



---

**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE**

**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE  
CHIMBOTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA  
ESCUELA PROFESIONAL DE  
ADMINISTRACIÓN**

**PROPUESTA DE MEJORA DE CALIDAD DEL SERVICIO  
COMO FACTOR RELEVANTE EN LA GESTIÓN DE  
CALIDAD DE LA MYPE, RUBRO RESTAURANTE, CASO:  
“PLAZA RESTAURANT”, DISTRITO DE SAN VICENTE,  
AÑO 2021.**

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

**AUTOR:**

CASAS CHULLUNCUY, CYNTHIA SOLEDAD

ORCID: 0000-0002-9469-6584

**ASESOR:**

RALLI MAGIPO, LIZBETH GIOVANNA

“ORCID: 0000-0002-5034 -7024”

**CAÑETE – PERÚ**

**2022**

## **TÍTULO DE LA TESIS**

PROPUESTA DE MEJORA DE CALIDAD DEL SERVICIO COMO  
FACTOR RELEVANTE EN LA GESTIÓN DE CALIDAD DE LA MYPE,  
RUBRO RESTAURANTE, CASO: “PLAZA RESTAURANT”, DISTRITO DE  
SAN VICENTE, AÑO 2021.

## **EQUIPO DE TRABAJO**

### **AUTOR**

Casas Chulluncuy, Cynthia Soledad

ORCID: 0000-0002-9469-6584

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

### **ASESOR**

Ralli Magipo, Lizbeth Giovanna

ORCID: 0000-0002-5034-7024

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

## **JURADO**

### **PRESIDENTE**

Rosillo De Purizaca, María Del Carmen

ORCID N°: 0000-0003-2177-5676

### **MIEMBRO**

Salinas Gamboa Jose German

ORCID N°: 0000-0002-8491-0751

### **MIEMBRO**

Mino Asencio María Isabel

ORCID N°: 0000-0003-1132-2243

## **FIRMA DEL JURADO Y ASESOR**

---

Rosillo de Purizaca, María Del Carmen  
Presidente

---

Salinas Gamboa, Jose German  
Miembro

---

Mino Ascencio, María Isabel  
Miembro

---

Ralli Magipo, Lizbeth Giovanna  
Asesor

## **DEDICATORIA**

Está dedicado primero a Dios por guiar mi camino  
y brindarme su amor.

A mis padres por su apoyo incondicional, por  
enseñarme valores y por todo su amor que me  
brinda

A mis hermanas por ser mis amigas, confidentes y  
compañeras de aventura.

## RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo general: Determinar la propuesta de mejora de la calidad de servicio como factor relevante de la gestión de calidad de la MYPE, Rubro Restaurante, Caso: Plaza Restaurant, Distrito de San Vicente, año 2021. El estudio mantiene un alcance local ya que se realizó la investigación en la MYPE estudio caso: “Plaza Restaurant”. Asimismo, metodológicamente, la investigación fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo y diseño de corte transversal – no experimental. Se tomó como población a la MYPE, Caso: Plaza Restaurant, donde se tomó dos muestras, uno probabilístico que fue dirigido a 377 clientes, y la muestra no probabilística que fue dirigido a 6 colaboradores, donde se aplicó un cuestionario de 20 preguntas cerradas. Respecto a la calidad de servicio: el 59.20% están de acuerdo que las instalaciones están acordes con los servicios recibidos, el 31.30% están de acuerdo con el tiempo de espera y el 56.80% están de acuerdo con que los colaboradores demuestren cortesía y amabilidad con atención. Respecto a la gestión de calidad: el 100% están de acuerdo que el restaurante cuente con mercado objetivo definido considerando al cliente como prioridad, el 100% está de acuerdo que el restaurante tenga un plan estratégico para captar clientes y el 66.70% están de acuerdo que el personal se integre en forma conjuntamente. Se concluye que la propuesta de mejora estará enfocada en mejorar aspectos importantes de la calidad de servicio, por ello, se propuso estrategia que ayudara a corregir las falencias encontradas.

**Palabras Claves:** Calidad, Cliente, Gestión, Restaurante, Servicio.

## **ABSTRACT**

The general objective of this research was: To determine the proposal to improve the quality of service as a relevant factor in the quality management of the MYPE, Restaurant Category, Case: Plaza Restaurant, District of San Vicente, year 2021. The study maintains a local scope since the investigation was carried out in the MYPE case study: "Plaza Restaurant". Also, methodologically, the research was quantitative, descriptive level and cross-sectional design - not experimental. The MYPE, Case: Plaza Restaurant, was taken as a population, where two samples were taken, one probabilistic that was directed to 377 clients, and the non-probabilistic sample that was directed to 6 collaborators, where a questionnaire of 20 closed questions was applied. Regarding the quality of service: 59.20% agree that the facilities are consistent with the services received, 31.30% agree with the waiting time and 56.80% agree that employees show courtesy and kindness with attention. Regarding quality management: 100% agree that the restaurant has a defined target market considering the customer as a priority, 100% agree that the restaurant has a strategic plan to attract customers and 66.70% agree that the staff integrate together. It is concluded that the improvement proposal will be focused on improving important aspects of the quality of service, therefore, a strategy was proposed to help correct the shortcomings found..

**Keywords:** Quality, Customer, Management, Restaurant, Service

## CONTENIDO

TÍTULO DE LA TESIS .....	ii
EQUIPO DE TRABAJO.....	iii
DEDICATORIA .....	v
RESUMEN .....	vi
ABSTRACT.....	vii
CONTENIDO .....	viii
I. INTRODUCCIÓN .....	1
II. REVISION DE LITERATURA .....	4
III. HIPÓTESIS .....	19
IV. METODOLOGÍA .....	20
4.1. Diseño de la investigación.....	20
4.2. Universo y muestra .....	21
4.3. Definición y operacionalización de variables .....	23
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	24
4.5. Plan de análisis.....	24
4.6. Matriz de consistencia.....	25
4.7. Principios éticos .....	26
V. RESULTADOS .....	27
5.1. Resultados .....	27
5.2. Análisis de resultados .....	47
VI. CONCLUSIÓN .....	51
ASPECTOS COMPLEMENTARIOS.....	53
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	57
ANEXOS .....	63
Anexo 1.- Cronograma.....	63
Anexo 2.- Presupuesto .....	64
Anexo 3.- Instrumento de recolección de datos.....	65
Anexo 4. Consentimiento informado:.....	68
Anexo 5. Carta de respuesta.....	69
Anexo 6. Evidencia.....	70
Anexo 7: Validación de experto .....	72



## INDICES DE TABLAS

<i>Tabla 1: Matriz De Operacionalización.....</i>	<i>23</i>
<i>Tabla 2: Matriz de consistencia.....</i>	<i>25</i>
<i>Tabla 3: Características de las instalaciones .....</i>	<i>27</i>
<i>Tabla 4: Características de los equipos .....</i>	<i>28</i>
<i>Tabla 5: Utensilios .....</i>	<i>29</i>
<i>Tabla 6: Aspectos de los colaboradores.....</i>	<i>30</i>
<i>Tabla 7: Nivel de tiempo de esperas.....</i>	<i>31</i>
<i>Tabla 8: Rapidez del servicio .....</i>	<i>32</i>
<i>Tabla 9: Disposición de respuesta .....</i>	<i>33</i>
<i>Tabla 10: Disposición de ayuda.....</i>	<i>34</i>
<i>Tabla 11: Nivel de conocimiento del personal.....</i>	<i>35</i>
<i>Tabla 12: Cortesía del personal.....</i>	<i>36</i>
<i>Tabla 13: Orientación al cliente del personal.....</i>	<i>37</i>
<i>Tabla 14: Identificación de clientes .....</i>	<i>38</i>
<i>Tabla 15: Objetivo definido.....</i>	<i>39</i>
<i>Tabla 16: Necesidades del Cliente .....</i>	<i>40</i>
<i>Tabla 17: Estrategia.....</i>	<i>41</i>
<i>Tabla 18: Desempeño del personal.....</i>	<i>42</i>
<i>Tabla 19: Capacitación.....</i>	<i>43</i>
<i>Tabla 20: Equipo de trabajo.....</i>	<i>44</i>
<i>Tabla 21: Infraestructura .....</i>	<i>45</i>
<i>Tabla 22: Tecnología.....</i>	<i>46</i>

## INDICES DE FIGURAS

<i>Figura 1: Características de las instalaciones</i> .....	27
<i>Figura 2: Características de los equipos</i> .....	28
<i>Figura 3: Utensilios</i> .....	29
<i>Figura 4 Aspectos de los colaboradores</i> .....	30
<i>Figura 5: Nivel de tiempo de esperas</i> .....	31
<i>Figura 6: Rapidez del servicio</i> .....	32
<i>Figura 7: Disposición de respuesta</i> .....	33
<i>Figura 8: Disposición de ayuda</i> .....	34
<i>Figura 9: Nivel de conocimiento del personal</i> .....	35
<i>Figura 10: Cortesía del personal</i> .....	36
<i>Figura 11: Orientación al cliente del personal</i> .....	37
<i>Figura 12: Identificación de clientes</i> .....	38
<i>Figura 13: Objetivo definido</i> .....	39
<i>Figura 14: Necesidades del Cliente</i> .....	40
<i>Figura 15: Estrategia</i> .....	41
<i>Figura 16: Desempeño Laboral</i> .....	42
<i>Figura 17: Capacitación</i> .....	43
<i>Figura 18: Equipo de trabajo</i> .....	44
<i>Figura 19: Infraestructura</i> .....	45
<i>Figura 20: Tecnología</i> .....	46

## I. INTRODUCCIÓN

La investigación se denominará “Propuesta de mejora de calidad del servicio como factor relevante en la gestión de calidad de la MYPE, Rubro Restaurante, Caso: Plaza Restaurant, Distrito de San Vicente, año 2021”. Tendrá como objetivo primordial en determinar la propuesta de mejora de la calidad de servicio como factor relevante en la gestión de calidad de la MYPE, con el fin de poder brindar una buena atención al cliente y poder captar nuevos clientes.

