



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN
CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y
ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MYPE RUBRO
RESTAURANTES DE SAN JOSÉ VICE SECHURA AÑO
2021**

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

AUTOR

RUIZ CHUNGA, RICHARD IVAN

ORCID: 0000-0002-9366-4521

ASESORA

PALACIOS DE BRICEÑO, MERCEDES RENEÉ

ORCID: 0000-0001-8823-2655

PIURA – PERÚ

2021

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

Ruiz Chunga, Richard Ivan

ORCID: 0000-0002-9366-4521

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

ASESORA

Palacios de Briceño, Mercedes René

ORCID: 0000-0001-8823-2655

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

JURADO

Vilela Vargas, Víctor Hugo

ORCID: 0000-0003-2027-6920

Guzmán Castro, Iván Arturo

ORCID: 0000-0002-4650-4322

Chumacero Ancajima, Maritza Zelideth

ORCID: 0000-0001-7372-741X

FIRMA DE JURADO Y ASESOR

Mgtr. Víctor Hugo Vilela Vargas

ORCID: 0000-0003-2027-6920

Presidente

Mgtr. Iván Arturo Guzmán Castro

ORCID: 0000-0002-4650-4322

Miembro

Mgtr. Maritza Zelideth Chumacero Ancajima

ORCID: 0000-0001-7372-741X

Miembro

Dra. Mercedes Reneé Palacios de Briceño

ORCID: 0000-0001-8823-2655

Asesora

AGRADECIMIENTO

A los empresarios MYPE dedicados al rubro restaurante, que fueron quienes me permitieron desarrollar mi Tesis.

DEDICATORIA

A mi Familia por su apoyo constante, por sus consejos, en esta etapa.

RESUMEN

La presente investigación estableció como objetivo determinar las Características de la Gestión de Calidad y Atención al Cliente en las MYPE rubro Restaurantes de San José Vice Sechura año 2021. Se empleo la metodología nivel descriptivo, tipo cuantitativo, diseño no experimental y corte transversal. Así se determinó que los resultados son que los trabajadores del restaurante si muestran una buena actitud al momento de la atención de sus clientes, y que además consideran que la publicidad aplicada en los restaurantes atrae mayores clientes que por ende ayuda a cumplir más rápido sus objetivos que se trazan las MYPE del rubro restaurantes. Por lo tanto, las principales conclusiones fueron que el 97.5% de los clientes encuestados en las MYPE consideran que la atención por parte de los trabajadores si es buena, además el 93.75% de los encuestados expresaron que los trabajadores del restaurante si lo atienden con amabilidad y respeto, por consiguiente, el 95% afirman que los productos del restaurante si logra satisfacer sus necesidades. Se identifican que los componentes básicos para brindar buena Atención al Cliente están dados ya que el 100% de los clientes encuestados afirmaron que los clientes si se sienten seguros con las medidas de seguridad con las que cuenta el restaurante asimismo el 100% de los clientes expresan que si se sienten a gusto al momento que el trabajador les expresa su capacidad de servicio.

Palabras clave: Gestión de Calidad, Atención al Cliente, MYPE.

ABSTRACT

The present research established the objective of determining the Characteristics of Quality Management and Customer Service in the MYPE category Restaurants of San José Vice Sechura year 2021. The descriptive level methodology, quantitative type, non-experimental design and cross-sectional section were used. Thus, it was determined that the results are that restaurant workers do show a good attitude when serving their customers, and that they also consider that the advertising applied in restaurants attracts more customers which therefore helps to meet their objectives faster. that the MYPE of the restaurant category are drawn. Therefore, the main conclusions were that 97.5% of the clients surveyed in the MSEs consider that the attention from the workers is good, in addition, 93.75% of the respondents expressed that the restaurant workers do serve them with kindness. and respect, therefore, 95% affirm that the restaurant's products can satisfy their needs. It is identified that the basic components to provide good Customer Service are given since 100% of the surveyed customers affirmed that customers do feel safe with the security measures that the restaurant has, likewise 100% of customers express that if they feel comfortable when the worker expresses his capacity of service.

Keywords: Quality Management, Customer Service, MYPE.

CONTENIDO

EQUIPO DE TRABAJO	ii
FIRMA DE JURADO Y ASESOR	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DEDICATORIA	v
RESUMEN	vi
ABSTRACT	vii
CONTENIDO	viii
INDICE DE TABLAS	x
INDICE DE FIGURAS	xi
I. INTRODUCCIÓN	1
II. REVISIÓN DE LA LITERATURA.	11
2.1 Antecedentes	11
2.1.1 Gestión de Calidad.....	11
2.1.2 Atención al Cliente.	14
2.2 Bases Teóricas.....	19
2.2.1 Gestión de Calidad.....	19
2.2.2 Atención al Cliente	25
III. HIPÓTESIS	31
IV. METODOLOGÍA	32
4.1. Tipo de la Investigación	32
4.2. Nivel de la Investigación	32
4.3. Diseño de la Investigación	32
4.4. Universo y Muestra	32
4.5. Definición y Operacionalización de Variables e Indicador.....	36
4.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	37

4.7. Plan de análisis	37
4.8. Matriz de Consistencia	38
4.9. Principios Éticos.....	39
V. RESULTADOS	41
5.1 Resultados.	41
5.2 Análisis de Resultados	47
VI CONCLUSIONES.....	54
6.1 Aspectos Complementarios	56
6.1.1 Recomendaciones.....	56
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	58
ANEXOS	65
Anexo 1: Validaciones	65
<i>Anexo 2: Instrumentos de recolección de datos</i>	<i>74</i>
<i>Anexo 3: Evidencia del Turniting.....</i>	<i>76</i>
<i>Anexo 4: Recibo Digital</i>	<i>76</i>
<i>Anexo 5: Constancia de No Adeudo de Taller</i>	<i>77</i>
<i>Anexo 6: Matriz de Indicador pregunta.</i>	<i>78</i>
<i>Anexo 7: Libro de Códigos.....</i>	<i>79</i>

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Ventajas de Gestión de Calidad	40
Tabla 2. Beneficios de la Gestión de Calidad	41
Tabla 3. Importancia de Atención al Cliente	42
Tabla 4. Componentes básicos para brindar buena Atención al Cliente.	43
Tabla 5. Características de la Gestión de Calidad y Atención al Cliente	44
Tabla 6. Características Demográficas	45

INDICE DE FIGURAS

Figura 1: Gráfico de barras que representa a Ventaja de Gestión de Calidad	40
Figura 2: Gráfico de barras que representa a Beneficios de la Gestión de Calidad.....	41
Figura 3: Gráfico de barra que representa la Importancia de Atención al Cliente.....	42
Figura 4: Gráfico de barra que representa a Componentes básicos para brindar buena Atención al Cliente.....	43
Figura 5: Gráfico de barra que representa Características de Gestión de Calidad y Atención al Cliente.....	44
Figura 6. Características Demográficas	45

I. INTRODUCCIÓN

La presente investigación tiene como finalidad llevar a cabo un estudio para conocer la Gestión de Calidad y Atención al Cliente de las MYPE rubro Restaurantes de San José Vice Sechura año 2021, proviene de la línea de Investigación denominada “Gestión de Calidad en las MYPE” que es designada por la Escuela de Administración de la “ULADECH CATOLICA” y comprenden el campo disciplinar, promoción de la MYPE y se vinculan con las variables de la investigación: Gestión de Calidad y Atención al cliente. El problema que se ha identificado es: ¿Qué características tiene la Gestión de Calidad y Atención al Cliente en las MYPE rubro restaurantes de San José Vice Sechura año 2021?

El objetivo general a lograr en esta investigación es “Determinar las características de la Gestión de Calidad y Atención al Cliente en las MYPE rubro restaurantes de San José Vice Sechura año 2021. De la misma forma los objetivos específicos son: (a) Describir las Ventajas de la Gestión de Calidad en las MYPE rubro restaurantes de San José Vice Sechura año 2021; (b) Identificar los Beneficios de la Gestión de Calidad en las MYPE rubro restaurantes de San José Vice Sechura año 2021; (c) Conocer la importancia de Atención al Cliente en las MYPE, rubro restaurantes de San José Vice Sechura, año 2021; (d) Identificar los componentes básicos para brindar buena Atención al Cliente en las MYPE, rubro restaurantes de San José Vice Sechura, año 2021.

La investigación aplicara la metodología descriptiva porque enumera, clasifica y señala las propiedades de las variables, nivel cuantitativo porque depende de la precisión con que se desea estimar los resultados, diseño no experimental ya que solo se observan los fenómenos tal y como se dan el contexto natural, técnica encuesta y el instrumento el cuestionario para el recojo de la información, con preguntas de escala nominal.

La presente investigación queda delimitada desde la perspectiva geográfica: en San José Vice Sechura. Año 2021 en las microempresas del rubro comerciales y delimitación temporal año 2021.

Esta investigación se justifica de la siguiente manera, en lo que corresponde a la parte práctica: Esta investigación se realiza con la finalidad de Describir e Identificar las características de la Gestión de Calidad y Atención al Cliente de los micros y pequeñas empresas del rubro restaurantes, de tal manera que se logre la fidelización del cliente con la organización. Además, porque permite cumplir con un requisito que la ULADECH ha establecido para la obtención del título profesional.

Consecuentemente en lo que corresponda a la parte teórica: acudiremos a otros investigadores como –Poso C, Sampieri C, Muñe M, Sauser W entre otros más autores, que permitan crear nuevas teorías además extraer algunos fragmentos de la variable Gestión de Calidad y Atención al Cliente de la MYPE rubro Restaurantes, igualmente se analizara con el presente proyecto de investigación. El desarrollo de las MYPE se da a medida que estas van disponiendo de mecanismos tanto en la Gestión de Calidad como en la Atención al cliente de su personal si ambas variables se aplican de manera correcta en el restaurante entonces se obtendrán excelentes resultados. Y por último se justifica de la forma metodológica: porque permitirá construir un método efectivo y calcular el tamaño de la población de las MYPE rubro restaurantes, utilizando técnicas y herramientas para lograr incrementar la rentabilidad en los servicios que se brindan en los restaurantes.

Por ello las MYPES, señala que desempeñan un papel central en el desarrollo de la economía nacional. De acuerdo con datos oficiales, constituyen más del 99% de las unidades empresariales en el Perú, crean alrededor del 85% del total de puestos de trabajo y generan aproximadamente el 40% del producto bruto interno (PBI). Consciente de este desafío, el gobierno junto al Ministerio de Economía y Finanzas (MEF) crearon medidas económicas para apoyar a las MYPES, a través de los programas de Reactiva Perú y el Fondo de Apoyo Empresarial a la micro

y pequeña empresa (FAE-MYPE). La Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS) flexibilizó el tratamiento de las provisiones que se aplican a los créditos que se otorguen en esos programas. (El Peruano, 2020)

La gran diversidad y los diferentes gustos gastronómicos del bajo Piura conllevan a que las personas viajen al norte de Piura a degustar los diversos platos típicos que ofrecen las MYPE, además Piura y sus provincias han recibido inmigrantes de diferentes países los cuales también hacen grandes aportes. Al mismo tiempo las MYPE que en su gran mayoría son personas emprendedoras y aprovechan la concurrencia de las personas iniciando la apertura de restaurantes y ofrecen al público sus diversos productos gastronómicos como son: sudados, chicharrones de pescado y pollo, ceviches mixtos y de filete, arroz con boda, pescado pasado por agua caliente, ají de junta y el arroz con pollo o arroz con pato entre otros.

En la actualidad, los diversos aportes que hacen las MYPE, es de mayor relevancia, uno de ellos es la generación de trabajo a jóvenes con experiencia en el ámbito laboral, al igual que su participación es fundamental en el desarrollo socioeconómico en el ámbito donde se ubican.

El programa Reactiva Perú, tiene como objetivo garantizar el financiamiento de la reposición de los fondos de capital de trabajo de empresas que enfrentan pagos y obligaciones de corto plazo con sus trabajadores y proveedores de bienes y servicios. A través de un mecanismo que otorgue la garantía del Gobierno Nacional a los créditos en moneda nacional que sean colocados por las empresas del sistema financiero. Este programa se emplea para montos de créditos más altos y con un mayor nivel de formalización. El FAE-MYPE tiene como objetivo promover el financiamiento de las MYPES, mediante créditos para capital de trabajo, así como para reestructurar y refinanciar sus deudas. (El Peruano, 2020).

Considerando el severo impacto económico de la emergencia sanitaria, el MEF garantizará al 98% de cobertura para préstamos de hasta 10,000 soles y 90% de cobertura para créditos de hasta 30,000 soles. Asimismo, se ha ampliado el período de gracia de 6 a 12 meses, mientras que el plazo de los créditos para capital de trabajo continuará siendo de 36 meses. Los montos de los préstamos tienen como tope máximo los 30,000 soles; y se ha ampliado la cobertura para beneficiar a las MYPES de todos los sectores económicos. (El Peruano, 2020).

Al tercer trimestre del presente año, el número de empresas activas en el país incluidas en el Directorio Central de Empresas y Establecimientos ascendió a 2 millones 699 mil 130 empresas, cifra mayor en 11,0% en comparación con similar periodo del año 2018; así lo dio a conocer el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) en el informe técnico Demografía Empresarial en el Perú. También, informó que, en el trimestre de análisis, se constituyeron 77 mil 634 empresas y se dieron de baja 34 mil 529 registrándose una variación neta de 43 mil 105 empresas. Cabe mencionar que la tasa de natalidad relaciona las empresas creadas al inicio del tercer trimestre del 2019 con el stock empresarial al final del periodo constituyó el 2,9% del total; mientras que, la tasa de mortalidad empresarial relaciona las empresas dadas de bajas al inicio del mismo periodo con el stock empresarial al final de periodo fue de 1,3% del total y presentó una tasa de variación neta de 1,6%. (INEI, 2019).

Los compradores están más empoderados. Son más exigentes en cuanto a calidad y tienen una gran variedad de opciones para elegir. En términos de ropa, esperan poseer exactamente el tipo de prenda que tienen en mente con los accesorios que lo complementen, todo en la misma tienda. Por eso, los minoristas diferencian su oferta para satisfacer las necesidades de los consumidores. Inditex cubre esta demanda ofreciendo prendas de moda a precios accesibles, que apuntan a diferentes segmentos del mercado. El principal poder

que tiene el comprador es su capacidad de elegir. Esto se manifiesta en la baja fidelidad que tienen a las cadenas. El proceso de compra consiste en comparar entre un grupo de tiendas que constituyen sus opciones preferidas, pero cambian con facilidad de una a otra según lo que cada una ofrezca. Si bien los consumidores no están asociados en agrupaciones para influir sobre las decisiones de la empresa, sino que realizan sus compras de manera individual y en volúmenes pequeños, sus preferencias sí deben ser tenidas en cuenta para garantizar la supervivencia del negocio en un entorno de alta competitividad. (Contreras, 2018).

Por lo tanto, las competencias entre los competidores se presentan de diferentes competencias ya sea por medio de Precios, a través de publicidad, creación de una nueva promoción de productos, mejoras en la atención al cliente sobre todo brindando la seguridad a sus clientes. La revalidad se da cuando hay una o más empresas ofreciendo mejores atenciones o promociones en el ámbito de la localidad y por lo tanto las empresas ya posesionadas en el mercado se ven en la necesidad de adecuarse a las exigencias que los clientes prefieren.

La administración tributaria es la entidad del poder público nacional o municipal a quien se le ha encomendado la labor principal de recaudación de los tributos. Respecto de los impuestos del gobierno nacional, la SUNAT es la administración tributaria que cumple con su recaudación. Por su parte, los Gobiernos Locales administran las contribuciones y tasas municipales, ya sean derechos, licencias o arbitrios, y de manera excepcional, los impuestos que la ley les asigna. (Sunat, 2020)

Considerando que el nuevo RUS es un régimen tributario creado para los pequeños comerciantes y productores, el cual les permite el pago de una cuota mensual fijada en función a sus compras y/o ingresos, con la que se reemplaza el pago de diversos tributos. Este régimen está dirigido a personas naturales que realizan ventas de mercaderías o

servicios a consumidores finales. También pueden acogerse al Nuevo RUS las personas que desarrollan un oficio. En este régimen tributario está permitida la emisión de boletas de venta y tickets de máquina registradora como comprobantes de pago. Para el Nuevo RUS está prohibida la emisión de facturas y otros comprobantes que dan derecho a crédito tributario y hay restricciones respecto al máximo de ingresos y/o compras mensuales y/o anuales y también respecto al desarrollo de algunas actividades no permitidas.

