO			
GESTION DE CAL	Beneficios	Imagen	¿Su negocio es recordado fácilmente por los consumidores?											
		Acercamiento	¿El acercamiento con el comprador facilita su proceso de ventas?											
		Mejorar	¿El consumidor constante lo invita a mejorar la presentación de los platos?											
		Fortalecer	¿Por lo general busca clientes que le ayuden a fortalecer y mejorar los procesos de elaboración de platos de comida?											

I D A D		Trabajo	¿Cree usted que el adecuado desarrollo del trabajo de sus colaboradores le da confianza en el negocio?									
		Competitivo	¿Si sus empleados son más atractivos hace más competente a su negocio?									
		Satisfacción	¿La calidad de los productos que expende garantiza satisfacción al cliente?									
		Motivación	¿Cree usted que la calidad del servicio y del producto motiva al consumidor a regresar?									
		Cambio	¿Los comentarios de su cliente por lo general los									

			escucha y lo mueven al cambio?									
		Desarrollo	¿Considera que el desarrollo de su personal en habilidades y actitudes le ayuda a la fidelización del cliente?									
		Simplificar	¿Considera que el desarrollo de su personal en habilidades y actitudes le ayuda a la fidelización del cliente?									
		Planifica	¿Los procesos de elaboración de platos bien definidos ayudan a disminuir errores?									
		Preliminar	¿Realizar cambios en los restaurantes le genera temor de									

	Etapas		disminuir clientes?										
		Planeación	¿Usted en su condición de titular decide los procesos a implementar?										
		Diseño	¿Generalmente diseña los productos que el cliente requiere y consume habitualmente?										
		Desarrollo	¿Usted a establecidos guías para la elaboración de los productos y atención al cliente?										
		Implantación	¿El personal de cocina y atención al cliente aplica las guías y manuales?										
		Evaluación	¿Para evaluar al trabajador que atiende al										

			cliente, considera la queja del cliente?									
--	--	--	---	--	--	--	--	--	--	--	--	--

FIRMA DEL EVALUADOR

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ITEMS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN								Observaciones	
				Redacción		Contenido		Congruencia		Pertinencia			
				Si	No	Si	No	Si	No	Si	No		
ATENCIÓN AL CLIENTE	Principales características	Honesto	El cliente se siente satisfecho al ser atendido con lo que quiere										
		Cumplir	La atención al cliente es exacta con lo que ha pedido										
		Transparente	Los clientes son satisfechos al ver personal transparente										
		Predecible	Alguna vez a formulado un pedido, y al ser atendido a superado sus expectativas										
		Honrar la palabra	El emprendedor debe siempre garantizar el honrar su palabra, cumplir con lo que promete.										
		Iniciativa	Ser proactivo, adelantarse a lo										

			que puede requerir un cliente.										
		Autodominio	Capacidad suficiente para controlar las emociones, y conservar una situación de amabilidad.										
		Don de gente	Se trata de siempre tener capacidad para establecer relaciones cálidas y afectuosas con los demás										
	Dimensiones	Instalaciones	Referida a los aspectos internos de la organización										
		Accesibilidad	Referida a espacios libres y la transitabilidad										
		Personal	Considera la buena presentación del personal y la agilidad.										

		Ambiente	Referida a la ambientación de los ambientes									
		Comida	Considera que los insumos con que se orea la comida sean frescos									
		Consistencia y Honestidad	Siempre le atienden las quejas que presenta									

FIRMA DEL EVALUADOR

Anexo N° 08 Evidencias de la encuesta