A nivel mundial, diversos rubros que se vieron perjudicado por el brote del virus nombrado coronavirus originándose en la urbe de Wuhan china a comienzo del mes de diciembre del año 2019 y expandiéndose en todo el mundo progresiva en el lapso del año 2020, ocasionando a enorme escala una crisis económica en diferentes países. Diversos rubros se han visto afectado por del virus nombrado coronavirus originándose en la urbe de Wuhan China a comienzo del mes de diciembre del año 2019 y expandiéndose en todo el mundo progresiva en el lapso del año 2020, ocasionando a enorme escala una crisis económica en diferentes países.

El rubro más golpeado a nivel mundial fue el del restaurante, provocando gran cantidad de desempleados, cierre de organizaciones y pérdidas significativas.

En el Perú las MYPE posee un destacable comportamiento dentro de la economía peruana, su aporte se incrementa continuamente al ser el tipo empresarial más difundido a nivel nacional en los últimos años. Obteniendo un porcentaje del 95%, donde un 70% corresponde a microempresas con un bajo volumen de ventas anuales, mucho menor a las 150 UIT establecidas por la Ley de la MYPE (Pérez, 2019, p.41)

Uno de los factores más importante y estudiado es la calidad de servicio, ya que los clientes son demasiado exigentes en la hora de la atención que se le brinda como en la calidad del producto; más ahora que por la pandemia se ha establecido un cuidado al máximo en la elaboración de los

productos especialmente lo los platos que se ofrecen en los restaurantes.

Es por esta razón, el estudio de investigación se va enfocar en mejorar la calidad de servicio que ofrece el Restaurante “Plaza Restaurant”, ubicado en el Distrito de San Vicente de Cañete. A través de la atención hacia los clientes, como la presentación de los platos, con el único propósito de satisfacer las necesidades de los clientes, ya que ellos son fundamental para el crecimiento de la empresa.

De tal motivo que esta investigación se realizó al restaurante “Plaza Restaurant”, por ser uno de los más conocido por sus años fundados, siempre enfocados en brindar una buena calidad de servicios hacia sus clientes y también brindarles diversos platos gastronómicos. Obteniendo como referencia los problemas expuestos, se ha decidido realizar la presente investigación, planteando el siguiente enunciado del problema ¿Cuál es la propuesta de mejora de la calidad de servicios más relevante para la gestión de calidad de la MYPE, Rubro Restaurante, Caso: Plaza Restaurant, Distrito de San Vicente, Año 2021? Por ende, se planteó el objetivo general: Determinar la propuesta de mejora de la calidad de servicio como factor relevante de la gestión de calidad de la MYPE, Rubro Restaurante, Caso: Plaza Restaurant, Distrito de San Vicente, año 2021. Considerando Objetivos específicos:

Identificar las características de la calidad de servicios de la MYPE, Rubro Restaurante, Caso: Plaza Restaurant, Distrito de San Vicente, Año 2021.

Describir las características de la gestión de calidad de la MYPE, Rubro Restaurante, Caso: Plaza Restaurant, Distrito de San Vicente, Año 2021.

Elaborar la propuesta de mejora como factor relevante para la gestión de calidad de la MYPE, Rubro Restaurante, Caso: Plaza Restaurant, Distrito de San Vicente, año 2021

El punto de vista práctico, la investigación se enfocó en dar a conocer específicamente las

características de las dos variables fundamentales, como calidad de servicio y la gestión de calidad; con la finalidad de establecer la propuesta de mejora en el cual le va servir como referencia al dueño del restaurante “Plaza Restaurant”, y a la vez a otros dueños que maneje los mismos rubros. Con el propósito de mejorar la atención hacia los clientes. Desde el punto de vista metodológico, la investigación redactó método científico lo cual garantiza la confiabilidad de la información, que le permitirá tener como referencia para futuras investigaciones. Así mismo desde el punto de vista teórico permitió conocer teorías existentes y métodos de la variable calidad del servicio con factor relevante para la gestión de calidad, que permitió identificar la problemática y a su vez podrá proponer una solución.

Asimismo, metodológicamente, la investigación fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo y diseño de corte transversal – no experimental. Se tomó como población a la MYPE, Caso: Plaza Restaurant, donde se tomó dos muestras, una probabilística que fue dirigida a 377 clientes, y la muestra no probabilística que fue dirigida a 6 colaboradores, donde se aplicó un cuestionario de 20 preguntas cerradas. En los resultados obtenidos se pudo evidenciar que Respecto a la calidad de servicio: el 59.20% están de acuerdo que las instalaciones están acordes con los servicios recibidos, el 31.30% están de acuerdo con el tiempo de espera y el 56.80% están de acuerdo con que los colaboradores demuestren cortesía y amabilidad con atención. Respecto a la gestión de calidad: el 100% están de acuerdo que el restaurante cuente con mercado objetivo definido considerando al cliente como prioridad, el 100% está de acuerdo que el restaurante tenga un plan estratégico para captar clientes y el 66.70% están de acuerdo que el personal se integre en forma conjunta. Se concluye que la propuesta de mejora estará enfocada en mejorar aspectos importantes de la calidad de servicio, por ello, se propuso estrategia que ayudara a corregir las falencias encontradas.

## II. REVISION DE LITERATURA

### 2.1 Antecedentes

#### a) Antecedentes Internacionales

**López (2018).** En su estudio realizado “Calidad del servicio y la satisfacción de los clientes del restaurante Rachy’s de la ciudad de Guayaquil.” Cuyo objetivo primordial es determinar la relación de la calidad del servicio con la satisfacción de los clientes. Así mismo, la metodología fue mixta. Se aplicó una encuesta a 365 clientes, para medir el nivel de la calidad de servicios y la satisfacción al cliente. Se pudo evidenciar que hay una relación entre la calidad de servicio y la satisfacción al cliente. Concluyendo que la calidad de servicio es muy importante para el crecimiento de la empresa. La empresa se enfoca en cubrir todas las necesidades de los clientes, trayendo consigo buenos resultados en la rentabilidad.

**Sánchez (2017).** En su estudio realizado: “*Evaluación de la Calidad de Servicio al Cliente en el Restaurante Pizza Burger Diner de Gualan Zacapa*”. Cuyo objetivo primordial es evaluar la calidad del servicio al cliente en el restaurante. Así mismo, la metodología es de tipo descriptiva, se aplicó una encuesta para medir la calidad de servicio. Se pudo evidenciar que el restaurante no cumple con las expectativas de los clientes, y también se observó que los colaboradores están capacitados, pero le falta dar una buena atención al cliente. Llegando a la conclusión, que el nivel de calidad de servicios es baja, por ende, los clientes se encuentran insatisfechos como el servicio recibido.

**Escandón (2017).** En su estudio realizado: “*Propuesta para la mejora de los Servicios*”

*en el Bar Restaurante Macho Sports en Plaza del Sol en la Ciudad de Guayaquil*". Cuyo objetivo primordial es proponer un plan de acción estratégico que está dirigido a la optimización del perfil y la demanda de los servicios. Así mismo, metodológicamente fue de enfoque mixto, con el método deductivo – inductivo. Se pudo evidenciar que la calidad de servicios revela que en la empresa los empleados ofrecen los servicios, pero no de manera correcta, no prestan atención a las necesidades del cliente. Llego a la conclusión que no brindan una atención personalizada ya que la gran mayoría de clientes indico que no reciben un trato amable, también es demasiado el tiempo que esperan para ser atendidos provocando malestar y pérdida de tiempo en los clientes, además que los ambientes en donde esperan no tienen la capacidad adecuada

**Parreño (2019)** En su estudio realizado: *“Diseño de un sistema de gestión de calidad bajo los lineamientos de la norma ISO 9001:2015 para el restaurante La Jama, ubicado en el Cantón Duran de la Provincia del Guayas”*. Cuyo objetivo principal es evaluar los procesos de recursos internos como el operativo de la empresa, con un enfoque diseñado por un sistema de gestión de calidad mediante la normativa ISO 9001:2015. Así mismo, metodológicamente fue con un enfoque cuantitativo, nivel descriptivo, con diseño de corte transversal. Se aplico a una población de 700 clientes, mediante una encuesta que consta de 18 preguntas cerradas. Se evidencio que la insatisfacción de los comensales y a su vez se identificó falencia en el sistema de gestión de calidad. Concluyendo en implementar un plan de mejora de acuerdo a la NORMA ISO 9001:2015.