Además, La Superintendencia de banca y seguros y AFP (SBS) sostuvo que los créditos ascendieron a 10%, prácticamente S/.171 875 millones fueron solicitados por la empresa en sus diferentes categorías, ya que el segmento corporativo abarcó el 40%, las grandes empresas 26%, las medianas empresas 25% y las MYPE el 11%. Así mismo, las empresas de servicios concentran el 40% de los créditos otorgados, transporte 7%, comercio 24% y 8 manufactura 23%. Cabe resaltar que la tasa de referencia se mantiene en 2.75%. (Peñaranda, 2018).

El uso de las herramientas tecnológicas genera una serie de mejoras para el proceso de internacionalización de las pequeñas y medianas empresas (pymes), sostuvo la gerente de Ecotrash, Antonella Romero. “El objetivo es que estas empresas incorporen modelos digitales para que sean más competitivas lo cual les permitirá tener una mejor proyección al mercado regional” (Noticias Andina, 2019).

A nivel de ambiente externo o microambiente, se encuentra el factor político legal, el Centro de Promoción de la Pequeña y Micro Empresa (PROMPYME), se constituye como una instancia de promoción, coordinación y concertación de las acciones necesarias para contribuir con el incremento de la competitividad de la pequeña y micro empresa en los diferentes mercados en los que ésta participa. Promueve y facilita el acceso de la MYPE a los mercados de bienes y servicios, mediante el desarrollo de capacidades para crear valor

y competir y el fomento de la articulación empresarial, contribuyendo a una actividad empresarial sostenible, en alianza con agentes privados y públicos.

La intervención de PROMPYME se basa en una metodologí-a que busca facilitar el acceso de MYPE competitivas a mercados previamente identificados y aumentar considerablemente sus ventas sobre la base del cumplimiento de estándares óptimos de calidad para cada mercado. Esta metodologí-a parte de la identificación de demanda como medio para asegurar que el apoyo brindado a la MYPE sea acorde con las necesidades del mercado. (MEP, 2018).

Respecto al factor Económico las MYPE aportan el 24% del Producto Bruto Interno nacional (PBI) esto favorece en gran medida al crecimiento de la economía, ya que esta cerro el 2018 con un aumento del 3.99% gracias a que las ventas minoristas crecieron 2.31%, los créditos de consumo 10.15%, las importaciones de productos no duraderos 3.03% y la demanda externa de bienes no tradicionales 5.46%, los cuales han sido los responsables de seguir manteniendo la evolución positiva de los últimas dos décadas. A nivel de sector la pesca, manufactura, telecomunicaciones, comercio, servicios, construcción, transporte, almacenamiento y mensajería aportaron conjuntamente el 69% de la producción. Así mismo, el sector primario, secundario y de servicios en este año crecieron 1.99%, 5.93% y 4.08% respectivamente. (Diario El Peruano, 2019).

Respecto al factor social el 96.2% de las MYPE en su mayoría nacen y se desarrollan en zonas urbanas, específicamente en asentamientos humanos lo que ha influenciado en volverlas más sostenibles e inclusivas, para hacer frente a la situación de pobreza que existe. De la misma manera, el 52.1% de las MYPE estan bajo el liderazgo femenino, aceptuandose así la igualdad de género y la oportunidad de emprender para generar solvencia económica e independencia. (Días, 2019)

Cabe precisar que en Latinoamérica las grandes empresas son importantes actores económicos; sin embargo, son las pequeñas y medianas empresas los motores de las economías de la región, pues representan el 95 % de las empresas constituidas y son la fuente del 67 % del empleo. A pesar de su importancia, a la fecha, estas empresas presentan una baja participación en las cifras de exportación, siendo que sólo un 13 % de las PYMES de la región las que exportan. Cabe acotar que, este porcentaje se encuentra por debajo del 19 % de las PYMES de Corea, el 47 % de las de Tailandia y el 55 % por el lado de Malasia (BID, 2017).

Con respecto al factor sociocultural, se enumeran los ejemplos culturales, el porcentaje del crecimiento de la población, el nivel de educación, la clasificación por edades, el medio de transporte, el nivel de formación general y específica, las normas de conducta que son de mucha importancia para una mayor demanda de algunos sectores.

En cuanto a sus lugares turísticos la provincia de Sechura cuenta con una riqueza predominantemente ecológica, aunque existen algunos lugares arqueológicos interesantes como es el caso del Complejo Arqueológico de Illescas, la laguna de Ñapique, Manglares de San Pedro de Vice, Parque Ecológico, Playa Blanca, museo de Chusis y El Médano Blanco. (Turismo, 2019).

Por todo lo expuesto, la presente investigación se justifica porque busca determinar las características de las MYPE que servirá como ímpetu para futuras investigaciones además se justifica de manera práctica por se realiza con la finalidad de analizar y describir las características de la Gestión de Calidad y Atención al Cliente de los micros y pequeñas empresas del rubro restaurantes, de tal manera que se logre la fidelización del cliente con la organización. Además, porque permite cumplir con un requisito que la ULADECH ha establecido para la obtención del título profesional. Metodológica ya que de acuerdo con Bernal (2010) y Blanco y Villalpando (2012), una investigación se justifica

metodológicamente cuando se propone o desarrolla un nuevo método o estrategia que permita obtener conocimiento válido o confiable. Hernández, Fernández y Baptista (2014), Méndez (2011) y Ñaupas, Mejía, Novoa y Villagómez (2014) ofrecen un concepto más amplio, indicando que un estudio se justifica metodológicamente cuando se creará un nuevo instrumento para recolectar o analizar datos, o se plantea una nueva metodología que incluya otras formas de experimentar una o más variables, o estudiar de forma más adecuada a determinada población

Los restaurantes, como la mayoría de las organizaciones dedicadas al rubro restaurantes, tienen que afrontar un entorno continuamente cambiante y altamente competitivo, caracterizado por una serie de particularidades con una fuerte estacionalidad, una importante rigidez derivada de una elevada inversión en infraestructuras poco flexibles, una dependencia de los operadores mayoristas, así como una creciente exigencia del cliente. nivel cuantitativo porque depende de la precisión con que se desea estimar los resultados, diseño no experimental ya que solo se observan los fenómenos tal y como se dan el contexto natural, técnica encuesta y el instrumento el cuestionario para el recojo de la información, con preguntas de escala nominal. Asimismo, el nivel cuantitativo porque depende de la precisión con que se desea estimar los resultados y el diseño no experimental ya que solo se observan los fenómenos tal y como se dan el contexto natural, técnica encuesta y el instrumento el cuestionario para el recojo de la información, con preguntas de escala nominal. Temporal: 2021. Espacial: San José Vice – Sechura., consta de 5 MYPE del rubro restaurantes ubicado en la zona antes mencionada.

Dentro de las principales conclusiones sobre las Características de Gestión de Calidad y Atención al Cliente, se observa que el 97.5% de los clientes consideran que la atención por parte de los clientes es buena, por consiguiente, el 100% de los encuestados si muestran una buena actitud, asimismo el 100% considera usted que la publicidad

aplicada en el restaurante atrae mayores clientes y el 100% de los clientes encuestados afirma que si se sienten a gusto al momento que el trabajador expresa su capacidad de servicio.

Como principales conclusiones tenemos que los Beneficios de la Gestión de Calidad están expresados porque en la totalidad se verifican que los trabajadores del restaurante muestran una buena actitud, por consiguiente, casi la totalidad de los clientes encuestados afirman que los productos del restaurante si logra satisfacer sus necesidades, además se muestra que los trabajadores si son eficientes, asimismo la mayoría de los clientes expreso que se deben hacer mejoras en los procesos. Además se conoce la Importancia de Atención al Cliente, están expresados porque en la totalidad se observan que los trabajadores si brindan un buen servicio y además la publicidad aplicada en el restaurante si atrae mayores clientes, asimismo casi la totalidad de los clientes encuestados expresaron que el establecimiento si cumple con sus expectativas y que ofrece un buen servicio de calidad.

II. REVISIÓN DE LA LITERATURA.

2.1 Antecedentes

2.1.1 Gestión de Calidad

Burgos (2017) en su tesis denominada “Desarrollo del Sistema de Gestión de Calidad en el Restaurante-Bar Ouzo Agave Azul S.A.S. bajo los lineamientos de la norma ISO 9001 y la norma técnica colombiana NTS-USNA 008”. Trabajo de investigación realizado en la Universidad Libre de Colombia Facultad de Ingeniería Departamento de Ingeniería Industrial (Colombia). El principal Objetivo es desarrollar el sistema de gestión de calidad para el restaurante- bar Ouzo Agave Azul S.A.S (Santa Marta, Magdalena) bajo los lineamientos de la norma ISO 9001:2015 y la norma técnica colombiana NTS-USNA 008 que estandarice sus procesos y valore el riesgo del sistema. Se empleo una metodología cualitativa y cuantitativa. La conclusión es el diagnóstico de cada norma, la primera de ellas, con una matriz aplicable a cualquier organización que refleja la información por medio de diagrama de redes dando una visión a nivel general y específica del cumplimiento de los numerales de la norma; para finalmente generar un plan de acción a realizar como primer paso para el diseño del SGC y una lista de chequeo de la norma NTS USNA 008 donde se evidenciaron los requisitos que requerían acciones de cumplimiento.

Gómez (2018) realizo una investigación titulada “Diseño de un Sistema de Gestión de la Calidad conforme a la ISO 9001 para el Restaurante “Casa Vieja” ubicado en la ciudad de Riobamba, Provincia de Chimborazo” Investigación que se presentó en la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo Facultad de Administración de Empresas Escuela de Ingeniería en Marketing (Ecuador). Como

Objetivo General del presente trabajo de investigación es Diseñar un sistema de gestión de la calidad conforme a la ISO 9001 para el Restaurante “CASA VIEJA” ubicada en la Ciudad de Riobamba, Provincia de Chimborazo para mejorar los procesos, la satisfacción del cliente y cumplir con los objetivos propuestos. Metodológicamente la investigación se justifica ya que se aplicará la metodología científica, se emplean fuentes primarias y secundarias para la obtención de los datos, además se ha determinado el tamaño de la población y de la muestra, y se ha diseñado un cuestionario para el recojo de información. La principal conclusión se centra en , disminuyendo los tiempos de respuesta en los servicios y la falla de la atención al cliente siendo estos las inconformidades más resaltantes que se presentó durante esta investigación.

Águila (2019) en la investigación titulada “Gestión de Calidad y su relación con la Satisfacción del Cliente en el Restaurant Huapri de la ciudad de Huánuco. 2018” trabajo realizado en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote (Huanuco), como principal objetivo es Determinar la relación entre la gestión de calidad y la satisfacción del cliente en el restaurant Huapri de la ciudad de Huánuco 2018. La metodología que se aplico es, el estudio descriptivo y transversal. Como conclusión se determinó la relación de la gestión de calidad con la satisfacción del cliente en el restaurant Huapri de la ciudad de Huánuco, luego de someterse al coeficiente de spearman arrojó un valor de 0.600, lo que indica que existe una correlación positiva alta, entre la gestión de calidad con la satisfacción del cliente. Demostrando así que, si se desarrolla una buena gestión de la calidad, se reflejará en la satisfacción de los clientes del restaurant Huapri, realizando esta acción dirigida hacia el enfoque al cliente, liderazgo y participación del personal.

Meneses (2019) en la investigación titulada “Caracterización de la Gestión de Calidad, en Atención al Cliente de las MYPES, Sector Servicio – Rubro Restaurant: caso “Plaza Restaurant”, Cañete, 2018”. Investigación que se presentó en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote (Cañete), Con respecto al objetivo es determinar las características de la gestión de calidad, en atención al cliente de las MYPE, sector servicio – rubro restaurant: caso “Plaza Restaurant”, Cañete, 2018. La metodología se ha utilizado en el presente trabajo de investigación es como sigue: tipo de investigación cualitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental – transversal. se concluye que en Plaza Restaurant se enfoca en el cliente ya que toman en cuenta las sugerencias y recomendaciones que hacen los clientes a través de encuestas que ellos mismos efectúan para la mejora continua de la Gestión de Calidad, manejan el control calidad de sus insumos, producto, equipos, realizan capacitaciones mensuales, la herramienta de gestión es la organización. Todo esto ayudara a que la mejora continua de la Gestión de Calidad.

Piñas (2019) realizó una investigación titulada “Características de la Gestión de Calidad y Marketing del Restaurant – Pollería “Las Canastas” en el distrito de Piura año 2019” trabajo realizado en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote (Piura), En cuanto al objetivo es determinar las características de la Gestión de Calidad y Marketing del Restaurant - Pollería “Las Canastas” en el distrito de Sullana año 2019. Se empleó una metodología de investigación un tipo descriptivo, nivel de investigación cuantitativo y un diseño de investigación no experimental con una población constituida por 68 clientes; para su análisis se utilizó en redacción Microsoft Office Word, para las tabulaciones Microsoft Office Excel. La principal conclusión se pudo identificar que el restaurant-pollería cuenta cumple con 5 elementos del sistema de gestión de calidad: Posee recursos, al tener

un buen equipo de colaboradores, cumple con los procesos adecuados, realiza sus procedimientos amable y eficientemente, además posee la elaboración de un plan estructurado, posee una eficiente estructura organizacional que cumple con las expectativas de los clientes para ofrecer un servicio de calidad.

Dedios (2019) en su tesis denominada “Gestión de Calidad y Atención al Cliente de la MYPE rubro Restaurant Cevichería Karaoke Ingrid de la ciudad de Sullana, año 2019”. Trabajo realizado en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote (Piura), Para ello se determinó el objetivo de la investigación como es Determinar las Características de Gestión de Calidad y Atención al Cliente de la MYPE rubro Restaurant Cevichería Karaoke Ingrid del distrito de Sullana, año 2019. La metodología de investigación que se implemento fue la descripción de las variables más importantes, a la vez el tipo de investigación es con un enfoque mixto, con una investigación cuantitativa: encuestas dirigidas hacia los clientes y una investigación cualitativa – descriptiva. Se llego a la conclusión que el servicio del restaurant cevichería karaoke Ingrid, utiliza recursos especializados para atender al cliente, aportando un alto valor añadido para éstos. Es por ende que es importante que el restaurant utilice recursos para su ejecución e información, control o gestión y una atención acorde a los clientes y con rapidez para que de una u otra manera el restaurant tenga una buena productividad.

2.1.2 Atención al Cliente.

López (2018) en su tesis denominada “Calidad del Servicio y la Satisfacción de los Clientes del Restaurante Rachy’s de la Ciudad de Guayaquil”. Investigación que se presentó en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. (Ecuador), como principal objetivo fue Determinar la relación de la calidad del servicio con la

satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil, La investigación aplico la metodología científica, ya que se emplearon fuentes primarias y secundarias para la obtención de los datos. La conclusión que, a través del desarrollo de esta investigación, se evidenció que el servicio al cliente es muy importante en cualquier empresa. Para una organización siempre es bueno que un cliente salga satisfecho para que así ellos puedan recomendar el lugar por su buena comida y servicio. Referente al marco teórico se mencionaron algunas teorías, enfoques de la calidad, calidad del servicio, satisfacción al cliente, características de la calidad, modelos de medición de servicio. En donde se concluyó que es necesario tener una evaluación de calidad de servicio que permita controlar correctamente las actividades de la empresa.