**Escobar y Goyes (2019)** En su estudio realizado: *“Estudio de modelos de Gestión de calidad en restaurantes del Cantón Playas, Provincial del Guayas”*. Cuyo objetivo

primordial es analizar los procesos de gestión de calidad. Así mismo, metodológicamente fue analítica e inductiva, con un enfoque cuantitativo, diseño descriptivo de corte transversal. Con una población de 900 clientes. En los resultados se pudo corroborar que la empresa hay falencia con respecto al sistema de la gestión de calidad y en la atención al cliente. Llegó a la conclusión que implementará un modelo de gestión donde permitirá brindar un correcto servicio al cliente y gestión de calidad de los alimentos que se brindan en el mismo.

#### **b) Antecedentes Nacionales**

**Espinoza (2018).** En su estudio realizado *“Calidad de servicio y su incidencia en la satisfacción del cliente en el Restaurante Turístico Don Kike en la Ciudad Huaraz, Ancash – Perú”*. Cuyo objetivo principal es determinar cómo incide la calidad de servicio en la satisfacción del cliente. Así mismo, metodológicamente fue con un enfoque cuantitativo de diseño de investigación no experimental - corte transversal, tipo Explicativo. Aplicándose a una muestra de 20 comensales, mediante un cuestionario de 40 preguntas cerradas. Se pudo evidenciar que, si cumple con las necesidades de los clientes en un nivel media, encontrándose falencia en el buen trato. Concluyendo que, de acuerdo a los resultados obtenidos, se obtuvo un nivel del 0.05, indicando que su nivel de calidad de servicio es medio.

**Dávila y Flores (2017).** En su estudio realizado *“Evaluación de la Calidad del Servicio en el Restaurante Turístico El Cántaro E.I.R.L. de Lambayeque”*. Cuyo objetivo primordial es evaluar la Calidad de Servicio del Restaurante Turístico El Cántaro – Lambayeque. Así mismo; metodológicamente fue de enfoque mixto, aplicándose una encuesta con preguntas cerradas. Se evidencio que el personal no cuenta con



capacitaciones, no cuenta con sistema electrónico para la emisión de boletas y/o factura, no cuenta con instalaciones modernas. Llego a la conclusión, en que la empresa debe brindar capacitaciones a sus trabajadores, implementar un sistema de facturación y modernizar sus ambientes.

**Parihuaman (2019)** En su estudio realizado: “*Gestión de calidad y competitividad de las MYPE’s del sector servicios-rubro restaurantes del Distrito de Huacho, 2018.*” Cuyo objetivo primordial es determinar las principales características de la gestión de calidad y competitividad. Así mismo, metodológicamente de enfoque cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental – corte transversal. Aplicado a una población conformada por 117 MYPE’s. Se evidencio que la empresa desarrolla estrategias enfocados en prevenir las amenazas de nuevos competidores. Se concluye que los factores primordiales son la gestión de calidad y competitividad, enfocados en direccionar el crecimiento de la empresa.

**Sandoval (2018)** En su estudio realizado: “*El sistema de Gestión de Calidad y la Atención al cliente en el Restaurante el Gourmet Urbano en el Distrito de San Isidro, 2015.*” Cuyo objetivo general fue: Determinar de que manera el sistema de Gestión de Calidad se relaciona con la atención al cliente en el restaurante El Gourmet Urbano en el distrito de San Isidro en el 2015. Así mismo, la metodología de esta investigación fue de tipo descriptivo, correlacional con un nivel no experimental, de diseño transeccional. Utilizo una población de 116 trabajadores y comensales, en la cual se le aplico una encuesta. Se pudo evidenciar que tiene una planificación inadecuada, también no cuenta con control de calidad. Se concluye que hay insatisfacción en los clientes por brindar una mala atención y además que no hay una relación significativa entre la gestión de calidad

y la atención al cliente.

**Marín, Sanabria y Sánchez (2019)** En su trabajo de investigación titulada: “*Propuesta para la implementación del sistema de gestión de calidad en el restaurante La Cafetería En Connecta (Gate Gourmet)*”. Cuyo objetivo general fue: Generar una propuesta de implementación de un SGC mediante la aplicación de métodos y herramientas. Así mismo, metodológicamente de enfoque cuantitativo, diseño documental, nivel descriptivo. Se pudo evidenciar, que el restaurante mide su nivel mediante un análisis DOFA. Se concluye que mediante el análisis DOFA se logra identificar el estado actual de la organización y generar un plan de acción en el restaurante.

### c) **Antecedentes Regionales**

**Huacho (2018)** En su estudio realizado: “*Calidad de Servicio y Competitividad en la empresa de Transporte Grupo Transani E.I.R.L Mala, Cañete, 2018*”. Cuyo objetivo general fue: determinar la relación entre la calidad de servicio y la competitividad. Así mismo, metodológicamente fue de enfoque descriptivo – correlacional. Aplico a una población de 384 clientes, tomando como muestra a 108 clientes a lo cual se le aplico una encuesta con preguntas cerradas. Se pudo evidenciar, mediante el análisis Pearson 0.844 que la calidad de servicios se relaciona significativamente con la variable de competitividad. Se concluye que hay una relación entre la calidad de servicio y la competitividad, pero aun así deberá mejorar, ciertos aspectos como fiabilidad, capacidad de respuestas y los elementos tangibles.

**Meneses (2021)** En su estudio realizado: “*Atención al Cliente y Gestión de Calidad*”

*en las MYPES del Sector Servicio. Caso: Laza Restaurante – Cañete, 2019.*”. Cuyo objetivo general fue: determinar la relación entre la Atención al Cliente y Gestión de Calidad. Así mismo, tuvo una metodología de enfoque cuantitativo, nivel correlacional, diseño no experimental de corte transversal. Se aplicó una muestra probabilística teniendo como resultados a 213 clientes de los cuales se le aplicó una encuesta con preguntas cerradas. Se pudo evidenciar, que cuenta con un buen elemento tangibles, capacidad de respuesta y empatía. Se concluye que hay una relación entre la Atención al cliente y la gestión de calidad.

**Herrera (2020)** En su estudio realizado: “*Calidad de servicio en la satisfacción del usuario que tributa en la Municipalidad Provincial de Cañete, 2020.*” Cuyo objetivo general fue: determinar la incidencia de la calidad de servicio en la satisfacción del usuario que tributa en la municipalidad provincial de cañete. Así mismo, tuvo una metodología de enfoque deductivo, tipo básica, nivel correlacional – diseño no experimental de corte transversal. Se pudo evidenciar, que no hay una relación significativamente entre la calidad de servicio y la satisfacción al usuario. Se concluye que la calidad de servicio no incide en la satisfacción al cliente.

**Vergara (2018)** En su estudio realizado: “*El Desempeño Laboral y La Calidad Del Servicio De Los Colaboradores A Los Clientes De Comida Rápida Otorongo's Ourmet - Burger Restaurant, Distrito De Comas, Lima - Perú, 2017*”, Cuyo objetivo general fue: determinar la manera en que el desempeño laboral se relaciona con la calidad de servicio. Asimismo, metodológica de. En los resultados obtenidos se pudo evidenciar que existe falta de conocimiento y experiencia en el puesto, las habilidades de destreza no son buenas. Concluyendo que los colaboradores deben estar motivado para que brinde un

buen servicio calidad.

**Fernández y León (2018)** En su estudio realizado: “Calidad de servicio del restaurante La Boni y su influencia con la Lealtad de sus Clientes”. Cuyo objetivo general fue: determinar la influencia que tiene la calidad de servicio en la lealtad de los clientes del restaurante. Asimismo, metodológicamente, tuvo un enfoque cuantitativo, diseño no experimental. Se aplicó un cuestionario a 138 clientes. En los resultados obtenidos se evidenció que hay una relación significativa entre ambas variables. Se concluye que si existe una relación significativa en calidad de servicio y influencia con la lealtad de sus clientes.