Jireh (2018) realizo una investigación titulada "Calidad de los Servicios y Atención al Cliente en el Restaurante Pizza Burger Diner, ubicado en la cabecera del departamento de Zacapa" Trabajo realizado en la Universidad Rafael Landívar, (Guatemala), como principal objetivo es determinar la Calidad del Servicio y Atención al cliente en el restaurante de comida rápida Pizza Burger Diner, ubicado en la cabecera del Departamento de Zacapa. Se empleo una metodología de tipo descriptiva por se especifican los sujetos, la población y muestra, instrumentos aplicados, procedimiento. La conclusión es que el personal es amable, cortés y profesional, los clientes se encuentran totalmente satisfechos y la calificación es excelente, de igual manera calificaron la rapidez del servicio, prontitud en que fue tomada su orden y entrega de alimentos. Del entorno físico, que comprenden disponibilidad de mesa, Publicidad, comodidad del mobiliario, limpieza de instalaciones y la calidad de los alimentos y bebidas es aceptable, aportando

seguridad, comodidad y confianza a los clientes; lo que se convierte en un reto para la gerencia en alcanzar la excelencia y una alta satisfacción.

Huamán (2020), en su tesis denominada “Propuesta de Mejora de Atención al Cliente para la Gestión de Calidad de las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Servicio, Rubro Restaurante: Caso “Restaurant – Pollería Rodrigo’s”. San Vicente-Cañete, 2019” Trabajo realizado en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, (Cañete), como objetivo principal fue elaborar la propuesta de mejora de atención al cliente para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurante: caso “restaurant – pollería Rodrigo’s”. San Vicente – Cañete, 2019, En cuanto a la metodología que se empleo fue de tipo cuantitativa, nivel descriptivo, diseño transversal. La principal conclusión fue la elaboración de la propuesta de mejora de atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes detallada en el punto “Aspectos complementarios “, la cual incluye realizar mejoras en el ambiente interno (cultura corporativa, relación entre empleados), los mecanismos de control interno implementando un buzón de sugerencias y la capacidad de respuesta a través de mejorar los tiempos de espera de los servicios con una comunicación fluida entre el empleador y el trabajador.

Vela (2018) realizo un trabajo de investigación titulado “Gestión Bajo el enfoque de Atención al Cliente, en las MYPE del sector servicios, Rubro Restaurant, distrito de Calleria, año 2018” investigación que se presentó en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote (Pucallpa), como principal objetivo de la presente investigación fue determinar el nivel de gestión de calidad alcanzado y aplicación de estrategias de atención al cliente, en las MYPE del Sector Servicios, rubro Restaurant, distrito de Callería, año 2018. La metodología fue de tipo

descriptiva ya que se reseñan las características o rasgos de la situación o fenómeno objeto de estudio. Como principal conclusión de la presente investigación según los resultados de la investigación, el rubro de restaurant tiene apertura para emprendedores de diferentes edades, sexo e instrucción educativa. Existe un interés en la práctica de la mejora continua en sus operaciones y brindar un buen servicio al cliente (70,6%). Sin embargo, el conocimiento de gestión de calidad es incipiente. El uso de indicadores de monitoreo de la gestión es empírico.

Rumiche (2019) realizó un trabajo de investigación titulado “Caracterización de la Calidad del Servicio y Atención al Cliente del Restaurant Cebichería “Los 7 Mares” del Distrito de el Alto, año 2018” investigación que se presentó en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote (Sullana), como principal objetivo de la presente investigación fue determinar las características de la Calidad del Servicio y Atención al Cliente del Restaurant Cebichería “Los 7 Mares” del Distrito de El Alto. La metodología fue de tipo descriptivo, nivel cuantitativo, diseño no experimental de corte transversal. Con respecto a la principal conclusión de la investigación fue sobre las dimensiones de la calidad de servicio del Restaurant Cebichería “Los 7 Mares” del distrito de El Alto, se determinó que existe seguridad expresada en la inspiración de confianza, seguridad en las transacciones, los trabajadores son amables y tienen el suficiente conocimiento; con los elementos tangibles, cuenta con equipos con apariencia moderna, el personal tiene apariencia pulcra, las instalaciones físicas son visualmente atractivas y se brinda material como folletos, piqueos y otros.

Valdiviezo (2018) en su tesis denominada “Caracterización de la Competitividad y Atención al Cliente en las MYPE rubro Restaurantes de la Urb. Santa Ana - Piura año 2018” Trabajo realizado en la Universidad Católica los

Ángeles de Chimbote, (Piura), como objetivo principal fue determinar qué características de la competitividad y Atención al Cliente en las MYPE existen en el rubro restaurantes de la Urb. Santa Ana – Piura, año 2018. Empleó la metodología de tipo descriptivo, con un nivel cuantitativo, se utilizó un diseño no experimental, y de corte transversal. Como principal conclusión se encontró que los clientes en su mayoría consideran que son tratados con amabilidad, con atendidos efectivamente en el tiempo de espera así mismo brindando un ambiente higiénico. En lo referente al nivel de innovación de los restaurantes, se determina que tiene una adecuada y cómoda infraestructura.

2.2 Bases Teóricas

2.2.1 Gestión de Calidad

Maco (2018) señala que la gestión de calidad es el conjunto de acciones encaminadas a planificar, organizar y controlar la función calidad en una empresa. El conjunto de acciones indicadas es imprescindible si se quieren lograr los objetivos de la calidad. Es importante subrayar que es necesaria la participación de todo el personal del departamento, e incluso de técnicos o experimentados de otros departamentos, en el establecimiento de los objetivos de calidad.

La gestión de calidad resulta hoy día una estrategia para impulsar la competitividad empresarial que permite, desde una perspectiva integral, observar la organización como un conjunto de procesos interrelacionados cuyo fin último es, entre otros, lograr que el cliente se sienta a gusto con el servicio brindado dentro de la MYPE. (Hernández, Barrios, Martínez, 2018)

La calidad es definida por el cliente, el consentimiento o rechazo del producto o servicio dependen del juicio del cliente. En ese sentido, la calidad es básicamente la satisfacción del cliente, siendo esta última dependiente de las expectativas que se tiene acerca del producto o servicio (Gutiérrez. 2018).

Cordero (2018) señala que la gestión de la calidad está altamente orientada a mejorar su efectividad, buscando cumplir los objetivos máximos, al menor costo posible. Es por ello, que la mejora de la calidad se debe encaminar en resolver los siguientes problemas: Los inconvenientes que tienen su iniciación en los niveles directivos, debido a que aproximadamente del 80% de las complicaciones de calidad son resolubles desde los niveles directivos.

- La mejora Continua: Se trata de un proceso ordenado para la resolución de problemas que parte del análisis de la situación actual para emparejar y eliminar las causas de dichos inconvenientes.
- La Reingeniería de Procesos: es el rediseño total del proceso, que busca alcanzar grandiosas mejoras en medidas críticas de rendimiento.

Según “la norma internacional standard”, se define “la gestión de la calidad como la gestión con respecto a la calidad”. Esto incluye el establecimiento de la política de la calidad y los objetivos de la calidad y los procesos para lograr los objetivos de la calidad a través de la planificación, aseguramiento, control y mejora de la calidad. Entre las actividades necesarias para asegurar la calidad, se encuentran la medición sistemática, la comparación con estándares, el rastreo de los procesos, todas las acciones asociadas con bucles de realimentación de investigación. Estas actividades ayudan a la prevención de errores, lo cual se puede contrastar con el control de calidad, que se centrará en las salidas del proceso.

Ventajas de la Gestión de Calidad.

Kit, Shahar & Akmar (2018) señala que para que una organización resalte de otras, existen diversas estrategias como el ofrecer costos bajos, asimismo señala que a largo plazo resulta desfavorable para la empresa, o incrementando la calidad del servicio que brindan, mediante la implementación de destrezas de TQM, con el fin de ofrecer un mejor producto o servicio con base a la mejora de sus procesos e aumentar la satisfacción de los clientes y de los implicados para un mejor progreso. Por lo tanto, gestionar a través de la calidad resulta ser una práctica sobresaliente para obtener ventaja competitiva.

Arias (2017) manifiesta que se existen diversas ventajas para determinar una buena gestión de calidad además que estas están orientadas a mejorar la calidad del servicio que brinda la organización de las cuales determina que como primero se encuentra el desempeño, seguido de la conducta del colaborador así también la velocidad de la transacción.

- El desempeño. Es de mucha importancia que los grandes empresarios estén más pendiente y sobre todo adecuarse a las necesidades de sus clientes, por ello es importante cubrir adecuadamente las expectativas y las necesidades de una buena atención al cliente, para que así se conlleva al logro de sus objetivos de la organización y siempre anotando las críticas constructivas que los clientes opinan, asimismo los colaboradores deben de estar en constante capacitación para brindar un excelente atención al consumidor.
- La conducta del empleado. En esta sección se orienta más al comportamiento del colaborador por su gran mayoría el cliente espera a que los colaboradores sean los que tomen la iniciativa de la atención, en donde el personal debe mostrar una buena impresión, buena conducta ser proactivo. Y proporcionar opiniones donde conlleven a las mejoras del negocio.
- La velocidad de la transacción. Se basa en observar constantemente las acciones e ir corrigiendo y fortalecer a la empresa en temas de capacidades y habilidades de personas de la empresa para una mejor atención de la demanda por parte de los clientes.

Ore (2017) agrega que existen métodos de gestión de calidad entre las cuales se puede aplicar para tener una mayor ventaja competitiva en el mercado, para ello se tiene el método TQM (Total Quality Management) tales como gráficos de Pareto y análisis de causa y efecto que están orientados a ayudar a las

organizaciones a procesar la indagación de manera efectiva entonces podemos manifestar que la gestión de calidad TQM (Total Quality Management) Para cumplir con esta meta, todos los miembros de la organización deben trabajar en alianza. La totalidad de los practicantes y el trabajo integrado impulsará los procesos, productos y servicios, además de la cultura en la que trabajan. Este método marca que cada colaborador es dueño y responsable de la calidad alcanzada, contar con este método, facilitan el proceso de la información de manera muy enérgica y efectiva, haciendo posible que la organización pueda contar de manera oportuna e inmediata con la investigación que es de vital importancia, ya que esta le brindará la posibilidad de tener una mirada y visión amplia que puede ayudar a la organización.

Asociación Española de la Calidad (2017) señala que las ventajas que obtienen las Organizaciones con un Sistema de Gestión de Calidad son las siguientes:

La organización se asegura que tenga un Buen Funcionamiento y de esta forma puede consumir los objetivos propios de la institución. Para eso es necesario que los objetivos de calidad del sistema, estén alineados con los objetivos del negocio. Si los objetivos de calidad son distintos, o no están alineados, a lo mejor se cumplen, pero el Sistema no coadyuvará para que la organización logre cumplir sus Metas y Objetivos.

Se cuenta con un sistema el cual permite gestionar con calidad: el gran desarrollo de sus acciones. El Sistema permite examinar el ejercicio de forma integral y, además, de poder detectar las conformidades de avance, las cuales, implementadas exitosamente, se reflejarán en un cambio sustancial de los indicadores de trabajo de la organización.

La forma de organizarse para hacer un buen trabajo: es mejor y más simple que la organización por procesos, operados con equipos de trabajo interfuncionales es un instrumento que permite producir resultados superiores debido a la sinergia generada por la combinación de las diversas habilidades y experiencias de sus miembros.

El Sistema y sus procesos: son la mejor estrategia para rebasar la estructura departamental de la empresa creando una verdadera y amplia cadena de valor tanto para los proveedores como para los clientes.

Beneficios de la Gestión de Calidad

Conexionesan (2018) identificar algunos beneficios de contar con un sistema de gestión de calidad:

- **Generar una mayor eficiencia.** Las empresas con una Gestión de Calidad tienen el objetivo de extender la eficiencia y la calidad de sus métodos. Establecen pautas para ser continuadas por todos los practicantes con el fin de llevar a cabo procesos comerciales y capacitaciones más naturales y menos difíciles en términos de tiempo o gasto financiero.
- **Estimula la moral de los empleados.** Las funciones claras y definidas, los sistemas de capacitación señalados, así como una clara comprensión de cómo sus roles afectan la calidad y el triunfo del negocio, son apropiados del enfoque de una Gestión de Calidad. Este busca que los colaboradores estén motivados y se sientan a gusto en su centro de labores y además que se sientan orgullosos, ya que así se rescatarán adecuadamente en la organización.

- **Ofrece reconocimiento internacional.** ISO 9001, la norma que establece los requerimientos para la ejecución de una Gestión de Calidad, es una marca mundial de gestión de calidad. Al realizar este sistema, tu negocio parecerá digno de confianza y por lo tanto habrá una mayor demanda de clientes. El objetivo de varias empresas es exportar a nivel internacional, y la acreditación ISO contribuirá en gran medida a establecer la credibilidad en el ámbito comercial internacional.
- **Mejora la gestión de procesos.** Los directivos pueden aprender qué mejoras son indispensables en un negocio a través de un sistema de documentación y estudios. Este es un procedimiento cuidadosamente planificado e implementado, que certificará la toma de decisiones correctas para el negocio y la eliminación de los riesgos de cualquier error costoso.
- **Ofrece niveles más altos de satisfacción del cliente.** ISO 9001 se basa en el principio de mejora continua. El estándar permite a las empresas definir qué debe ser un producto de calidad y cómo deben satisfacerse las necesidades de los clientes. Así, proporciona a las empresas el marco para revisar periódicamente si se satisfacen estas necesidades, con el objetivo de una mejora continua.

La Norma ISO 9001: 2015 (2018) refiere que un sistema de gestión de calidad es un procedimiento que procura planificar, organizar y evaluar cada actividad garantizando la mejora de los productos o servicios para ofrecerlo a los clientes. Todo sistema tiene que basarse en la norma 9001, cumpliendo con cada requisito, principio y estructura de la documentación. La ISO 9001 es una norma ISO internacional creada por la Organización Internacional para la Estandarización (ISO), es una metodología de compromiso óptimo para lograr la

calidad del producto, servicio y satisfacción del cliente. Esta norma se adopta a las técnicas de gestión de calidad de empresas privadas o públicas en general (ISO 9001:2015, 2018).

Se puede indicar entonces que la gestión de calidad no puede considerarse como un proceso aislado, sino que es un proceso sistemático e integral aplicable y adaptable a todos los campos tanto económicos y sociales. Bajo esta premisa se debe encarar la gestión de la calidad como un reto personal y aceptarla como un reto del cual la empresa perdure.

El llevar a cabo una buena implantación de un Sistema de Gestión de Calidad le debe servir a cualquier empresa para conseguir los objetivos deseados, añadir valor a sus productos y servicios viéndose resultado en la satisfacción de sus clientes y con ello conseguir ventajas competitivas que lo diferencien en su zona.

2.2.2 Atención al Cliente

Zarraga (2018) expresa que la Atención al Cliente está influida de manera significativa por la evaluación que se hace al personal de la MYPE. Para un servicio como el que presta un restaurante, las características más relevantes podrían ser: los colaboradores que se encargan de atender, los horarios de atención, las instalaciones y zonas de seguridad, el mobiliario en buen estado, la variedad de los platillos de la región, la sazón de los platillos, el ambiente del restaurante, el tiempo en el que está disponible el servicio. Las emociones de los clientes también pueden afectar sus percepciones del gusto hacia los productos y servicios, ya que se basan en la experiencia del servicio emociones positivas como

felicidad, placer, euforia y una sensación de corazón cálido mejora la satisfacción de los clientes.

Douglas (2020), Expresa que la atención al cliente es una herramienta de marketing, que se encarga de establecer puntos de contacto con los clientes, a través de diferentes canales, para establecer relaciones con ellos, antes, durante y después de la venta. Entre sus principales objetivos, se encuentran: garantizar que el producto o servicio llegue a su público objetivo, que sea usado de la forma correcta y que genere la satisfacción del cliente. Para lograr estos objetivos, es importante brindar apoyo, asesoría, orientación, instrucciones y todo aquello que facilite este proceso. Podríamos pensar que este concepto de servicio al cliente en una empresa surgió de manera espontánea y que siempre existió, pero no fue así. Si revisamos un poco la historia, antes de la existencia del marketing como disciplina, encontramos que se hablaba de las teorías de la administración a través de diferentes autores. Estas teorías estuvieron marcadas por hitos históricos y económicos, que afectaron la oferta y la demanda, y modificaron el comportamiento del consumidor.

Importancia de la atención al cliente

Caurin (2018) señala que cuando el usuario compra un producto posee unas expectativas determinadas que espera que sean cumplidas. Sin embargo, depende de llegar a cumplir esas expectativas generadas por el cliente con anterioridad a través del valor que produce nuestro producto o servicio. Por ello, si el producto cumple con la expectativa del cliente, podremos conseguir un usuario feliz, mientras que si no las cumple tendremos todo lo contrario.

Perez (2018) expresa cinco motivos por el cual es de mucha importancia la atención al cliente para atraer una mayor demanda de clientes:

- Un buen servicio al cliente crea lealtad: dentro de las mayores razones por las cuales los clientes comienzan a demostrar lealtad es mayormente cuando se les da un buen trato y el cliente es tratado de la mejor manera hasta cierto punto el cliente siente que está siendo tratado de forma excepcional, además de el buen trato los precios juegan un papel muy importante para atraer más clientes.
- Un servicio al cliente de calidad atrae más ingresos: un buen servicio al cliente puede influir mucho en el crecimiento de tu negocio y así poder incrementar tus ingresos económicos. En un informe realizado por Oracle muestra que el 86% de los clientes encuestados estaba dispuesto a aportar un dinero extra con el fin de satisfacer sus necesidades.
- Un buen servicio atrae buena publicidad: para que las empresas ingresen al mercado y aumentar sus ventas es necesario que hagan una inversión en publicidad, para también se crean publicidad con las experiencias que los clientes tienen al momento de consumir o comprar en las empresas de hecho, los clientes satisfechos cuentan a nueve personas sobre el gran servicio que ha recibido y por lo tanto las empresas comienzan a tener una mayor demanda de clientes.
- Un buen servicio al cliente previene la rotación de empleados: uno de los grandes aspectos sobre la atención al cliente para el crecimiento de un negocio es contar con buena cultura y buenos hábitos de atención al cliente. Es de suma importancia hacer las mejoras internas y externas para que no afecten al éxito de la empresa, en donde no se pongan la rotación de los colaboradores. Para ello se deben las empresas dan reconocimientos o cualquier otro incentivo a sus colaboradores por los objetivos propuestos.

- Ofrecer un buen servicio, ayuda a la satisfacción del cliente: la demanda de los clientes son un pilar muy importante ya que permite que las empresas puedan mejorar y lograr toda clase de objetivos que se proponen como organización cuando estos datos están a favor de las empresas existe la probabilidad de que se conviertan en la mejor del mercado. Cuando los propietarios y trabajadores ponen todas las atenciones a sus clientes es posible que se obtengan ideas de mejoras para su producto o servicio, críticas constructivas de la MYPE, y demás comentarios en la cuales la empresa puede ir mejorando y superarse.

Atcom (2018) determina que el mercado competitivo en el cual las empresas están sumergidas se ven en la necesidad de ofrecer productos con un valor agregado y/o ofrecer promociones cada cierto tiempo a sus clientes, como por ejemplo una buena atención al cliente, la gran mayoría de clientes cada vez son mas exigentes ya que no solo buscan precios bajos, sino que les brinden cordialidad y atención desde el momento que ingresan al establecimiento. Cuando los clientes quedan insatisfechos con el servicio brindar las personas no darán buenas referencias y les será un poco que regresen a consumir en el mismo lugar. En cuanto a tener a los clientes muy satisfechos con el servicio brindado este mismo los recomendará a familiares y amistades lo cual para la empresa les será muy progresivo obtener mayores clientes.

Componentes básicos para brindar una buena atención al cliente

Mondragón (2018) Señala 10 componentes básico para una buena atención al cliente en las organizaciones:

- Seguridad: Es bien cubierta cuando podemos decir que brindamos al cliente cero riesgos, cero peligros y cero dudas en el servicio y que se velaran por la seguridad durante su permanencia dentro del establecimiento.
- Credibilidad: Hay que demostrar seguridad absoluta para crear un ambiente de confianza, además hay que ser veraces y modestos, no sobre prometer o mentir con tal de realizar la venta ya que eso depende de que el cliente vuelva e ir logrando la fidelización del cliente.
- Comunicación: se debe informar al cliente con un lenguaje claro, preciso y sencillo donde el cliente capte bien la información, si se ha logrado cubrir la seguridad y credibilidad es más practico mantener una buena comunicación entre cliente y empresa.
- Comprensión del cliente: en este componente no es necesario solo sonreírles a todos los clientes, sino que se mantenga una buena comunicación en el cual se puede saber lo que el cliente desea, cuando y donde.
- Accesibilidad: para mejorar el servicio se deben tener mas de un contacto con el cliente, libro de sugerencias, libro de reclamos, y además establecer conductas dentro de la organización. que permitan sácales provecho a las fallas que nuestros clientes han detectado.
- Cortesía: amabilidad, buena comprensión con el cliente, respeto hace el cliente como a la persona, y establecer buenas relaciones con el cliente al momento de que se encuentra ordenando su pedido o comprando algún producto.
- Profesionalismo: aplicar conocimiento y destrezas necesarios para la ejecución del servicio. En donde estén involucradas tanto los clientes como los colaboradores de la organización ya que depende de todos es que se logran mejores resultados.

- Capacidad de respuesta: Disponer de ayuda a todos los clientes y además de brindar un servicio rápido y oportuno para que el cliente no se sienta un poco intranquilo al momento de la espera de su orden.
- Fiabilidad: En este componente la organización se encarga de ejecutar el servicio de una forma más fiable sin causar daño alguno. Este punto se centra más en la seguridad y credibilidad.
- Elementos tangibles: este componente habla de mantener en sanas condiciones las instalaciones físicas del local, mantener bien los equipos, de contar con unas personas adecuado y con las capacidades para cubrir las necesidades de los clientes y lograr satisfacer sus necesidades.

III. HIPÓTESIS

En la presente investigación Gestión de Calidad y Atención al Cliente, por ser de tipo descriptiva no corresponde formular hipótesis, concordando con Díaz (2017) quien afirma que en los proyectos de investigación descriptivos no corresponde formular hipótesis, en la cual solo se describirán situaciones que señalen los datos alcanzados y la naturaleza exacta de la muestra de donde fueron extraídos y evalúa los hechos que se dan en un contexto determinado.

IV. METODOLOGÍA

4.1. Tipo de la Investigación

El tipo de la investigación será cuantitativo porque examinará los datos de manera científica, en forma numérica, generalmente con ayuda de la estadística. Se recogieron y analizaron datos sobre las variables y se estudió las propiedades y fenómenos de la situación problemática de manera objetiva, así los resultados se pueden generalizar. (Díaz, 2017).

4.2. Nivel de la Investigación

El nivel de investigación fue descriptivo porque enumera, clasifica y señala las propiedades de las variables identificadas. En el caso de la investigación busca detallar las características de las variables de estudio: Gestión de Calidad y Atención al Cliente de las MYPE rubro Restaurantes de San José Vice Secura año 2021. (Díaz, 2017).

4.3. Diseño de la Investigación

El diseño que se aplicó en la investigación fue no experimental, ya que solo se observan los fenómenos tal y como se dan el contexto natural, sin manipular los datos obtenidos reflejaran el comportamiento de nuestras variables: Gestión de Calidad y Atención al Cliente.

4.4. Universo y Muestra

El universo bajo estudio estuvo constituido por las personas que requieren el producto y servicio de las MYPE rubro restaurantes de San José Vice Secura. La población sin embargo está dada por los individuos, MYPE dedicada solo al rubro restaurantes y consumidores en general. Por lo tanto, para el caso de los clientes se

tiene una población infinita, dado que no se pueden contabilizar todos sus elementos pues existe un número ilimitado.

Cuadro de Fuente de información

N°	NOMBRE	DIRECCION	RUC	RUBRO
01	Restaurante "xxx xxxxxxx"	Av. xxxxxxxxxxx N° xxxx.	10XXXXXXXXX8	Restaurante
02	Restaurante "xxxx xxxxxx"	Av. xxxxxxxxxxx N° xxxx.	10XXXXXXXXX1	Restaurante
03	Restaurant "xxx xxxxxx"	Av. xxxxxxxxxxx N° xxxx.	10XXXXXXXXX4	Restaurante
04	Restaurante "xxx xxxxxx"	Av. xxxxxxxxxxx N° xxxx.	10XXXXXXXXX5	Restaurante
05	Restaurante "xxx xxxxxx"	Av. xxxxxxxxxxx N° xxxx.	10XXXXXXXXX3	Restaurante

Elaboración Propia

Criterios de Inclusión

- Tener una edad aproximada entre 18 hasta 50 años.
- Personas que residen en el distrito de vice

Criterios de Exclusión

- Personas no disponibles.
- Personas que no les gusta almorzar en restaurantes.

Teniendo una población infinita aplicaremos la siguiente formula:

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

n = Tamaño de la muestra.

P = Probabilidad de éxito.

q = Probabilidad de fracaso

z= Nivel de confianza 95% cuyo valor estadístico 1.96

e = Limite aceptable de error.

Donde:

Z= Valor Estadístico 1.96

p= Probabilidad de éxito 0.50

q= Probabilidad de fracaso 0.50

e= Margen de error (5%) 0.05

Nivel de Confianza (95%) 0.95

Aplicando la formula

$$n= \frac{1.96 \times 1.96 \times 0.5 \times 0.5}{0.05^2}$$

$$n= \frac{3.8416 \times 0.5 \times 0.5}{0.05^2}$$

$$n= \frac{3.8416 \times 0.25}{0.0025}$$

$$n= \frac{0.9604}{0.0025}$$

$$n= 384 \text{ clientes}$$

Para la presente investigación se hizo un cálculo de la muestra utilizando la fórmula de población infinita para estudiar las variables Gestión de Calidad y Atención al Cliente en la que se obtuvo una muestra de 384 clientes a encuestar.

Dada la situación por la COVID-19 y el aislamiento social según Decreto Supremo N° 094-2020-PCM, Que establece las medidas que debe observar la ciudadanía hacia una nueva convivencia social y prorroga el estado de emergencia nacional por las graves circunstancias que afectan la vida de la nación a consecuencia del COVID-19, por ello se eligió un muestreo no probabilístico por conveniencia ya que no podemos salir a aplicar la totalidad de las encuestas dados en la formula, asimismo el tamaño de la muestra estuvo dado por 80 clientes encuestados, las

cuales se distribuyeron de la siguiente manera, se trabajó con 5 MYPE del rubro restaurantes en San José Vice, Sechura, de Calidad se encuestaron a 40 Clientes, y para la variable Atención al Cliente se tomaron 40 clientes.

Ochoa (2015) señala que el muestreo no probabilístico es cuando no tenemos acceso a una lista completa de los individuos que forman la población y, por lo tanto, no conocemos la probabilidad de que cada individuo sea seleccionado para la muestra. La principal consecuencia de esta falta de información es que no podremos generalizar resultados con precisión estadística. Los individuos empleados en la investigación se seleccionan porque están fácilmente disponibles y porque sabemos que pertenecen a la población de interés, no porque hayan sido seleccionados mediante un criterio estadístico. Esta conveniencia, que se suele traducir en una gran facilidad operativa y en bajos costes de muestreo.

4.5. Definición y Operacionalización de Variables e Indicador.

Tabla 1 Matriz de Operacionalización de las Variables

Variable	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores	Definición Operacional	Fuente	Escala	Metodología
Gestión de Calidad	Señala que la gestión de la calidad está altamente orientada a mejorar su efectividad, buscando cumplir los objetivos máximos, al menor costo posible. Cordero (2018).	Ventajas	Desempeño	La dimensión “Ventajas” se medirá con sus indicadores “Desempeño, Conducta del Empleado, Velocidad de la Transacción, Buen Funcionamiento” Con la técnica de la encuesta y el instrumento cuestionario.	cliente	Nominal	Tipo: Cuantitativo Nivel: Descriptivo Diseño: No Experimental Transversal Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario
			Conducta del Empleado				
			Velocidad de la Transacción				
			Buen Funcionamiento				
		Beneficios	Mayor Eficiencia	La dimensión “Beneficios” se medirá con sus indicadores “Mayor Eficiencia, Moral de los Empleados, Gestión de Procesos, Nivel de Satisfacción” Con la técnica de la encuesta y el instrumento cuestionario.			
			Moral de los Empleados				
			Gestión de Procesos				
			Nivel de Satisfacción				
Atención al Cliente	Herramienta de marketing, que se encarga de establecer puntos de contacto con los clientes, a través de diferentes canales, para establecer relaciones con ellos, antes, durante y después de la venta (Dounglas, 2020)	Importancia	Buen Servicio al Cliente	La dimensión “Importancia” se medirá con sus indicadores “Buen Servicio al cliente, Servicio de Calidad, Buena Publicidad, Satisfacción del Cliente” Con la técnica de la encuesta y el instrumento cuestionario.	cliente	Nominal	
			Servicio de Calidad				
			Buena Publicidad				
			Satisfacción del Cliente				
		Componentes	Seguridad	La dimensión “Componentes” se medirá con sus indicadores “Seguridad, Comunicación, Comprensión del Cliente, Cortesía” Con la técnica de la encuesta y el instrumento cuestionario.			
			Comunicación				
			Comprensión del Cliente				
			Cortesía				

4.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

4.6.1 Técnica

Se utilizó la técnica de la encuesta según Díaz (2017) define a la encuesta como la búsqueda sistemática de información en la que el investigador pregunta a los investigados sobre los datos que desea obtener, y posteriormente reúne estos datos individuales para obtener durante la evaluación datos agregados.

4.6.2 Instrumento

Para la recolección de los datos de la presente investigación se aplicará la técnica que es la encuesta y el instrumento será el cuestionario. Los datos se obtienen de la realización de un conjunto de preguntas con el fin de conocer estados de opiniones, características y hechos específicos. Según Hernández, Fernández & Baptista (2014) definió que la muestra es un subgrupo de la población de interés sobre el cual se recolectarán datos, y que tiene que definirse y delimitarse de antemano con precisión, además de que debe ser representativo de la población.

El cuestionario se obtendrá a partir de la operacionalización de las variables, utilizara un listado de preguntas escritas que se entregarán a los sujetos, a fin de que las contesten igualmente por escrito.

4.7. Plan de análisis

Tratamiento estadístico debido a la investigación es descriptiva se hará uso de estadística descriptiva: se calculará frecuencia, porcentaje media, se empleará el programa Excel y el SPSS versión 24, los datos recopilados se representarán en tablas y gráfico.