## **2.2. Bases teóricas de la investigación**

### **2.2.1. Calidad de Servicio**

Mientras Hoffman y Bateson (2012) manifiestan que “la calidad en el servicio es la evaluación que realiza el cliente a través de su percepción, durante el momento que fue atendido y el desempeño de la empresa, considerando muchos aspectos a evaluar en base a la calidad de servicio que le fue brindado en ese momento.” (p.319)

### **2.2.2. Objetivos de la Calidad de Servicio**

Según Gosso (2008) nos indica que “el objetivo principal de la calidad de servicio es contribuir a la satisfacción del cliente, mientras más calidad se percibida, más satisfecho quedarán los clientes y así se logrará su hipersatisfacción” (p.43).

### **2.2.3. Características de la calidad de servicio**

Según Pérez (2006) los servicios se caracterizan por:

- Ser intangible.

- Ser heterogéneo
- No existe separación entre la producción y el consumo.
- Vencimiento. (p.35).

#### **2.2.4. Beneficio de la Calidad del Servicio**

Para Dessler (2001) nos dice que las empresas que tienen una significativa participación en el mercado, tienen una mejor percepción de la calidad en relación a sus competidores del entorno, así mismo adquieren mayores ganancias y clientes para la empresa. Considerando los siguientes aspectos:

- **Conservación de los clientes:** Se trata de fidelizar los clientes, brindándole un buen servicio de calidad. (p.58).
- **Conservar los colaboradores más eficientes:** Enfocados a motivar al personal y conservar a los trabajadores más eficiente. (p.58).
- **Reducción de costos:** Comprende los costos internos y externos. (p.58).
- **Desarrollo de un programa para aumentar la calidad de servicio:** se enfoca en desarrollar programa de calidad de servicio que es necesario para que los colaboradores trabajen conjuntamente. (p.58).

#### **2.2.5. Dimensiones de la Calidad del Servicio**

Según Matsumoto (2014) señala que estas dimensiones dadas por Parasuraman, Zeithaml & Berry “fueron agrupadas mediante el modelo Servqual y se publicaron por primera vez en el año 1988, desde entonces ha experimentado numerosas mejoras y revisiones. Este modelo permite analizar aspectos cuantitativos y cualitativos de los clientes” (p. 185).

**a) Elementos tangibles:** Se basa a la “apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales. Como se mencionó anteriormente, la propia naturaleza intangible del servicio hace que se tienda a tangibilizarlo”. (Zeithaml y Bitner, 2002, p. 103).

**b) Fiabilidad:** Se basa en las “habilidad que posee la empresa para suministrar el servicio prometido de forma fiable, segura y cuidadosa. Dar fiabilidad al cliente es también cumplir lo que se promete en folletos, hojas de horarios, etc.” (Zeithaml y Bitner, 2002, p. 103).

**c) Capacidad de respuesta:** Se basa en la “disposición de ayudar a los clientes y proveerlos de un servicio rápido. Es decir, la organización debe ser capaz de responder eficazmente a situaciones inesperadas.” (Zeithaml y Bitner, 2002, p. 103).

**d) Seguridad:** Se basa al “sentimiento que tiene los clientes cuando saben que están en buenas manos. Son, sobre todo, la imagen y el nombre de la empresa lo que crea estas sensaciones en los clientes.” (Zeithaml y Bitner, 2002, p. 103).

**e) Empatía:** Se basa a “la capacidad que tiene una persona para ponerse en el lugar de otra, es decir, empatía es ponerse en los zapatos del cliente. Es un compromiso, un deseo de comprender sus necesidades y entender que el cliente es lo más importante.” (Zeithaml y Bitner, 2002, p. 103).

#### **2.2.6. Gestión de la Calidad**

Según Juran (1992). “La gestión de calidad sería la dirección que planifica el futuro, implantando programas que controlen los resultados de la calidad.” (p.5)

### 2.2.7. Características de la gestión de Calidad

Para Nava (2005) menciona que las características de la gestión de calidad, se basa de acuerdo a la trilogía de Juran, que está enfocado en tres puntos fundamentales:

- **Planeación de la calidad:** Esta enfocado en identificar las necesidades de los clientes y buscar la mejor estrategia que le ayude a satisfacer las necesidades. (p.30)
- **Control de la calidad:** Se enfoca en reducir los costos de la operación, y así mismo evaluara el comportamiento real de producto. (p.30)
- **Mejoramiento de la calidad:** Se enfoca en dar soluciones a los errores que se puede presentar, como también de optimizar los procedimientos. (p. 30)

### 2.2.8. Elemento de la Gestión de calidad

Según Gonzales (2015) considera que los elementos de la gestión de calidad, son cinco:

**La estructura Organizacional:** Es la jerarquía de funciones y responsabilidades que pauta una organización para lograr sus objetivos. En donde muestra la manera en que la empresa ha organizado al personal, de acuerdo a sus funciones y tareas, definiendo el papel que desarrollan en la misma . (Gonzales, 2015, p.85)

**Planificación:** Constituye al conjunto de actividades que permiten trazar un mapa para llegar al logro de los objetivos planteados. Debe responder las siguientes preguntas en una ¿A dónde se quiere llegar? ¿Qué hacer para lograrlo? ¿Cómo se va a hacer? ¿Qué se necesita para lograrlo? (Gonzales, 2015, p.85)

**Recursos:** Es alcanzar los objetivos de la organización; equipo, infraestructura,

personas, dinero para invertir, materia, etc. (Gonzales, 2015, p.85)

**Procesos:** Son el conjunto de actividades que transforman materiales en productos o servicios. Es por ello que se debe identificar cada proceso dentro de la organización, estos procesos requieren a su vez de recursos, procedimientos, planificación. (Gonzales, 2015, p.85)

**Procedimientos:** Son la forma de llevar a cabo un proceso. Es el conjunto de pasos detallados a seguir para poder transformar la materia en producto o servicio. Estos pueden documentarse para llevar el control de su cumplimiento. (Gonzales, 2015, p.85)

### **2.2.9. Principio de la Gestión de Calidad**

La normativa del ISO 9001 indica que las organizaciones deben considerarse no como un sistema de implementación, sino como un sistema de referencia en la cual brindara resultados de acuerdo a los principios.

Para Sirvent, Gisbert. y Pérez. (2017) El principio de la gestión de calidad esta conformado por ocho aspectos y son:

**A. Enfoque al cliente:** Se basa a que la organización debe tener como prioridad las necesidades de los clientes, más aún de los clientes actuales con el fin de dar un buen servicio y ofrecerles productos de calidad. (p.13).

**B. Liderazgo:** Esta enfocado en involucrar a todo el equipo que se encuentra dentro de la organización, para que tenga conocimientos de todo el proceso de la elaboración y para que tenga conocimiento de los objetivos de la organización con el fin de lograr el éxito. (p.13).

**C. Participación del personal:** Esta enfocado en que el capital humano es primordial para la organización, por ende, se le debe brindar más atención, capacitación y hacerle



sentir que su centro de trabajo es como su segundo hogar. (p.13).

**D. Enfoque basado en procesos:** Se enfoca en los resultados obtenidos dentro de la organización. (p.13).

**E. Enfoque de sistema para la gestión:** Se basa en tener un sistema que contribuya la eficacia y eficiencia de la organización. (p.13).

**F. Mejora continua:** Se basa en mejorar constantemente el proceso de elaboración, de acuerdo a la situación que se va presentando en el transcurso de la elaboración. (p.13).

**G. Enfoque basado en hechos para la toma de decisión:** Se basa en corregir cada proceso, en lo cual permitirá para poder tomar mejores decisiones. ( p.13).

**H. Relaciones mutuamente con el proveedor:** Se basa en tener una comunicación muy asertiva con los proveedores. (p.13).

### 2.2.10. Importancia de la gestión de calidad

Según Hoyle (2000) considera que la importancia de la gestión de calidad se basa de acuerdo a la normativa ISO 9001 y son:

**La gestión de calidad nos ayuda a reducir la improvisación:** Des una herramienta que nos permite llevar todos los procesos de la empresa. De tal manera que podamos dar solución a la brevedad posible en funcionamiento normales, óptimas o adversas. (p.7)

**La gestión de calidad brinda una oportunidad clave:** Nos ayuda a planificar y también a establecer los mecanismos para el seguimiento, control y mejora de la calidad de cada proceso. (p.7)

**A través de la aplicación eficaz del sistema:** Nos permite alcanzar una

estabilidad en el desempeño de los procesos, lograr productos con ceros defectos desde el inicio, reduciendo los costos, obteniendo una alta productividad y un importante ahorro de costos para la empresa. (p.7)

#### **2.2.11. Gestión de calidad Total (GCT)**

Según Cuatrecasas (2011) menciona que “la gestión de calidad total es como una nueva revolución buscando las ventajas competitivas y la satisfacción de los clientes. Abarcando no solo productos, sino los procesos, la producción, los métodos de elaboración, la organización y primordialmente los recursos humanos.”. (p.60)

#### **2.2.12. Teoría de la MYPE**

En el Perú las MYPES afrontan dificultades para convertirse en mecanismos de productividad. Ha tenido que confrontar esta prohibición para el desarrollo de varios mecanismos como datos sobre compradores, los competidores y/o comercialización de servicios por medio de subcontratación. Los esfuerzos que se observan se centran en al ingresar al mercado, como: financiamiento; tecnológica; innovación y transferencia; capacitación y asesoría.