4.8. Matriz de Consistencia

Tabla 2: Matriz de Consistencia

TITULO	ENUNCIADO DEL PROBLEMA	OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION	VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	TECNICA / INSTRUMENTO	FUENTE
Caracterización de la Gestión de Calidad y Atención al Cliente en las MYPE rubro restaurantes de San José Vice Sechura año 2021.	¿Qué características tiene la Gestión de Calidad y Atención al Cliente en las MYPE rubro restaurantes de San José Vice Sechura año 2021?	Objetivo General: Determinar las características de la Gestión de Calidad y Atención al Cliente en las MYPE rubro restaurantes de San José Vice Sechura año 2021					
		(a) Describir las Ventajas de la Gestión de Calidad en las MYPE rubro restaurantes de San José Vice Sechura año 2021.	Gestión de Calidad	Ventajas	Desempeño Conducta del Empleado Velocidad de la Transacción Precios Bajos	Encuesta / Cuestionario	Cliente
		(b) Identificar los Beneficios de la Gestión de Calidad en las MYPE rubro restaurantes de San José Vice Sechura año 2021.		Beneficios	Mayor Eficiencia Moral de los Empleados Precios Bajos Nivel de Satisfacción		
		(c) Conocer la importancia de Atención al Cliente en las MYPE, rubro restaurantes de San José Vice Sechura, año 2021.	Atención al Cliente	Importancia	Lealtad Servicio de Calidad Publicidad Servicio Inmediato		Cliente
		(d) Identificar los componentes básicos para brindar buena Atención al Cliente en las MYPE, rubro restaurantes de San José Vice Sechura, año 2021.		componentes	Seguridad Comunicación Comprensión del Cliente Cortesía		

4.9. Principios Éticos

En la investigación se están respetando la proyección de la persona, se debe proteger su dignidad, identidad, diversidad socio cultural, confidencialidad, privacidad, creencia y religión. Al igual que el principio de libre participación y el derecho de estar informado sobre los propósitos y fines de la investigación que desarrollan; y tienen la libertad de elegir si participan en ella, por voluntad propia. Asimismo, se procederá con rigor científico asegurando la validez, la fiabilidad y credibilidad de sus métodos, fuentes y datos. Además, se garantizará el estricto apego a la veracidad de la investigación en todas las etapas del proceso, las fuentes bibliográficas utilizadas en el trabajo de investigación deben se citan cumpliendo la norma APA respetando los derechos de autor; Además se rechaza todo tipo de engaño en todos los aspectos de la investigación; evaluar y declarar los daños, riesgos y beneficios potenciales que puedan afectar a quienes participan. (ULADECH, 2020)

El presente estudio será evaluado y revisado por el comité de ética de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Protección a las personas. - La persona en toda investigación es el fin y no el medio, por ello necesitan cierto grado de protección, el cual se determinará de acuerdo al riesgo en que incurran y la probabilidad de que obtengan un beneficio.

Beneficencia y no maleficencia. - Se debe asegurar el bienestar de las personas que participan en las investigaciones. En ese sentido, la conducta del investigador debe responder a las siguientes reglas generales: no causar daño, disminuir los posibles efectos adversos y maximizar los beneficios. (www.uladech.edu.pe, 2019)

Justicia. - El investigador debe ejercer un juicio razonable, ponderable y tomar las precauciones necesarias para asegurarse de que sus sesgos, y las limitaciones de sus

capacidades y conocimiento, no den lugar o toleren prácticas injustas. Se reconoce que la equidad y la justicia otorgan a todas las personas que participan en la investigación derecho a acceder a sus resultados. El investigador está también obligado a tratar equitativamente a quienes participan en los procesos, procedimientos y servicios asociados a la investigación. (www.uladech.edu.pe, 2019)

Consentimiento informado y expreso. - En toda investigación se debe contar con la manifestación de voluntad, informada, libre, inequívoca y específica; mediante la cual las personas como sujetos investigadores o titular de los datos consienten el uso de la información para los fines específicos establecidos en el proyecto. (www.uladech.edu.pe, 2019)

Cuidado del medio ambiente y la biodiversidad. -Las investigaciones que involucran el medio ambiente, plantas y animales, deben tomar medidas para evitar daños. Las investigaciones deben respetar la dignidad de los animales y el cuidado del medio ambiente incluido las plantas, por encima de los fines científicos; para ello, deben tomar medidas para evitar daños y planificar acciones para disminuir los efectos adversos y maximizar los beneficios.

V. RESULTADOS

5.1 Resultados.

5.1.1 Objetivo 1: Ventajas de Gestión de Calidad

Tabla 1. Ventajas de Gestión de Calidad

Ítem	SI		NO		Total	
	F	%	F	%	F	%
¿Considera Ud. que la atención por parte de los trabajadores es buena?	78		2	2.5	80	100
¿Cree usted que los trabajadores del restaurante lo atienden con amabilidad y respeto?	75	93.75	5	6.25	80	100
¿Considera usted que los trabajadores lo atienden con rapidez?	65	81.25	15	18.75	80	100
¿Se siente conforme con la capacidad de servicio que brindan los trabajadores?	70	87.5	10	12.5	80	100

*Fuente: Cuestionario aplicado al Cliente.
Elaboración Propia.*

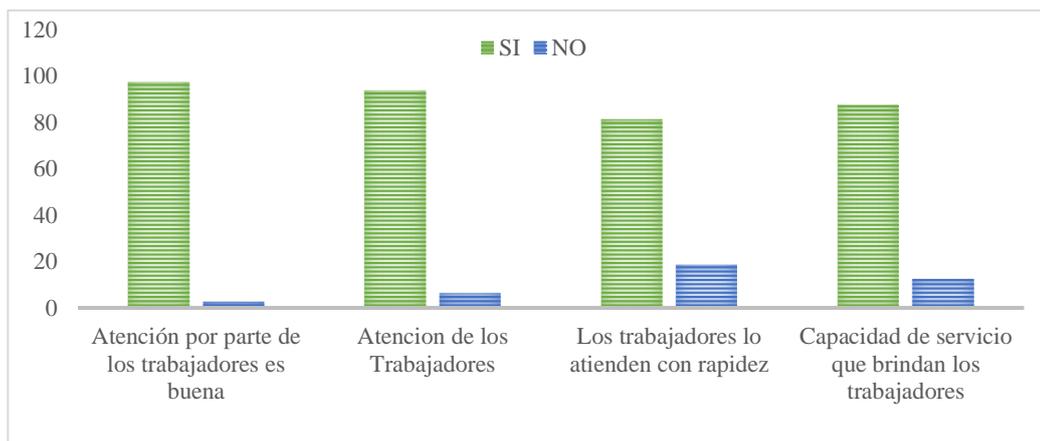


Figura 1: Gráfico de barras que representa a Ventaja de Gestión de Calidad

Interpretación: En la Tabla y Figura 1 denominadas ventaja de Gestión de Calidad, se observa que el 97.5% de los clientes si considera que la atención por parte de los trabajadores es buena, asimismo el 93.75% si cree que los trabajadores del restaurante lo atienden con amabilidad y respeto, también el 81.25% considera que los trabajadores si lo atienden con rapidez y el 87.5% se siente conforme con la capacidad de servicio que brindan los trabajadores.

5.1.2 Objetivo 2: Beneficios de la Gestión de Calidad

Tabla 2. Beneficios de la Gestión de Calidad

Ítem	SI		NO		Total	
	F	%	F	%	F	%
¿Considera Ud. que los trabajadores son eficientes?	72	90	8	10	80	100
¿Cree Ud. que los trabajadores del restaurante muestran una buena actitud?	80	100	0	0	80	100
¿Considera usted que el restaurante debe mejorar los procesos?	64	80	16	20	80	100
¿Los productos que ofrece el restaurante logra satisfacer sus necesidades?	76	95	4	5	80	100

Fuente: Cuestionario aplicado al Cliente.

Elaboración Propia

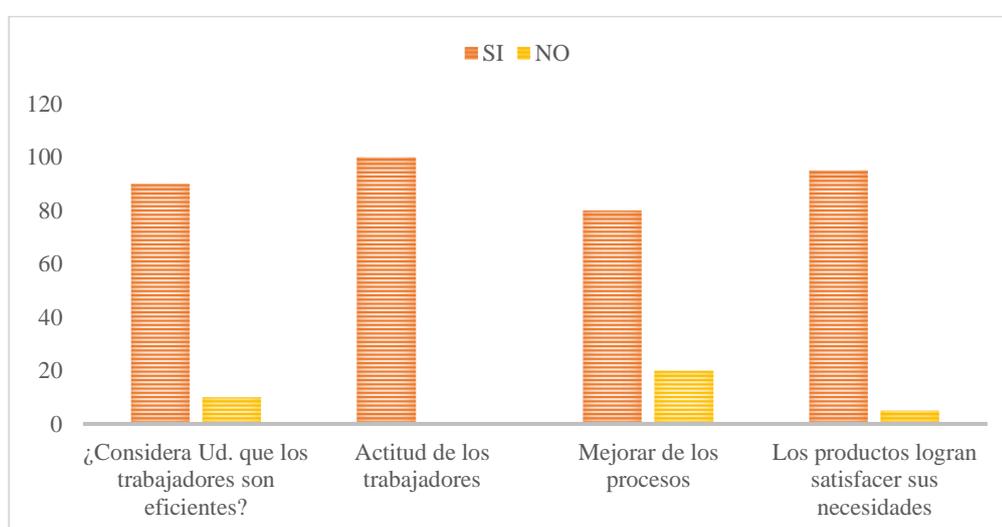


Figura 2: Gráfico de barras que representa a Beneficios de la Gestión de calidad.

Interpretación: En la Tabla y Figura 2 denominadas beneficios de la Gestión de Calidad se observa que el 90% de los clientes si considera que los trabajadores son eficientes, además el 100% de los encuestados cree que los trabajadores del restaurante si muestran una buena actitud, asimismo el 80% de los clientes encuestados considera que el restaurante debe mejorar los procesos y el 95% de los productos que ofrece el restaurante si logran satisfacer sus necesidades.

5.1.3 Objetivo 3: Importancia de Atención al Cliente

Tabla 3. Importancia de Atención al Cliente

Ítem	SI		NO		Total	
	F	%	F	%	F	%
¿Los trabajadores que lo atienden le brindan un buen servicio?	80	100	0	0	80	100
¿Cree usted que el restaurante ofrece un buen servicio de calidad?	76	95	4	5	80	100
¿Considera usted que la publicidad aplicada en el restaurante atrae mayores clientes?	80	100	0	0	80	100
¿Considera usted que el restaurant cumple con todas sus expectativas?	78	97.5	2	2.5	80	100

Fuente: Cuestionario aplicado al Cliente

Elaboración Propia

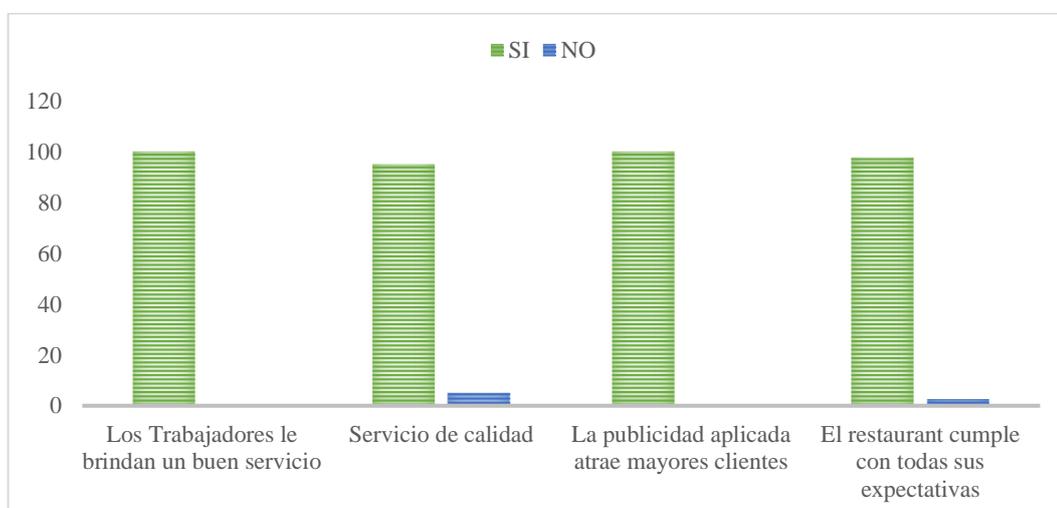


Figura 3: Gráfico de barra que representa la Importancia de Atención al Cliente

Interpretación: En la Tabla y Figura 3 denominadas Importancia de Atención al Cliente, se observa que el 100% de los clientes los trabajadores que lo atienden si le brindan un buen servicio, por consiguiente, el 95% si cree que el restaurante ofrece un buen servicio de calidad, asimismo el 100% considera usted que la publicidad aplicada en el restaurante atrae mayores clientes y el 97.5% considera que el restaurante si cumple con todas sus expectativas.

5.1.4 Objetivo 4: Componentes básicos para brindar buena Atención al Cliente.

Tabla 4. Componentes básicos para brindar buena Atención al Cliente.

Ítem	SI		NO		Total	
	F	%	F	%	F	%
¿Se siente seguro con las medidas de seguridad con las que cuenta el restaurante?	80	100	0	0	80	100
¿Establece una buena comunicación con los trabajadores del restaurante?	76	95	4	5	80	100
¿Se siente a gusto al momento que el trabajador les expresa su capacidad de servicio?	80	100	0	0	80	100
¿Se les brinda alguna cortesía antes de que sea atendido con su pedido?	70	87.5	10	12.5	80	100

Fuente: Cuestionario aplicado al Cliente.

Elaboración Propia

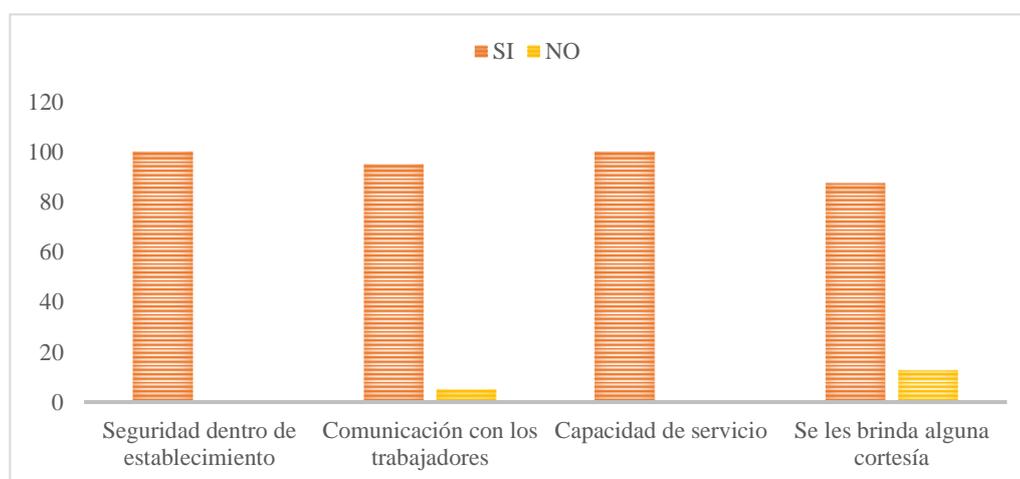


Figura 4: Gráfico de barra que representa a componentes básicos para brindar buena Atención al Cliente.

Interpretación: En la Tabla y Figura 4 denominadas componentes básicos para brindar buena Atención al Cliente, se observa que el 100% de los clientes encuestados si se siente seguro con las medidas de seguridad con las que cuenta el restaurante, además el 95% establece una buena comunicación con los trabajadores del restaurante, también el 100% se siente a gusto al momento que el trabajador les expresa su capacidad de servicio y el 87.5% si les brinda alguna cortesía antes de que sea atendido con su pedido.

5.1.5 Objetivo General: Características de la Gestión de Calidad y Atención al Cliente

tabla 5: Características de la Gestión de Calidad y Atención al Cliente

Ítem	SI		NO		Total	
	F	%	F	%	F	%
¿Considera Ud. que la atención por parte de los trabajadores es buena?	78	97.5	2	2.5	80	100
¿Cree Ud. que los trabajadores del restaurante muestran una buena actitud?	80	100	0	0	80	100
¿Considera usted que la publicidad aplicada en el restaurante atrae mayores clientes?	80	100	0	0	80	100
¿Se siente a gusto al momento que el trabajador les expresa su capacidad de servicio?	80	100	0	0	80	100

*Fuente: Cuestionario aplicado al Cliente
Elaboración Propia*

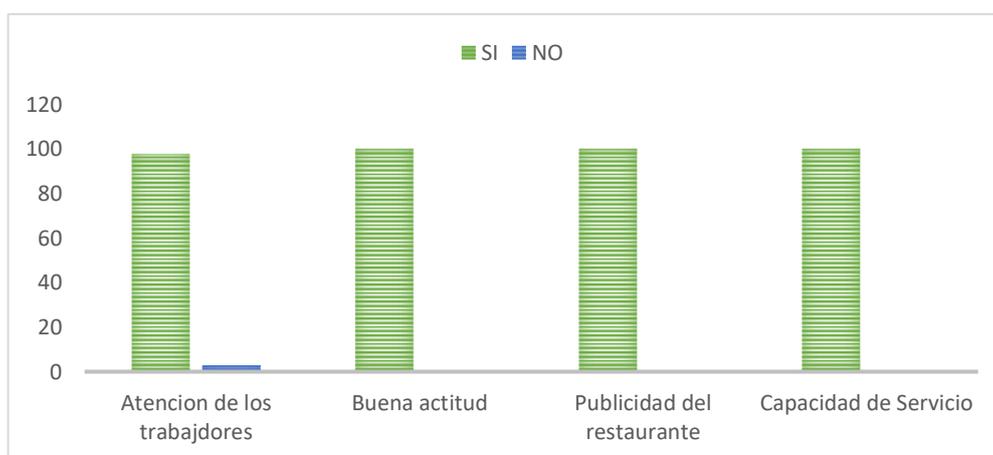


Figura 5: Gráfico de barra que representa características de Gestión de Calidad y Atención al Cliente

Interpretación: En la Tabla y Figura 5 denominadas Características de Gestión de Calidad y Atención al Cliente, se observa que el 97.5% de los clientes consideran que la atención por parte de los clientes es buena, por consiguiente, el 100% de los encuestados si muestran una buena actitud, asimismo el 100% considera usted que la publicidad aplicada en el restaurante atrae mayores clientes y el 100% de los clientes encuestados afirma que si se sienten a gusto al momento que el trabajador expresa su capacidad de servicio.

5.1.6 Tabla 6: Características Demográficas.

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
<u>Edad</u>		
18 a 25 años	36	45
26 a 45 años	28	35
46 a 50 años	16	20
<u>Genero</u>		
Masculino	58	72.5
Femenino	22	27.5
<u>Nivel de Estudios</u>		
Primaria	9	11.25
Secundaria	31	38.75
Superior	40	50
<u>Estado Civil</u>		
Soltero	35	43.75
Casado	39	48.75
Viudo	6	7.5
Divorciado	0	0

Fuente: Encuesta al Cliente
Elaboración Propia

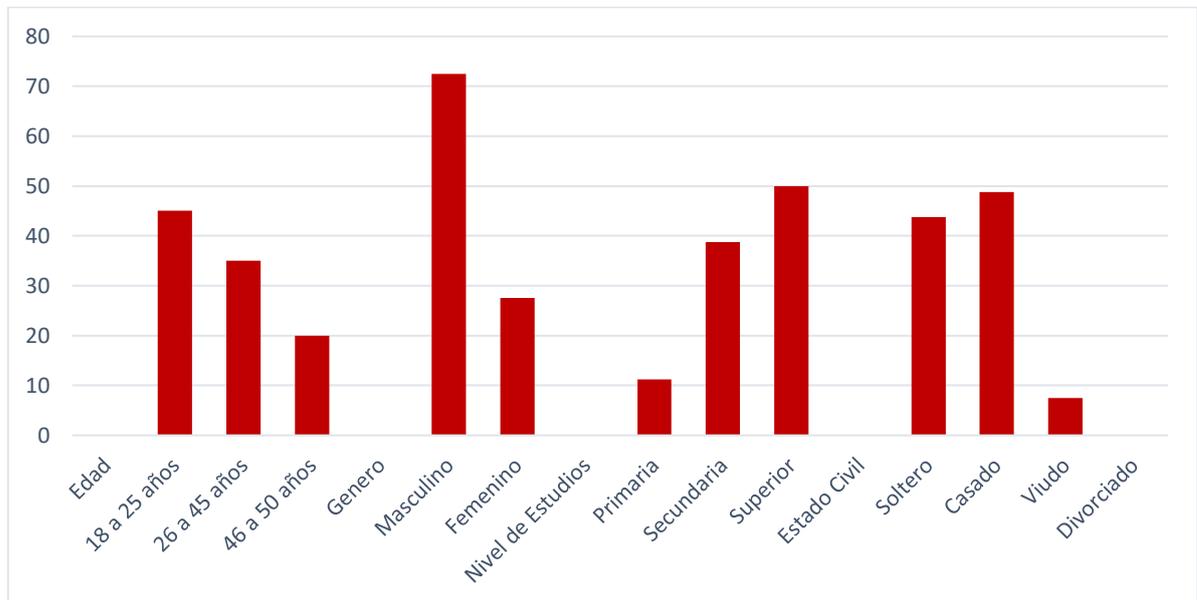


Figura 6: Características Demográficas.

Interpretación: En la Tabla y Figura 6 denominada Características Demográficas se observa que el 45% de los clientes encuestados son de edad entre los 18 a 25 años, asimismo el 72.5% pertenecen al género masculino, por consiguiente, el 50% de los clientes tienen un nivel de estudios superior, mientras que el 48.75% son de estado civil casado.

5.2 Análisis de Resultados

En la Tabla 1 denominada Ventajas de Gestión de Calidad se observa que en el desempeño el 97.5% los clientes si consideran que la atención por parte de los trabajadores es buena, de otra parte, Gómez (2018) señala que para poder tener un personal bien formado y con las expectativas que los clientes esperan, de deben implementar capacitaciones internas para seguir mejorando el desempeño dentro de las organizaciones. Asimismo, concuerda con Arias (2017) donde señala que los colaboradores deben estar en constantes capacitaciones para que se pueda lograr una excelente atención al consumidor.

En la conducta del empleado se observa que el 93.75% los trabajadores si lo atienden con amabilidad y respeto, de otra parte, Piñas (2019) señala que uno de los procesos de la gestión de calidad es realizar procedimientos adecuados con amabilidad y eficiencia y tener una buena estructura organización que cumpla con las expectativas que el cliente desea, además Arias (2017) señala que el personal debe mostrar una buena impresión, buena conducta y además deben ser proactivos con los clientes.

En la velocidad de la transacción se obtuvo que el 81.25% de los clientes encuestados afirmaron que los trabajadores si lo atienden con rapidez, por otra parte, Dedios (2019) señala que es importante que las empresas apliquen un control y atención acorde a los clientes y que sean atendidos con rapidez para que así logren tener una buena atención y buena productividad asimismo Arias (2017) en la velocidad de la transacción se basa en fortalecer a la empresa en temas de capacidad y habilidades de personas en la empresa.

En el buen funcionamiento se obtuvo que el 87.5% de los clientes encuestados si se sienten conforme con la capacidad de servicio que brindan los trabajadores, por otra parte Meneses (2019) señala que las organizaciones toman en cuenta las sugerencias y recomendaciones que hacen los clientes con el fin de mejorar la gestión de calidad y además de capacitaciones mensuales a sus trabajadores, además según la Asociación Española de la Calidad (2017) señala que una organización debe asegurar un buen funcionamiento para que así pueda lograr sus objetivos propios.

En la Tabla 2 denominada Beneficios de la Gestión de Calidad se observa que respecto a la mayor eficiencia el 90% de los clientes encuestados expresa que los trabajadores si son eficientes, por otra parte, piñas (2019) señala que se debe tener un buen equipo de colaboradores además que cumplan con los procesos adecuados de atención, para que los clientes den buenas referencias del establecimiento, asimismo en Conexionesan (2018) indica que las empresas deben llevar a cabo procesos comerciales y deberían hacer capacitaciones más naturales y menos difíciles para sus trabajadores.

En Moral de los Empleados el 100% de los encuestados expresaron que los trabajadores si muestran una buena actitud, Gómez (2018) expresa que se debe el personal bien capacitado se obtienen buenos resultados donde la organización puede lograr más rápido sus objetivos, además por otra parte Conexionesan (2018) expresa que los colaboradores para que muestren una buena actitud deben estar motivados y que se sientan a gusto en sus labores que se les encomiendan y sobre todo que se identifiquen con la organización.

En Gestión de Procesos el 80% de los clientes encuestados expreso que si se debe mejorar los procesos dentro de la organización, por otra parte Burgos (2017) señala que cualquier organización que refleja la información por medio de diagrama de redes dando un visión a nivel general y específica del cumplimiento de los numerales de la norma, asimismo Conexionesan (2018) señala que las mejoras son indispensables en un negocio a través de un sistema de documentación y estudios, este es un procedimiento cuidadosamente planificado e implementado, que certificará la toma de decisiones correctas para el negocio.

En Nivel de Satisfacción el 95% de los clientes encuestados expreso que los productos que ofrece el restaurante si logran satisfacer sus necesidades, por otra parte, Dedios (2019) que las organizaciones deben hacer uso de recursos especializados para atender al cliente, aportando un alto valor añadido para éstos. Asimismo, Conexionesan (2018) expresa que, para ofrecer niveles altos de satisfacción a los clientes, aplicando la ISO 9001 con un objetivo de hacer una mejora continua y determinando que los clientes se sientan conforme con los productos que el restaurante ofrece.

En la Tabla 3 denominada Importancia de Atención al Cliente se observa que en el Buen Servicio al Cliente el 100% de los clientes encuestados respondieron que los trabajadores si le brindan un buen servicio, por otra parte, López (2018) menciona que un buen servicio al cliente es de suma importancia para lograr el éxito en una organización. Asimismo, Pérez (2018) señala que brindar un buen servicio al cliente crea lealtad y es una de las mayores razones por las cuales los clientes comienzan a demostrar lealtad es mayormente cuando se les da un buen trato.

En Servicio de Calidad el 95% de los encuestados respondieron que el restaurante si ofrece un buen servicio de calidad, por otra parte, Valdiviezo (2018) expresa que en lo referente al nivel de innovación de los restaurantes, se determina que tiene una adecuada y cómoda infraestructura. Asimismo, Pérez (2018) señala que un servicio al cliente de calidad atrae más ingresos y además puede influir mucho en el crecimiento de tu negocio y así poder incrementar tus ingresos económicos.

En la Buena Publicidad el 100% de los clientes encuestados respondieron que la publicidad aplicad en el restaurante si es buena Jired (2018) señala que dentro del entorno físico un factor importante es la publicidad aplicada en los establecimientos para así poder atraer mayores clientes y aumentar sus ventas, asimismo concuerda con Pérez (2018) donde señala que al momento de ingresar las empresas deben hacer una inversión en publicidad para así captar una mayor cantidad de clientes e incrementar sus ventas.

En Satisfacción del Cliente se puede observar que el 97.5% de los clientes encuestados respondieron que el restaurante si cumple con todas sus expectativas, por lo tanto, Rumiche (2019) expresa que en una organización debe expresar inspiración de confianza, seguridad en las transacciones, los trabajadores son amables y tienen el suficiente conocimiento; con los elementos tangibles, cuenta con equipos con apariencia moderna, el personal tiene apariencia pulcra, las instalaciones físicas son visualmente atractivas y se brinda material como folletos, piqueos y otros. Asimismo, Pérez (2018) expresa que un buen servicio, ayuda a la satisfacción del cliente: la demanda de los clientes son un pilar muy importante ya que permite que las empresas puedan mejorar y lograr toda clase de objetivos que se proponen como organización.

En la Tabla 4 denominada Componentes básicos para brindar buena Atención al Cliente, respecto a la Seguridad el 100% de los clientes encuestados respondieron que si se sienten seguros con las medidas con las que cuenta el restaurante. Por otra parte, Huamán (2020) llegó a la conclusión que se deben elaborar propuestas de mejora además de realizar mejoras en el ambiente interno (cultura corporativa, relación entre empleados, asimismo Mondragón (2018) señala que brindamos al cliente cero riesgos, cero peligros y cero dudas en el servicio y que se velaran por la seguridad durante su permanencia.

En la Comunicación el 95% de los encuestados afirmaron que, si establecen una buena comunicación con los trabajadores del restaurante, por otra parte, Jired (2018) señala que el personal del restaurante es amable, cortés y profesional, los clientes se encuentran totalmente satisfechos y la calificación es excelente, de igual manera calificaron la rapidez del servicio, prontitud en que fue tomada su orden y entrega de alimentos. Asimismo, Mondragón (2018) expresa que se debe informar al cliente con un lenguaje claro, preciso y sencillo donde el cliente capte bien la información, si se ha logrado cubrir la seguridad y credibilidad.

En Comprensión del Cliente el 100% de los clientes encuestados respondieron que, si se sienten a gusto al momento que el trabajador expresa su capacidad de servicio, por otro lado, Rumiche (2019) expresa que existe seguridad expresada en la inspiración de confianza, seguridad en las transacciones, los trabajadores son amables y tienen el suficiente conocimiento; con los elementos tangibles, cuenta con equipos con apariencia moderna, el personal tiene apariencia pulcra. asimismo, Mondragón (2018) señala que se debe informar al cliente con un lenguaje claro, preciso y sencillo donde

el cliente capte bien la información, si se ha logrado cubrir la seguridad y credibilidad es más práctico mantener una buena comunicación entre cliente y empresa.

En Cortesía el 87.5% de los clientes encuestados respondieron que, si se les brinda alguna cortesía antes de que sea atendido con su pedido, por otra parte, Rumiche (2019) expresa que el personal tiene apariencia pulcra, las instalaciones físicas son visualmente atractivas y se brinda material como folletos, piqueos y otros. Asimismo, Mondragon (2018) señala que la amabilidad, buena comprensión con el cliente, respeto hace el cliente como a la persona, y establecer buenas relaciones con el cliente al momento de que se encuentra ordenando su pedido o comprando algún producto.

En la Tabla 5 denominada Características de la Gestión de Calidad y Atención al Cliente se observa que en el Desempeño el 97.5% los clientes si consideran que la atención por parte de los trabajadores es buena, de otra parte, Gómez (2018) señala que para poder tener un personal bien formado y con las expectativas que los clientes esperan, de deben implementar capacitaciones internas para seguir mejorando el desempeño dentro de las organizaciones. Asimismo, concuerda con Arias (2017) donde señala que los colaboradores deben estar en constantes capacitaciones para que se pueda lograr una excelente atención al consumidor.

En la Moral de los Empleados el 100% de los encuestados expresaron que los trabajadores si muestran una buena actitud, Gómez (2018) expresa que se debe el personal bien capacitado se obtienen buenos resultados donde la organización puede lograr más rápido sus objetivos, además por otra parte Conexionesan (2018) expresa que los colaboradores para que muestren una buena actitud deben estará movidos y que se

sientan a gusto en sus labores que se les encomiendan y sobre todo que se identifiquen con la organización.

En la Buena Publicidad el 100% de los clientes encuestados respondieron que la publicidad aplicada en el restaurante si es buena Jired (2018) señala que dentro del entorno físico un factor importante es la publicidad aplicada en los establecimientos para así poder atraer mayores clientes y aumentar sus ventas, asimismo concuerda con Pérez (2018) donde señala que al momento de ingresar las empresas deben hacer una inversión en publicidad para así captar una mayor cantidad de clientes e incrementar sus ventas.

En la Comprensión del Cliente el 100% de los clientes encuestados respondieron que, si se sienten a gusto al momento que el trabajador expresa su capacidad de servicio, por otro lado, Rumiche (2019) expresa que existe seguridad expresada en la inspiración de confianza, seguridad en las transacciones, los trabajadores son amables y tienen el suficiente conocimiento; con los elementos tangibles, cuenta con equipos con apariencia moderna, el personal tiene apariencia pulcra. asimismo, Mondragón (2018) señala que se debe informar al cliente con un lenguaje claro, preciso y sencillo donde el cliente capte bien la información, si se ha logrado cubrir la seguridad y credibilidad es más práctico mantener una buena comunicación entre cliente y empresa.

VI CONCLUSIONES

Se describen las Ventajas de la Gestión de Calidad están dados por que casi la totalidad de las MYPE consideran que la atención por parte de los trabajadores si es buena, además que contribuyen a que la MYPE obtenga mucho más beneficios y que además vaya ganando una posición en el rubro, y que además que, si creen que los trabajadores del restaurante lo atienden con amabilidad y respeto, esto conlleva a que los clientes se sientan a gusto al momento de que acuden al restaurante y que además que obtengan una buena impresión por parte de los colaboradores, por otra parte, la mayoría de los clientes expresaron que si se sienten conforme con la capacidad de servicio que le brindan los trabajadores. Al igual que son atendido con rapidez dentro del establecimiento y sobre todo que cuenten con una buena infraestructura e higiene, se van identificando con la MYPE.