#### **2.2.13. Prioridades de las MYPES**

- Mejorar la calidad de sus productos con 0 defecto, siendo una de la ventaja competitiva
- Cumplir pedidos de gran magnitud que individualmente no lo pueden hacer.
- Necesidad de financiamiento para su crecimiento como sector fuerte de la economía del país.
- Posicionamiento en el mercado externo.

- Ser más competitivo y productivo dentro de sus procesos.
- Información y tecnología.

### **2.3. Marco Conceptual**

#### **Atención a los Clientes**

Para Arenal (2017) lo define “como un servicio brindado por una empresa con el fin de satisfacer sus necesidades de los clientes. Es considerado como una herramienta eficaz donde evalúa las necesidades de los clientes, brindando asesoramiento para asegurar el uso correcto de un servicio o producto.” (p. 7)

#### **Calidad del servicio**

Según Prieto (2014) menciona que la calidad de servicio “es el beneficio que posee una empresa para que el cliente se sienta satisfecho; ya que los productos o servicios que brinda la empresa va dirigido a sus necesidades de ellos” (p.129).

#### **Cliente.**

Para Kotler y Keller (2012) considera “que el cliente es el único capaz de generar valor en una empresa, el éxito de una empresa depende en captar, mantener y aumentar su número de clientes, los clientes son la razón para la constitución de la empresa, contratación de empleados y la realización de diversas actividades empresariales.” (p. 123).

#### **Gestión de Calidad**

Para Chicana (2017) considera que “la gestión de calidad es una de las herramientas que permiten a las empresas a planear, ejecutar y controlar las actividades de la empresa con el objetivo de contribuir al cumplimiento integral de las metas de las organizaciones”.(p.36).

**Satisfacción.**

Según Kotler y Keller. (2006). “La satisfacción es el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas” (p.21)

**Servicio**

Para Fontalvo y Vergara (2010) lo “califica como una interacción del cliente con la empresa, a través del servicio que brinda, obteniendo transacciones la empresa por el servicio brindado, mientras el cliente adquiere conocimientos o información del servicio que se le ha entregado.” (p.23)

**Restaurantes**

Según Durón (2006) “un restaurante es considerado como un establecimiento público donde a cambio de un precio se sirven comidas y bebidas para consumir” (p.32).

### **III. HIPÓTESIS**

Según Collado y Baptista (2003) indican que “no todas las investigaciones plantean hipótesis más aún que mi investigación es de tipo Descriptivo, por lo tanto, no las requieren, es suficiente solo plantear algunas preguntas de investigación ya que depende de los factores esenciales el enfoque del estudio y el alcance inicial del mismo”. (p.3)

## IV. METODOLOGÍA

La investigación fue de tipo cuantitativo y nivel descriptivo.

### **Tipo Cuantitativo:**

Según Taylor y Bogdan (citados por Blasco y Pérez, 2007) “La metodología cualitativa como un modo de encarar el mundo empírico, señalan que en su más amplio sentido es la investigación que produce datos descriptivos: las palabras de las personas, habladas o escritas y la conducta observable”. (p.25)

### **Nivel Descriptivo:**

Para Hernández, Fernández y Baptista (2014) “Busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis”. (p.83).

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

La investigación fue no experimental – corte transversal.

**No experimental:** Porque no se manipulo ninguna de las variables, se describirá de acuerdo a lo encontrado.

Para Bernal (2010) “Se realizará sin operar premeditadamente las variables, es decir, se observará el fenómeno tal como se encuentra dentro de su contexto”. (p.42).

**Es Transversal:** Se realizó en un determinado tiempo.

Para Hernández, Fernández y Baptista (2014) “Indica que el estudio se realizará en

un determinado espacio de tiempo”. (p.82).

## **4.2. Universo y muestra**

### **4.2.1. Universo**

En base al estudio cuantitativo, para medir la variable de gestión de calidad se tomó como población a la MYPE, del rubro restaurante, caso: “Plaza Restaurant”, en el año 2021, y para medir la variable de la calidad de servicio se tomará como población a 18150 clientes que frecuenta al restaurante.

Para Hernández, Fernández y Baptista (2014) “un conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones” (p. 174.)

### **4.2.2. Muestra**

En base al estudio cuantitativo, la muestra estuvo compuesta por dos tipos de muestreo, para medir la gestión de calidad se trabajará con el muestreo no probabilístico y para medir la calidad de servicio se trabajará con el muestreo probabilístico

Para Palomino, J. (2015) Indica que la muestra “es un sub conjunto representativo de una población” (p 140).

#### **Muestreo no probabilístico:**

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014) “El muestreo no probabilístico es la elección de los elementos no depende de la probabilidad, sino de causas relacionadas con las características de la investigación o los propósitos del investigador.” (p.176).

Estará compuesta por el estudio de caso de 1 MYPE, y se aplicó a 6 colaboradores, de la MYPE del rubro restaurante, Caso: “Plaza Restaurant”, en el año 2021.

**Muestreo probabilístico:**

Según López (2010) “Cada elemento del universo tiene una probabilidad conocida y no nula de figurar en la muestra, es decir, todos los elementos del universo pueden formar parte de la muestra. Los métodos de muestreo probabilístico son aquellos que se basan en el principio de equiprobabilidad.” (p.23)

Estará compuesta por 18150 clientes, a lo cual se aplicó la formula estadística arrojando como resultado de 377 clientes a los que se le tiene que aplicar la encuesta.,.

$$N = \frac{Z^2 * P * Q * N}{E^2 (N-1) + Z^2 * P * Q}$$

$$N = \frac{(1.96)^2 * (0.5) * (0.5) * 18150}{(0.05)^2 (18150-1) + (1.96)^2 (0.5) * (0.5)}$$

$$N = 377 \text{ clientes}$$

**Criterios de Inclusión:** Personal administrativos/directivos

Para la variable de gestión de calidad se tomará en consideración solo a los colaboradores del restaurante “Plaza Restaurant”.

**Criterios de exclusión:** Clientes

Para la variable de calidad de servicio se tomará en cuenta a los clientes que frecuenta el local.



### 4.3. Definición y operacionalización de variables

**Tabla 1: Matriz De Operacionalización**

VARIABLE	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	DEFINICION	INDICADORES	ESCALA
CALIDAD DE SERVICIO	Mientras Hoffman y Bateson (2012) manifiestan “que la calidad en el servicio es la evaluación que realiza el cliente a través de su percepción, durante el momento que fue atendido y el desempeño de la empresa, considerando muchos aspectos a evaluar en base a la calidad de servicio que le fue brindado en ese momento.” (p.319)	Se pretende determinar las características de la calidad de servicio, mediante la aplicación de tres aspectos fundamentales, empatía, capacidad de respuestas y elementos tangibles.	ELEMENTOS TANGIBLES	Se basa a la “aparición de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales. Como se mencionó anteriormente, la propia naturaleza intangible del servicio hace que se tienda a tangibilizarlo”. (Zeithaml y Bitner, 2002, p. 103).	Características de las instalaciones	ESCALA LIKERT
					Características de los equipos	
					Aspectos de los colaboradores	
			CAPACIDAD DE RESPUESTA	Se basa en la “disposición de ayudar a los clientes y proveerlos de un servicio rápido. Es decir, la organización debe ser capaz de responder eficazmente a situaciones inesperadas.” (Zeithaml y Bitner, 2002, p. 103).	Nivel de tiempo de esperas	
					Rapidez del servicio	
					Disposición de respuesta	
			EMPATIA	Se basa a “la capacidad que tiene una persona para ponerse en el lugar de otra, es decir, empatía es ponerse en los zapatos del cliente. Es un compromiso, un deseo de comprender sus necesidades y entender que el cliente es lo más importante.” (Zeithaml y Bitner, 2002, p. 103).	Disposición de ayuda	
					Nivel de conocimiento del personal	
					Cortesía del personal	
GESTION DE CALIDAD	Según Pérez y Gardey (2014) Considera que “la gestión de calidad es un mecanismo operativo de una organización, con la finalidad de optimizar sus procesos. El objetivo es capacitar al personal, la maquinaria y el trabajo de tal manera que la organización logre sus objetivos.”(p.56)	Se pretende determinar las características de la gestión de la calidad a través de la Trilogía de Juran, en la cual comprende al planeamiento de calidad, control de calidad y mejora de calidad.	PLANEAMIENTO DE CALIDAD	Nava (2005). “En este proceso se identificará los clientes para poder definir sus necesidades para cubrir las características del producto y comunicar las estrategias al área de producción”. (p.30).	Clientes	ESCALA LIKERT
					Objetivos	
					Necesidades del cliente	
			CONTROL DE CALIDAD	Nava (2005). “Se evalúa el comportamiento real del producto y que reduzcan las operaciones en el costo.” (p.30).	Estrategia	
					Desempeño del personal	
					Capacitación	
			MEJORA DE CALIDAD	Nava (2005) “En este proceso se optimizará y destacará los errores en los procesos, lo cual busca a dar soluciones a ello.” (p.30).	Equipo de trabajo	
					Infraestructura	
					Tecnología	

**Fuente:** Elaboración propia

#### **4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

En esta etapa se realizó trabajo de campo y la información obtenida permitió responder a nuestras preguntas de investigación y lograr nuestros objetivos planteados.