Se identifican que los Beneficios de la Gestión de Calidad están expresados porque en la totalidad se verifican que los trabajadores del restaurante muestran una buena actitud hacia sus clientes, por consiguiente, casi la totalidad de los clientes encuestados afirman que los productos del restaurante si logra satisfacer sus necesidades por lo tanto quiere decir que si se están cumpliendo con las expectativas de los clientes, además se muestra que los trabajadores si son eficientes y que cumplen con las indicaciones que les dan los propietarios de cada restaurante, asimismo la mayoría de los clientes expreso que se deben hacer mejoras en los procesos

Se conoce la Importancia de Atención al Cliente, están expresados porque en la totalidad se observan que los trabajadores si brindan un buen servicio y además la publicidad aplicada en el restaurante ayuda a atraer mayores clientes ya que por medio de la publicidad los clientes se informan un poco más de los platos que ofrecen y de las promociones que aplican semanal y mensual, asimismo casi la totalidad de los clientes encuestados

expresaron que el establecimiento si cumple con sus expectativas y que ofrece un buen servicio de calidad.

Se identifican que los componentes básicos para brindar buena Atención al Cliente están dados porque en la totalidad los clientes afirmaron que se sienten seguros con las medidas de seguridad con las que cuenta el restaurante asimismo expresan que si se sienten a gusto al momento que el trabajador les está expresando sus conocimientos sobre todo lo que ofrecen en el restaurante, por otra parte, casi la totalidad manifiesta que se establece una buena comunicación con los trabajadores, asimismo la mayoría de los encuestados manifiestan que si se les brinda alguna cortesía.

Se identifican que las Características de la Gestión de Calidad y Atención al Cliente están dado en la totalidad porque los trabajadores del restaurante muestran buena actitud, además de tener una buena publicidad para poder atraer una mayor cantidad de clientes y porque el trabajador sabe demostrar su capacidad de servicio, y casi la totalidad de los encuestados expresaron que la atención por parte de los trabajadores si es buena.

6.1 Aspectos Complementarios

6.1.1 Recomendaciones

- Brindar constantes capacitaciones y a la vez motivar a sus trabajadores con reconocimientos que lo ayuden a que en un futuro puedan tener buenas referencias en el campo laboral y a la vez puedan ir creciendo económico y profesionalmente, además los restaurantes pueden brindarles incentivos económicos por cumplir con sus labores eficientemente, con la finalidad de que sus trabajadores se sientan identificados con el restaurante.
- Adecuar sus productos a las exigencias de los clientes que concurren a los restaurantes, para ello recomendamos hacer mas variedades de platos gastronómicos y típico de la provincia, además se recomienda que los restaurantes implementes medidas de seguridad dentro y fuera del establecimiento con la finalidad que crear un ambiente seguro y confiable para los clientes. Asimismo, hacer mejoras en los procesos de atención como también mejoras en las modalidades de pago.
- Se debe hacer seguimiento constante a cada una de las actividades planteadas dentro de la organización. Esto se hace con la finalidad de garantizar la permanencia de los clientes y saber cuáles son las exigencias, de igual manera un factor importante que influye es la seguridad que se brinda dentro y fuera del establecimiento, y que la calidad del servicio por parte de los trabajadores son un factor importante al momento de la atención.
- Poner en práctica todas las medidas de sanidad dentro del establecimiento, y seguir con los aforos que el gobierno establece para evitar contagios y velar por la salud de todos los comensales que acuden al restaurante, la comunicación que existe entre el cliente y el personal que laboran, de ser clara y precisa para evitar tener muchos acercamientos con los comensales.

- Aplicar publicidad para el incremento de las ventas de los restaurantes en una estrategia muy recomendable para los empresarios que quieren lograr más rápido sus objetivos, además pueden aplicar la entrega de pedidos con un costo mínimo con la finalidad que el cliente no se vea afectado económicamente.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Arias (2017) en su tesis titulada “Caracterización del financiamiento y la competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector servicios -rubro restaurantes de comidas criollas, del distrito de San Vicente, Provincia de Cañete, departamento de Lima – Perú.

Asociación Española de la Calidad (2017) ventajas de los sistemas de gestión de calidad
https://www.aec.es/c/document_library/get_file?uuid=0fed9322-3dea-4211-b748-a1e041a60b01&groupId=10128

Atcom, B. (2018). Importancia de la atención al cliente. Obtenido de
<https://www.atcom.cl/importancia-de-la-atencion-al-cliente>

Burga, M. (2015). Cultura tributaria y obligaciones tributarias en las empresas comerciales del emporio Gamarra, 2014. Universidad San Martín de Porres. Lima, Perú.

Burgos G. (2017) en su tesis denominada Desarrollo del Sistema de Gestión de Calidad en el Restaurante-Bar Ouzo Gave Azul S.A.S. bajo los lineamientos de la norma iso 9001:2015 y la norma técnica colombiana nts-usna 008. Bogotá D.C, Colombia.

BID (2016). El BID apoya la creación del Fondo de Capital Emprendedor de la Alianza del Pacífico. Disponible en: <http://www.iadb.org/es/noticias/comunicados-de-prensa/2016-04-06/bid-apoya-fondo-de-capital-de-la-alianza-del-pacifico,11436.html>

Bernal, C. (2010). Metodología de la investigación. Administración, economía, humanidades y ciencias sociales (3ra ed.). Colombia: Pearson Educación.

- Blanco, M. y Villalpando, P. (2012). El proyecto de investigación. Introducción a la metodología científica. España: Dykinson.
- Contreras r. (2018) grupo inditex: plan de crecimiento, análisis y recomendaciones 2018-2022. Universidad de Piura, Lima, Peru.
https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/3987/MDE_1870.pdf?sequence=2&isAllowed=y
- Cordero J. (2018), diseño de sistema de gestión de calidad según iso 21001:2018 para mejora continua en programa de ingeniería industrial. Lima, Peru.
- Conexionesan (2018) Beneficios de implementar un sistema de gestión de calidad,
<https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2018/01/beneficios-de-implementar-un-sistema-de-gestion-de-calidad/>
- Caurin, J. (2018). Satisfacción del cliente. Obtenido de
<https://www.emprendepyme.net/satisfaccion-del-cliente>
- Dias , S. (2019). Mipymes emplean más del 60% de la Población Económicamente Activa. Obtenido de <https://andina.pe/agencia/noticia-mipymes-emplean-mas-del-60-de-poblacion-economicamente-activa-756630.aspx>
- Dounglas (2020) ¿Qué es atención al cliente? Definición, elementos e importancia para las empresas en la actualidad. <https://www.zendesk.com.mx/blog/que-es-atencion-al-cliente/>
- Díaz, S. C. (2017). Metodología de la investigación científica. Lima: San Marcos.
- Diaz Rada, V. D. (2017). Manual de trabajo de campo de la encuesta:(presencial y telefónica) (Vol. 36). CIS-Centro de Investigaciones Sociológicas.

Dedios, L. (2019). Gestión de Calidad y Atención al Cliente de la MYPE rubro Restaurant Cevicheria karaoke ingrid de la ciudad de Sullana, año 2019, Sullana – Perú

El Peruano. (28 de abril del 2020). Apuntalando a las mypes. Recuperado de <https://elperuano.pe/noticia-apuntalando-a-mypes-95072.aspx?fbclid=IwAR2JO6ER6eMZtpNP5zpmPkSQcv7CHVSVZwgx4yWBzPmN24yLpzR-mE49PUEE>

El Peruano. (28 de abril del 2020). Líneas de crédito para MYPE hasta por S/ 4,000 millones. Recuperado de https://elperuano.pe/noticia-lineas-credito-para-mypes-hasta-s-4000-millones-95068.aspx?fbclid=IwAR3lrN6c6izSjS6txh44q4HCdOPcaKaSjSadJutXXIAS_KWEAw8RU727ZPI

Gomero N. (2015). concentración de las MYPE y su impacto en el crecimiento económico. Lima, Perú.

Gomez O. (2018) en su tesis Denominada Diseño de un Sistema de Gestión de la Calidad conforme a la iso 9001:2015 para el restaurante “casa vieja” ubicado en la ciudad de Riobamba, Provincia de Chimborazo, Riobamba - Ecuador

Gutiérrez, H. (2017). “Calidad total y productividad” (3 ed.). Delegación Álvaro Obregón, México: Mc Graw Hill. Gutiérrez, P; Vásquez, J; y Cuesta, P; . “Valoración de los factores determinantes de la calidad del servicio público local: un análisis de la percepción de los ciudadanos y sus repercusiones sobre la satisfacción y credibilidad”. Innovar, (Vol.20, p.145).

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, M. (2014). Metodología de la investigación científica (6ta ed.). México: McGraw Hill.

Hernández H, Barrios I, Martínez D. (2018) gestión de la calidad: elemento clave para el desarrollo de las organizaciones, Bogotá – Colombia.

Hernández Sampieri, R. (2014). Metodología de la Investigación. Obtenido de https://periodicooficial.jalisco.gob.mx/sites/periodicooficial.jalisco.gob.mx/files/metodologia_de_la_investigacion_-_roberto_hernandez_sampieri.pdf

Huaman, Q (2020) en su tesis denominada Propuesta de Mejora de Atención al Cliente para la Gestión de Calidad de las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Servicio, Rubro Restaurante: Caso “Restaurant – Pollería Rodrigo’s”. San Vicente- Cañete, 2019. Cañete – Perú

INEI (2019). En el Perú existen 2 millones 699 mil 130 empresas al tercer trimestre del año 2019. <https://www.inei.gob.pe/prensa/noticias/en-el-peru-existen-2-millones-699-mil-130-empresas-al-tercer-trimestre-del-ano-2019-11951/>. Lima, Perú.

ISO 9001:2015. (2018). Sistema de gestión de calidad. Obtenido de ISOTools: https://www.isotools.org/normas/calidad/iso9001?__hstc=&__hssc=&hsCtaTracking=217f2efb-9dcf-4039-8497-6a90fa747a35%7Ccddae0ac-9374-4445-8346-f39400e77753.

Jired, C. (2018) en su tesis denominada Calidad de los Servicios y Satisfacción del Cliente en el Restaurante Pizza Burger Diner, ubicado en la cabecera del departamento de Zacapa.

Lopez M. (2018) en su tesis denominada Calidad del Servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy’s de la ciudad de Guayaquil. Guayaquil, Ecuador

- MEP - mi Empresa Propia, (2016) Marco Legal e Institucional para las Micro y Pequeñas Empresas en el Perú, San Borja, Lima-Perú <https://www.mep.pe/marco-legal-e-institucional-para-las-micro-y-pequenas-empresas-en-el-peru/>
- Maco, R. M. (2018). Proceso de capacitación y el desempeño laboral del personal administrativo del organismo de evaluación y fiscalización ambiental, Lima 2017. Lima: Universidad Cesar Vallejo - Escuela de Posgrado.
- Monte M. (2017) Beneficios de un sistema de gestión de calidad. <https://gestionintegra.com/7-beneficios-de-un-sistema-de-gestion-de-calidad/>
- Mondragon V. (2018) los 10 componentes básico para una buena atención al cliente. <https://www.diariodelexportador.com/2018/04/los-10-componentes-basicos-del-buen.html>
- Méndez, C. (2011). Metodología. Diseño y desarrollo del proceso de investigación con énfasis en ciencias empresariales (4ta ed.). México: Limusa.
- Meneses, E. (2019). En su tesis denominada Caracterización de la Gestión de Calidad, en Atención al Cliente de las MYPE, Sector Servicio – Rubro Restaurant: caso “Plaza Restaurant”, Cañete, 2018. Cañete – Perú.
- Noticias Andina, (2019). Pymes: uso de la tecnología favorece proceso de internacionalización. <https://andina.pe/agencia/noticia-pymes-uso-de-tecnologia-favorece-proceso-internacionalizacion-748617.aspx>
- Ñaupas, H., Mejía, E., Novoa, E. y Villagómez, A. (2014). Metodología de la investigación. Cualitativa – cualitativa y redacción de tesis (4ta ed.). Colombia: Ediciones de la U.

- Ochoa, C (2015) Muestreo no probabilístico: muestreo por conveniencia
<https://www.netquest.com/es/muestreo-por-conveniencia>.
- Oré, A. (2017). Gestión y desempeño en un hospital de Essalud, Cañete, Lima, 2017. (Tesis de maestría). Lima, Universidad del Pacífico. Lima, Perú.
- Peñaranda, C. (2018). Perú Mejoro sus Indicadores Macroeconómicos en el 2018. Obtenido de <https://www.camaralima.org.pe/repositorioaps/0/0/par/iedep-revista/la%20camara-26-12-2018.pdf>
- Piñas A (2019) en su Tesis denominada Características de la Gestión de Calidad y Marketing del Restaurant – Pollería “Las Canastas” en el Distrito de Piura año 2019, Sullana – Perú
- Pérez O. (2018) razones de la importancia del servicio al cliente para el crecimiento de tu negocio. <https://blog.nextup.com.mx/5-razones-de-la-importancia-del-servicio-al-cliente-para-el-crecimiento-de-tu-negocio>
- SUNAT (2020). Glosario de Términos sobre Cultura Tributaria y Aduanera <https://cultura.sunat.gob.pe/sites/default/files/2020-10/Glosario-de-Terminos-sobre-Cultura-Tributaria-y-Aduanera.pdf>
- Sampieri, C. F. (2014). Metodología de la investigación. México: McGrawHill
- Rumiche, R. (2019) en su tesis denominada Caracterización de la Calidad del Servicio y Atención al Cliente del Restaurant Cebichería “Los 7 Mares” del Distrito de El Alto, año 2018.
- ULADECH (2020) Código de Ética para la Investigación Versión 003 – 2020 Chimbote – Perú.

<https://www.uladech.edu.pe/images/stories/universidad/documentos/2020/codigo-de-etica-para-la-investigacion-v003.pdf>

Turismo (2019), turismo sechura. <https://turismo.i.pe/ciudades/capital/sechura.htm>

Vásquez, I. (2016). Tipos de Estudio y Métodos de Investigación. Obtenido de <https://nodo.ugto.mx/wp-content/uploads/2016/05/Tipos-de-estudio-y-m%C3%A9todos-de-investigaci%C3%B3n.pdf>

Vela M. (2018). Gestión bajo el Enfoque de Atención al Cliente, en las MYPES del Sector Servicios, Rubro Restaurant, Distrito de Calleria, Año 2018. Pucallpa – Perú

Yamakawa P. (2010), Modelo tecnológico de integración de servicios para la MYPE peruana, Universidad ESAN, Lima, Perú.

ANEXOS

Anexo 1: Validaciones

CONSTANCIA DE VALIDACION

Yo, Fernando Suárez Carrasco, identificado con DNI N°02616283 **MAGISTER EN ADMINISTRACIÓN**. Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el (los) instrumento (s) de recolección de datos. Elaborado por RICHARD IVAN RUIZ CHUNGA, a los efectos de su aplicación a los elementos de la población (muestra) seleccionado por el trabajo de Investigación “**CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MYPE RUBRO RESTAURANTES DE SAN JOSÉ VICE SECHURA AÑO 2021**”. Que se encuentra realizando.

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

Piura, 13 de marzo del 2021.