##### **7.2.1. Técnicas**

En esta investigación se utilizó la técnica de encuesta.

Según Hernández (2014). La encuesta “es un instrumento de la investigación de mercados que consiste en obtener información de las personas encuestadas mediante el uso de cuestionarios diseñados en forma previa para la obtención de información específica”. (p.87)

##### **7.2.2. Instrumentos**

En esta investigación se utilizó como instrumento el cuestionario, compuesta de 24 preguntas con la finalidad de recopilar información del cliente.

Según Bernal (2010) sostiene que: “el cuestionario es un conjunto de preguntas diseñadas para generar los datos necesarios con el propósito de alcanzar los objetivos del proyecto de investigación” (p. 250).

#### **4.5. Plan de análisis**

En esta investigación se realizó un estudio enfocado en la calidad de servicio como factores relevantes para la gestión de calidad en la MYPE “Plaza Restaurant”, en el cual se aplicó una encuesta para la recopilación de información, luego se procedió a tabular los resultados con el programa SPS 25, para luego analizar e interpretar y llegar a una conclusión. Asimismo, elaborar un plan de mejora.

#### 4.6. Matriz de consistencia

### PROPUESTA DE MEJORA DE CALIDAD DEL SERVICIO COMO FACTOR RELEVANTE DE LA GESTIÓN DE CALIDAD DE LA MYPE, RUBRO RESTAURANTE, CASO: “PLAZA RESTAURANT”, DISTRITO DE SAN VICENTE, AÑO 2021.

Tabla 2: Matriz de consistencia

ENUNCIADO DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLES	HIPÓTESIS	METODOLOGIA	UNIVERSO Y MUESTRA	TECNICAS E INSTRUMENTOS
¿Cuál es son las características de la calidad de servicios más relevante para la gestión de calidad de la MYPE, Rubro Restaurante, Caso: Plaza Restaurant, Distrito de San Vicente, año 2021?	Objetivos General	Calidad de Servicio	Según Collado y Baptista (2003) indican que “no todas las investigaciones plantean hipótesis más aún que mi investigación es de tipo Descriptivo, por lo tanto, no las requieren, es suficiente solo plantear algunas preguntas de investigación ya que depende de los factores esenciales el enfoque del estudio y el alcance inicial del mismo”. (p.3)	<b>Diseño de la investigación</b> Corte Transversal No experimental <b>Nivel de investigación</b> Descriptivo <b>Tipo de la investigación</b> Cuantitativo	<b>Población</b> <b>Gestión de Calidad</b> Colaboradores de la MYPE, del rubro restaurante, caso: Plaza Restaurant. <b>Calidad de Servicio:</b> 18150 clientes <b>Muestra</b> En base al estudio cuantitativo, se tendrá dos muestreos: Para medir la gestión de calidad son 6 colaboradores y para medir la calidad de servicio son 377 clientes.	<b>Técnica</b> Encuesta <b>Instrumento</b> Cuestionario
	Determinar la propuesta de mejora de la calidad de servicio como factor relevante de la gestión de calidad de la MYPE, Rubro Restaurante, Caso: Plaza Restaurant, Distrito de San Vicente, año 2021.					
	Objetivo Específicos	Gestión de Calidad				
Identificar las características de la calidad de servicios de la MYPE, Rubro Restaurante, Caso: Plaza Restaurant, Distrito de San Vicente, Año 2021.						
	Describir las características de la gestión de calidad de la MYPE, Rubro Restaurante, Caso: Plaza Restaurant, Distrito de San Vicente, Año 2021.					
	Elaborar la propuesta de mejora de la calidad de servicios como factor relevante para la gestión de calidad de la MYPE, Rubro Restaurante, Caso: Plaza Restaurant, Distrito de San Vicente, año 2021.					

Fuente: Elaboración propia

#### 4.7. Principios éticos

- **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.
- **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.
- **Integridad científica.** - La integridad o rectitud deben regir no sólo la actividad científica de un investigador, sino que debe extenderse a sus actividades de enseñanza y a su ejercicio profesional.
- **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.

## V. RESULTADOS

### 5.1. Resultados

**Variable: Calidad de Servicio**

**Dimensión: Elementos Tangibles**

**Tabla 3**

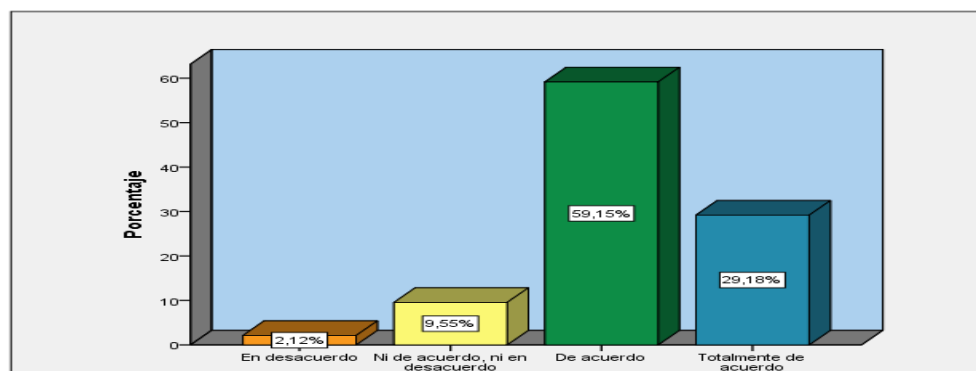
*Características de las instalaciones*

Escala Likert	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	8	2.10%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	36	9.50%
De acuerdo	223	59.20%
Totalmente de acuerdo	110	29.20%
Total	377	100.00%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de la MYPE, Plaza Restaurant, 2021.

**Figura 1:**

*Características de las instalaciones*



Fuente: Tabla 3

### Interpretación:

Según los datos obtenidos en la tabla 3 y figura 1, de un total de 377 clientes, de la MYPE Rubro Restaurante, Caso: “Plaza Restaurant”, Distrito de San Vicente, Año 2021, el 59,2% (223) clientes en de acuerdo, 9,5% (36) clientes ni de acuerdo, ni en desacuerdo y 2,1% (8) clientes en desacuerdo en a la apariencia de las instalaciones está acorde con los servicios recibidos.

**Tabla 4**

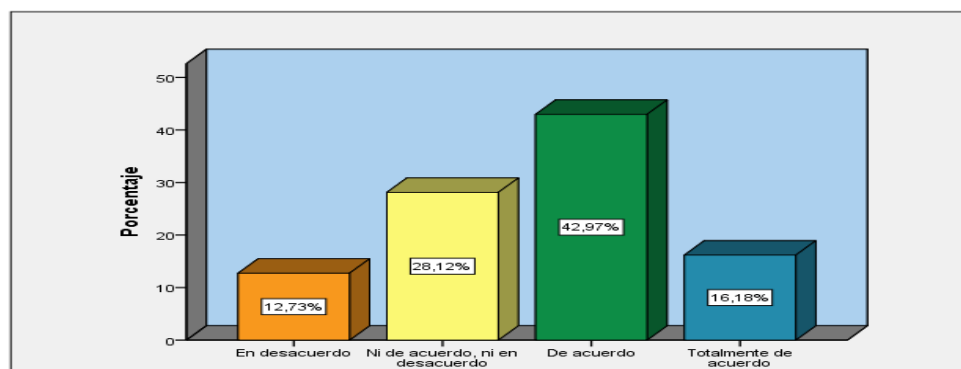
*Características de los equipos*

<b>Escala Likert</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Totalmente desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	48	12.70%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	106	28.10%
De acuerdo	162	43.00%
Totalmente de acuerdo	61	16.20%
<b>Total</b>	<b>377</b>	<b>100.00%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes de la MYPE, Plaza Restaurant, 2021.

**Figura 2**

*Características de los equipos*



Fuente: Tabla 4

**Interpretación:**

Según los datos obtenidos en la tabla 4 y figura 2, de un total de 377 clientes, de la MYPE Rubro Restaurante, Caso : “Plaza Restaurant”, Distrito de San Vicente, Año 2021, el 16,2% (61) clientes manifestó que están totalmente de acuerdo, 43,0% (162) clientes en de acuerdo, 28,1% (106) clientes ni de acuerdo, ni en desacuerdo y 12,7% (48) clientes en desacuerdo en encuentra comodidad en las instalaciones con el mobiliario y los espacios brindados.

**Tabla 5**

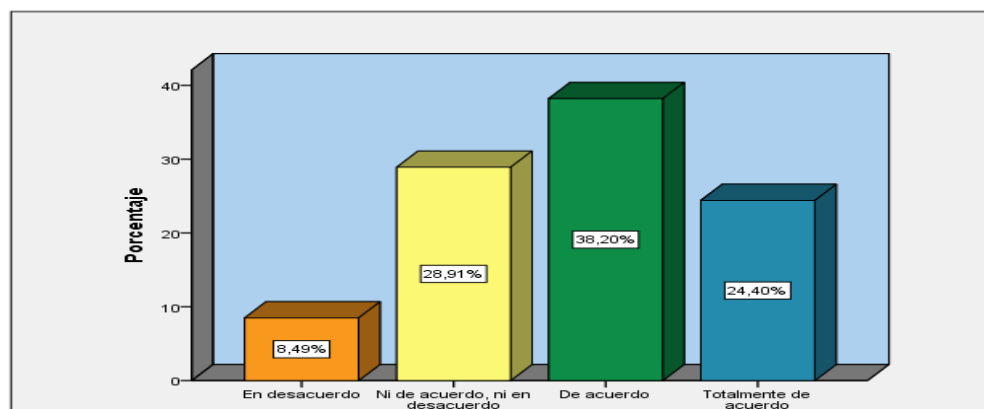
*Utensilios*

Escala Likert	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	32	8.50%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	109	28.90%
De acuerdo	144	38.20%
Totalmente de acuerdo	92	24.40%
Total	377	100.00%

**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes de la MYPE, Plaza Restaurant, 2021.

**Figura 3**

*Utensilios*



Fuente: Tabla 5

**Interpretación:**

Según los datos obtenidos en la tabla 5 y figura 3, de un total de 377 clientes, de la MYPE Rubro Restaurante, Caso : “Plaza Restaurant”, Distrito de San Vicente, Año 2021, el 24,4% (92) clientes manifestó que están totalmente de acuerdo, 38,2% (144) clientes en de acuerdo, 28,9% (109) clientes ni de acuerdo, ni en desacuerdo y 8,5% (32) clientes en desacuerdo en considera usted que los utensilios del restaurante son los adecuados.

**Tabla 6**

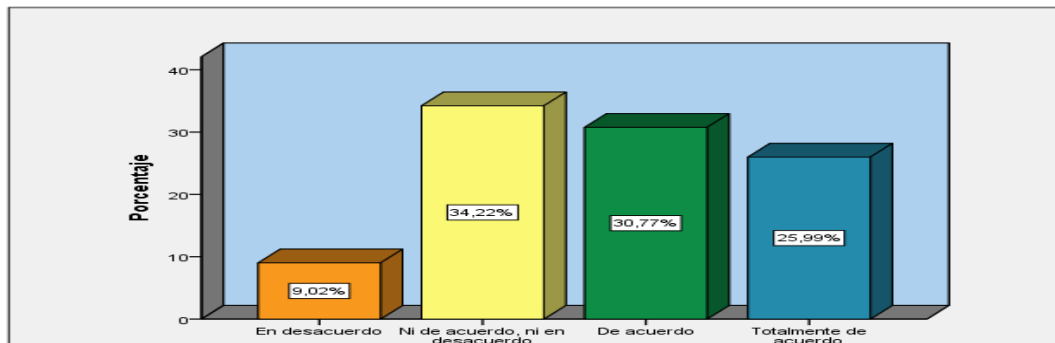
*Aspectos de los colaboradores*

<b>Escala Likert</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Totalmente desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	34	9.00%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	129	34.20%
De acuerdo	116	30.80%
Totalmente de acuerdo	98	26.00%
<b>Total</b>	<b>377</b>	<b>100.00%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes de la MYPE, Plaza Restaurant, 2021.

**Figura 4**

*Aspectos de los colaboradores*



Fuente: Tabla 6

**Interpretación:**

Según los datos obtenidos en la tabla 6 y figura 4, de un total de 377 clientes, de la MYPE Rubro Restaurante, Caso : “Plaza Restaurant”, Distrito de San Vicente, Año 2021, el 26,0% (98) clientes manifestó que están totalmente de acuerdo, 30,8% (116) clientes en de acuerdo, 34,2% (129) clientes ni de acuerdo, ni en desacuerdo y 9,0% (34) clientes en desacuerdo en considera usted que la vestimenta de los colaboradores está de acuerdo a su cargo.



## Dimensión: Capacidad de Respuesta

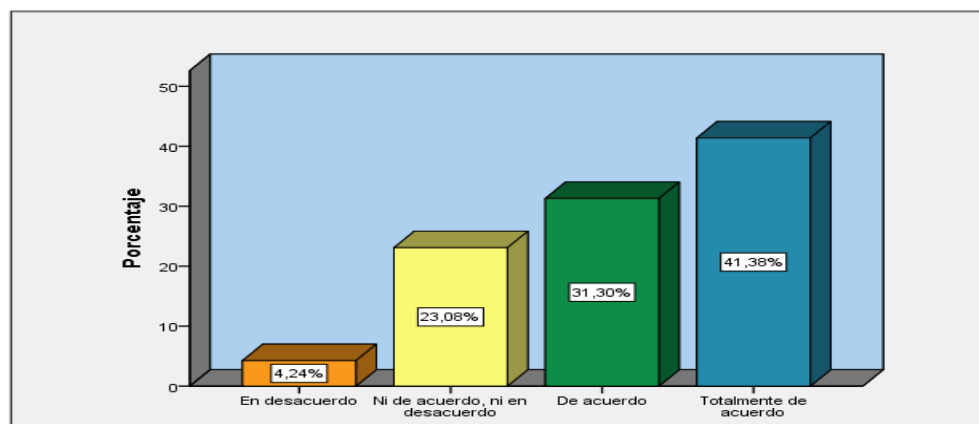
**Tabla 7:** Nivel de tiempo de esperas

Escala Likert	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	16	4.20%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	87	23.10%
De acuerdo	118	31.30%
Totalmente de acuerdo	156	41.40%
Total	377	100.00%

**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes de la MYPE, Plaza Restaurant, 2021.

**Figura 5**

*Nivel de tiempo de esperas*



Fuente: Tabla 7

### Interpretación:

Según los datos obtenidos en la tabla 7 y figura 5, de un total de 377 clientes, de la MYPE Rubro Restaurante, Caso : “Plaza Restaurant”, Distrito de San Vicente, Año 2021, el 41,40% (156) clientes manifestó que están totalmente de acuerdo, 31,30% (118) clientes en acuerdo, 23,10% (87) clientes ni de acuerdo, ni en desacuerdo y 4,20% (16) clientes en desacuerdo que el nivel de tiempo de espera sea el indicado.

**Tabla 8**

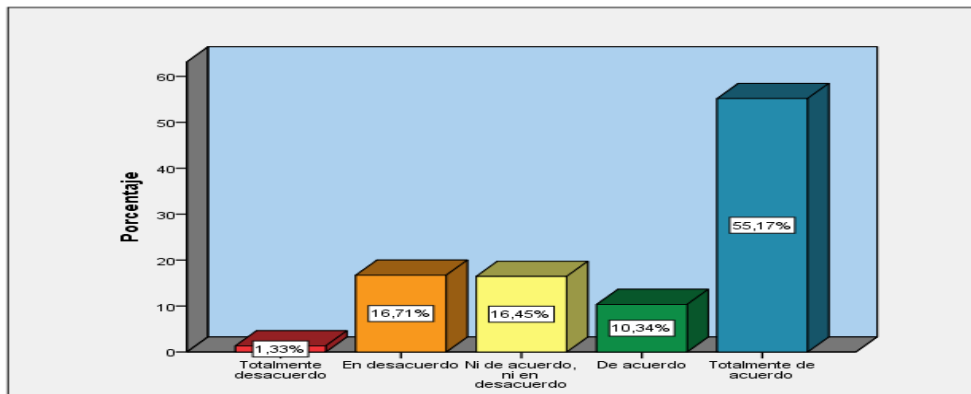
*Rapidez del servicio*

Escala Likert	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente desacuerdo	5	1.30%
En desacuerdo	63	16.70%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	62	16.40%
De acuerdo	39	10.30%
Totalmente de acuerdo	208	55.20%
Total	377	100.00%

**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes de la MYPE, Plaza Restaurant, 2021.

**Figura 6**

*Rapidez del servicio*



Fuente: Tabla 8 **Interpretación:**

De los datos obtenidos en la tabla 8 y figura 6, de un total de 377 clientes, de la MYPE Rubro Restaurante, Caso : “Plaza Restaurant”, Distrito de San Vicente, Año 2021, el 55,2% (208) clientes manifestó que están en totalmente de acuerdo, 10,3% (39) clientes en de acuerdo, 16,4% (62) clientes ni de acuerdo, ni en desacuerdo, 16,7% (63) clientes en desacuerdo y el 1,3% (5) clientes totalmente en desacuerdo en el horario de atención que brinda el restaurante es el más adecuado para todos clientes que concurren a este.