Lic. Fernando Suárez Carrasco Dr.
CLAD:05461

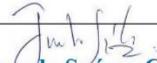
VALIDACION

Ítem relacionado con Atención al Cliente	¿Es Pertinente con el concepto?		¿Necesita Mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente		¿Se necesita mas ítem para medir el concepto?
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
¿Los colaboradores que lo atienden le brindan un buen servicio?	X			X		X	SI () NO (X)
¿Cree usted que el restaurante ofrece un buen servicio de calidad?	X			X		X	SI () NO (X)
¿Considera usted que la publicidad aplicada en el restaurante atrae mayores clientes?	X			X		X	SI () NO (X)
¿Considera usted que el restaurant cumple con todas sus expectativas?	X			X		X	SI () NO (X)
¿Se siente seguro con las medidas de seguridad con las que cuenta el restaurante?	X			X		X	SI () NO (X)
¿Estable una buena comunicación con los colaboradores del restaurante?	X			X		X	SI () NO (X)
¿Se siente a gusto al momento que el trabajador les expresa su capacidad de servicio?	X			X		X	SI () NO (X)
¿Se les brinda alguna cortesía antes de que sea atendido con su pedido?	X			X		X	SI () NO (X)


Lic. Fernando Suárez Carrasco Dr.
CLAD:05461

VALIDACION

Ítem relacionado con Gestión de Calidad	¿Es Pertinente con el concepto?		¿Necesita Mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
¿Considera Ud. que la atención por parte de los colaboradores es buena?	X			X		X	SI () NO (X)
¿Cree usted que los trabajadores del restaurante lo atienden con amabilidad y respeto?	X			X		X	SI () NO (X)
¿Considera usted que los trabajadores lo atienden con rapidez?	X			X		X	SI () NO (X)
¿Se siente conforme con la capacidad de servicio que brindan los trabajadores?	X			X		X	SI () NO (X)
¿Considera Ud. que los trabajadores son eficientes?	X			X		X	SI () NO (X)
¿Cree Ud. que los colaboradores del restaurante muestran una buena actitud?	X			X		X	SI () NO (X)
¿Considera usted que el restaurante debe mejorar los procesos?	X			X		X	SI () NO (X)
¿Los productos que ofrece el restaurante logra satisfacer sus necesidades?	X			X		X	SI () NO (X)


Lic. Fernando Suárez Carrasco
CLAD:05461

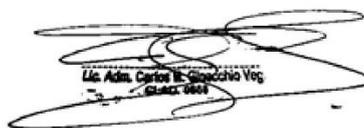
CONSTANCIA DE VALIDACION

YO: Carlos Manuel Ginocchio Vega identificado con DNI 02867439 Licenciado en Ciencias Administrativas con Maestría concluida en Administración y Dirección de Empresas.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el (los) instrumento (s) de recolección de datos. Elaborado por RICHARD IVAN RUIZ CHUNGA, a los efectos de su aplicación a los elementos de la población (muestra) seleccionado por el trabajo de Investigación **“CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MYPE RUBRO RESTAURANTES DE SAN JOSÉ VICE SECHURA AÑO 2021”**. Que se encuentra realizando.

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

Piura, 10 de Marzo del 2021.



Car. Man. Ginocchio Vega
DNI 02867439

VALIDACION

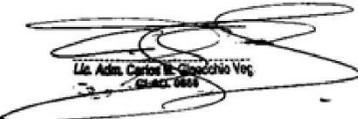
Ítem relacionado con Atención al Cliente	¿Es Pertinente con el concepto?		¿Necesita Mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente		¿Se necesita más ítem para medir el concepto?
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
¿Los colaboradores que lo atienden le brindan un buen servicio?	X			X		X	SI () NO (X)
¿Cree usted que el restaurante ofrece un buen servicio de calidad?	X			X		X	SI () NO (X)
¿Considera usted que la publicidad aplicada en el restaurante atrae mayores clientes?	X			X		X	SI () NO (X)
¿Considera usted que el restaurant cumple con todas sus expectativas?	X			X		X	SI () NO (X)
¿Se siente seguro con las medidas de seguridad con las que cuenta el restaurante?	X			X		X	SI () NO (X)
¿Estable una buena comunicación con los colaboradores del restaurante?	X			X		X	SI () NO (X)
¿Se siente a gusto al momento que el trabajador les expresa su capacidad de servicio?	X			X		X	SI () NO (X)
¿Se les brinda alguna cortesía antes de que sea atendido con su pedido?	X			X		X	SI () NO (X)



Lic. Adm. Carolina E. Guzmán Vega
C.I. 10.000.000

VALIDACION

Ítem relacionado con Gestión de Calidad	¿Es Pertinente con el concepto?		¿Necesita Mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente		¿Se necesita más ítem para medir el concepto?
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
¿Considera Ud. que la atención por parte de los colaboradores es buena?	X			X		X	SI () NO (X)
¿Cree usted que los trabajadores del restaurante lo atienden con amabilidad y respeto?	X			X		X	SI () NO (X)
¿Considera usted que los trabajadores lo atienden con rapidez?	X			X		X	SI () NO (X)
¿Se siente conforme con la capacidad de servicio que brindan los trabajadores?	X			X		X	SI () NO (X)
¿Considera Ud. que los trabajadores son eficientes?	X			X		X	SI () NO (X)
¿Cree Ud. que los colaboradores del restaurante muestran una buena actitud?	X			X		X	SI () NO (X)
¿Considera usted que el restaurante debe mejorar los procesos?	X			X		X	SI () NO (X)
¿Los productos que ofrece el restaurante logra satisfacer sus necesidades?	X			X		X	SI () NO (X)


 Lic. Adm. Carlos H. Giacchino Vog
 C.R. 0888

CONSTANCIA DE VALIDACION

Yo, VICTOR HELIO PATIÑO NIÑO identificado con DNI 02860873, MAGISTER EN ADMINISTRACIÓN Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el (los) instrumento (s) de recolección de datos. Elaborado por RICHARD IVAN RUIZ CHUNGA, a los efectos de su aplicación a los elementos de la población (muestra) seleccionado por el trabajo de Investigación **“CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MYPE RUBRO RESTAURANTES DE SAN JOSÉ VICE SECHURA AÑO 2021”**. Que se encuentra realizando.

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

Piura, 11 de Marzo del 2021.


CLAD
Mg. VICTOR HELIO PATIÑO NIÑO
RUC: CLAD-02348

VALIDACION

Ítem relacionado con Atención al Cliente	¿Es Pertinente con el concepto?		¿Necesita Mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente		¿Se necesita mas ítem para medir el concepto?
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
¿Los colaboradores que lo atienden le brindan un buen servicio?	X			X		X	SI () NO (X)
¿Cree usted que el restaurante ofrece un buen servicio de calidad?	X			X		X	SI () NO (X)
¿Considera usted que la publicidad aplicada en el restaurante atrae mayores clientes?	X			X		X	SI () NO (X)
¿Considera usted que el restaurant cumple con todas sus expectativas?	X			X		X	SI () NO (X)
¿Se siente seguro con las medidas de seguridad con las que cuenta el restaurante?	X			X		X	SI () NO (X)
¿Estable una buena comunicación con los colaboradores del restaurante?	X			X		X	SI () NO (X)
¿Se siente a gusto al momento que el trabajador les expresa su capacidad de servicio?	X			X		X	SI () NO (X)
¿Se les brinda alguna cortesía antes de que sea atendido con su pedido?	X			X		X	SI () NO (X)


 CLAD
 Mg. VICTOR HELIO PATINO BINI
 RUC: CLAD-02348

VALIDACION

Ítem relacionado con Gestión de Calidad	¿Es Pertinente con el concepto?		¿Necesita Mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente		¿Se necesita mas ítem para medir el concepto?
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
¿Considera Ud. que la atención por parte de los colaboradores es buena?	X			X		X	SI () NO (X)
¿Cree usted que los trabajadores del restaurante lo atienden con amabilidad y respeto?	X			X		X	SI () NO (X)
¿Considera usted que los trabajadores lo atienden con rapidez?	X			X		X	SI () NO (X)
¿Se siente conforme con la capacidad de servicio que brindan los trabajadores?	X			X		X	SI () NO (X)
¿Considera Ud. que los trabajadores son eficientes?	X			X		X	SI () NO (X)
¿Cree Ud. que los colaboradores del restaurante muestran una buena actitud?	X			X		X	SI () NO (X)
¿Considera usted que el restaurante debe mejorar los procesos?	X			X		X	SI () NO (X)
¿Los productos que ofrece el restaurante logra satisfacer sus necesidades?	X			X		X	SI () NO (X)



Dr. VICTOR HELIO PATIÑO
 RUC: CLAD-02348

Anexo 2: Instrumentos de recolección de datos

Cuestionario dirigido al Cliente



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

¡Buen día!, me encuentro realizando una investigación con el fin de conocer la Gestión de calidad y la Atención al Cliente en las MYPE rubro restaurantes de San José Vice Sechura, año 2021, por ello acudo a Ud. con el fin de que responda a unas preguntas sencillas marcando un aspa (X) en la respuesta que Ud. considere más conveniente. Su participación en la investigación es voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente. Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados, los que se publicaran en el repositorio de la Universidad. Su participación es muy valiosa y se le agradece por ello.

Datos demográficos

Edad () Género ()

Nivel de estudios: _____

Giro del negocio: _____

Años en el negocio: _____

Número de trabajadores: _____

Tipo de persona: Natural () Jurídica: Tipo ()

1. ¿Considera Ud. que la atención por parte de los colaboradores es buena?
Si () No ()
2. ¿Cree usted que los trabajadores del restaurante lo atienden con amabilidad y respeto?
Si () No ()
3. ¿Considera usted que los trabajadores muestran respeto al momento de la atención?
Si () No ()
4. ¿Se siente conforme con la capacidad de servicio que brindan los trabajadores?
Si () No ()
5. ¿Considera Ud. que la eficiencia de los trabajadores es buena?
Si () No ()
6. ¿Se siente conforme con la información que le brindan los colaboradores del restaurante?
Si () No ()
7. ¿Considera usted que el restaurante debe mejorar o implementar sus sistemas de pago?
Si () No ()

8. ¿Los productos que ofrece el restaurante logra satisfacer sus necesidades?
Si () No ()
9. ¿Los colaboradores que lo atienden le brindan un buen servicio?
Si () No ()
10. ¿Cree usted que el restaurante ofrece un buen servicio de calidad?
Si () No ()
11. ¿Considera usted que la publicidad aplicada en el restaurante atrae mayores clientes?
Si () No ()
12. ¿Considera usted que el restaurant cumple con todas sus expectativas?
Si () No ()
13. ¿Se siente seguro con las medidas de seguridad con las que cuenta el restaurante?
Si () No ()
14. ¿Estable una buena comunicación con los colaboradores del restaurante?
Si () No ()
15. ¿Se siente a gusto al momento que el trabajador les expresa su capacidad de servicio?
Si () No ()
16. ¿Se les brinda alguna cortesía antes de que sea atendido con su pedido?
Si () No ()

Anexo 3: Evidencia del Turniting

Sección 1			
Título	Fecha de inicio	Fecha límite de entrega	Fecha de publicación
Turnitin: proyecto de investigación - Sección 1	27 jun 2020 - 01:22	27 feb 2021 - 01:22	27 jun 2020 - 02:22

 Actualizar entregas

	▲ Título de la Entrega ▲	Identificador del trabajo de Turnitin	Entregado	Similitud	
 Ver recibo digital	Proyecto de Investigación Ruiz Chunga Richard Ivan	1519381310	27/02/2021 00:33	5% 	Entregar Trabajo   --

Anexo 4: Recibo Digital



Recibo digital

Este recibo confirma que Turnitin ha recibido tu trabajo. A continuación, encontrarás la información del recibo perteneciente a tu entrega.

Autor de la entrega	RICHARD IVAN RUIZ CHUNGA
Identificador del trabajo de Turnitin (Identificador de referencia)	1519381310
Título de la Entrega	Proyecto de Investigación Ruiz Chunga Richard Ivan
Título del ejercicio	Turnitin: proyecto de investigación
Fecha de entrega	27/02/21, 00:33

 Imprimir

Anexo 5: Constancia de No Adeudo de Taller

USER: 45757402

Nro: 082021-00008106
Fecha: 07-05-2021 16:06

CONSTANCIA DE NO ADEUDO

La Jefatura de Cobranzas hace constar que el alumno(a) RUIZ CHUNGA RICHARD IVAN, con código de matrícula 0811140069, de la ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION; no registra deuda pendiente a la fecha para optar TALLER DE TITULACION.

Se expide el presente a solicitud del interesado(a).

PIURA, 07 DE MAYO DEL 2021.



VºBº CAJA



Sra. Ana Silvia Chuyes Guevara
ESPECIALISTA C.I.R.

VºBº BIBLIOTECA (*)

VºBº LABORATORIO/ CLINICA (*)

(*) Requerido en los centros donde exista Biblioteca y/o Laboratorio.

Anexo 6: Matriz de Indicador pregunta.

Variable	Dimensiones	Indicadores	Preguntas	Fuente	Escala	Metodología
Gestión de Calidad	Ventajas	Desempeño	¿Considera Ud. que la atención por parte de los colaboradores es buena?	Cliente	Nominal	Tipo: Cuantitativo Nivel: Descriptivo Diseño: No Experimental Transversal Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario
		Conducta del Empleado	¿Cree usted que los trabajadores del restaurante lo atienden con amabilidad y respeto?			
		Velocidad de la Transacción	¿Considera usted que los trabajadores lo atienden con rapidez?			
		Buen Funcionamiento	¿Se siente conforme con la capacidad de servicio que brindan los trabajadores?			
	Beneficios	Mayor Eficiencia	¿Considera Ud. que los trabajadores son eficientes?			
		Moral de los Empleados	¿Cree Ud. los colaboradores del restaurante muestran una buena actitud?			
		Gestión de Procesos	¿Considera usted que el restaurante debe mejorar los procesos?			
		Nivel de Satisfacción	¿Los productos que ofrece el restaurante logra satisfacer sus necesidades?			
Atención al Cliente	Importancia	Buen Servicio al Cliente	¿Los colaboradores que lo atienden le brindan un buen servicio?	Cliente	Nominal	
		Servicio de Calidad	¿Cree usted que el restaurante ofrece un buen servicio de calidad?			
		Buena Publicidad	¿Considera usted que la publicidad aplicada en el restaurante atrae mayores clientes?			
		Satisfacción del cliente	¿Considera usted que el restaurant cumple con todas sus expectativas?			
	Componentes	Seguridad	¿Se siente seguro con las medidas de seguridad con las que cuenta el restaurante?			
		Comunicación	¿Estable una buena comunicación con los colaboradores del restaurante?			
		Comprensión del Cliente	¿Se siente a gusto al momento que el trabajador les expresa su capacidad de servicio?			
		Cortesía	¿Se les brinda alguna cortesía antes de que sea atendido con su pedido?			

Anexo 7: Libro de Códigos

LIBRO DE CODIGOS																
FUENTE / PREGUNTA	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
3	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1
4	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2
5	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1
6	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1
7	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1
8	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1
9	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	2
10	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2
11	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
12	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
13	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
14	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
15	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
16	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
17	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
18	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
19	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
20	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
21	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
22	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1
23	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
24	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
25	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
26	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1

27	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1
28	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
29	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1
30	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
31	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
32	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
33	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1
34	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
35	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1
36	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1
37	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
38	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
39	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
40	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1
41	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
42	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
43	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
44	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
45	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
46	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
47	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
48	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1
49	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
50	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
51	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
52	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
53	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
54	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2
55	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1
56	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
57	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1

58	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2
59	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
60	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
61	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
62	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
63	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
64	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2
65	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
66	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1
67	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
68	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
69	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
70	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1
71	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	2
72	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2
73	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
74	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
75	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1
76	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
77	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1
78	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
79	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2
80	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2
TOTAL	9-1 1-2	9-1 1-2	7-1 3-2	8-1 2-2	8-1 2-2	100	7-1 3-2	9-1 1-2	100	9-1 1-2	100	9-1 1-2	100	9-1 1-2	100	8-1 2-2
TOTAL PORCENTAJE	90% <u>10%</u> 100%	90% <u>10%</u> 100%	70% <u>30%</u> 100%	80% <u>20%</u> 100%	80% <u>20%</u> 100%	100%	70% <u>30%</u> 100%	90% <u>10%</u> 100%	100%	90% <u>10%</u> 100%	100%	90% <u>10%</u> 100%	100%	90% <u>10%</u> 100%	100%	80% <u>20%</u> 100%