**Tabla 9**

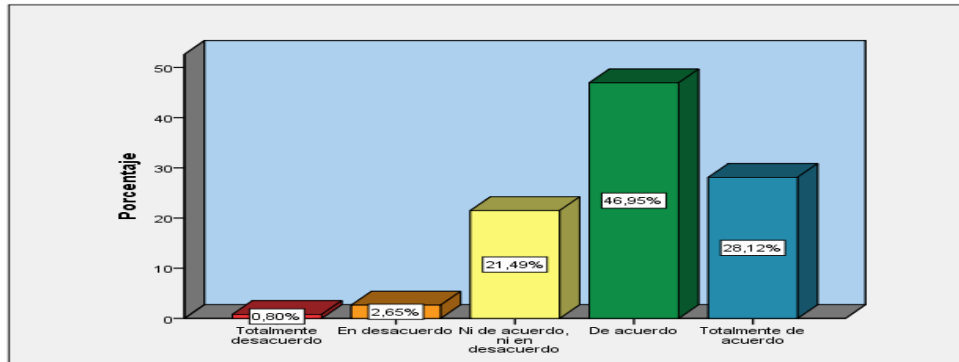
*Disposición de respuesta*

<b>Escala Likert</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Totalmente desacuerdo	3	0.80%
En desacuerdo	10	2.70%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	81	21.50%
De acuerdo	177	46.90%
Totalmente de acuerdo	106	28.10%
<b>Total</b>	<b>377</b>	<b>100.00%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes de la MYPE, Plaza Restaurant, 2021.

**Figura 7**

*Disposición de respuesta*



Fuente: Tabla 9

**Interpretación:**

Según los datos obtenidos en la tabla 9 y figura 7, de un total de 377 clientes, de la MYPE Rubro Restaurante, Caso : “Plaza Restaurant”, Distrito de San Vicente, Año 2021, el 28,1% (106) clientes manifestó que están en totalmente de acuerdo, 46,9% (177) clientes en de acuerdo, 21,5% (81) clientes ni de acuerdo, ni en desacuerdo, 2,7% (10) clientes en desacuerdo y el 0,8% (3) clientes totalmente en desacuerdo en considera que los colaboradores tienen la capacidad de responder a sus necesidades.

**Tabla 10**

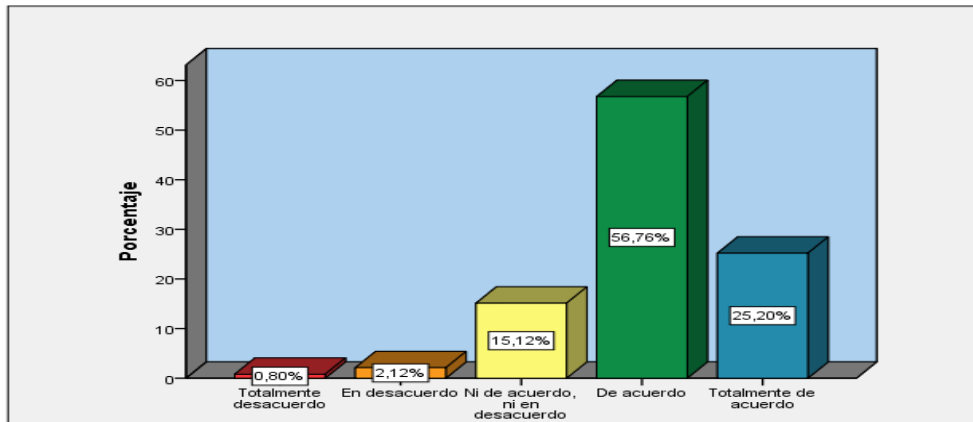
*Disposición de ayuda.*

<b>Escala Likert</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Totalmente desacuerdo	3	0.80%
En desacuerdo	8	2.10%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	57	15.10%
De acuerdo	214	56.80%
Totalmente de acuerdo	95	25.20%
<b>Total</b>	<b>377</b>	<b>100.00%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes de la MYPE, Plaza Restaurant, 2021.

**Figura 8**

*Disposición de ayuda*



Fuente: Tabla 10

**Interpretación:**

Según los datos obtenidos en la tabla 10 y figura 8, de un total de 377 clientes, de la MYPE Rubro Restaurante, Caso : “Plaza Restaurant”, Distrito de San Vicente, Año 2021, el 25,2% (95) clientes manifestó que están en totalmente de acuerdo, 56,8% (214) clientes en de acuerdo, 15,1% (57) clientes ni de acuerdo, ni en desacuerdo, 2,1% (8) clientes en desacuerdo y el 0,8% (3) clientes totalmente en desacuerdo en considera que el colaborador brinda disposición por resolver los problemas que tiene con el servicio.

## Dimensión: Empatía

**Tabla 11**

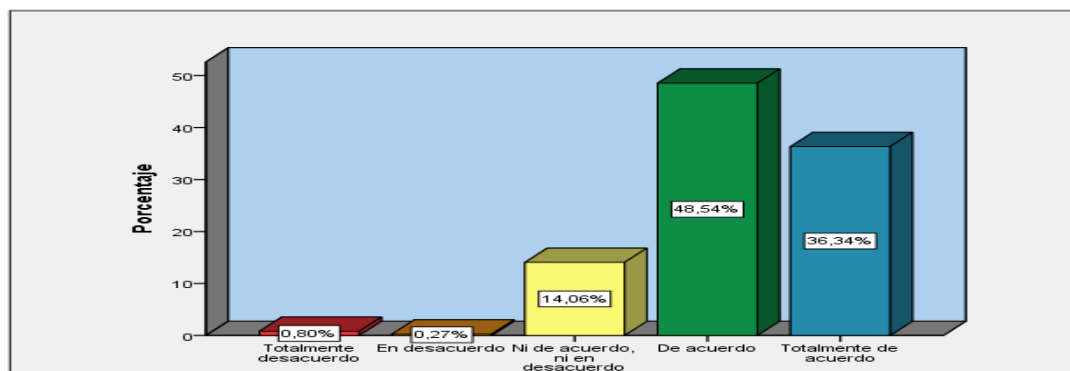
*Nivel de conocimiento del personal*

Escala Likert	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente desacuerdo	3	0.80%
En desacuerdo	1	0.30%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	53	14.10%
De acuerdo	183	48.50%
Totalmente de acuerdo	137	36.30%
Total	377	100.00%

**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes de la MYPE, Plaza Restaurant, 2021.

**Figura 9**

Nivel de conocimiento del personal



Fuente: Tabla 11

### Interpretación:

Según los datos obtenidos en la tabla 11 y figura 9, de un total de 377 clientes, de la MYPE Rubro Restaurante, Caso: “Plaza Restaurant”, Distrito de San Vicente, Año 2021, el 36,3% (137) clientes manifestó que están en totalmente de acuerdo, 48,5% (183) clientes en de acuerdo, 14,1% (53) clientes ni de acuerdo, ni en desacuerdo, 0,3% (1) clientes en desacuerdo y el 0,8% (3) clientes totalmente en desacuerdo en considera que el colaborador brinda disposición por resolver los problemas que tiene con el servicio.

**Tabla 12**

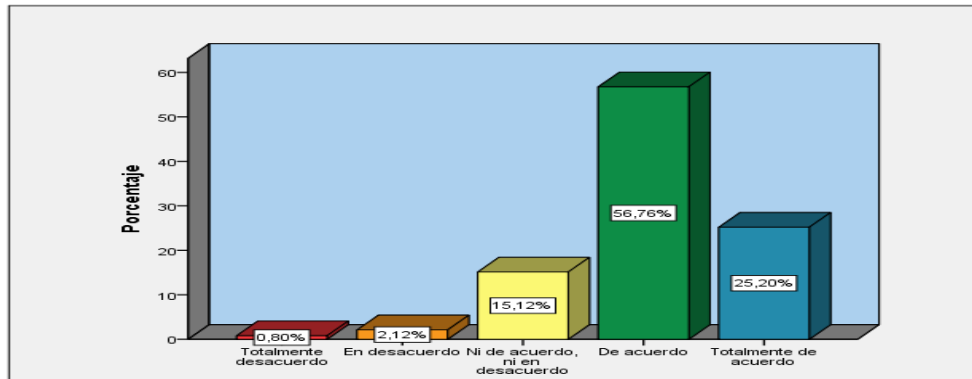
*Cortesía del personal.*

<b>Escala Likert</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Totalmente desacuerdo	3	0.80%
En desacuerdo	8	2.10%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	57	15.10%
De acuerdo	214	56.80%
Totalmente de acuerdo	95	25.20%
<b>Total</b>	<b>377</b>	<b>100.00%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes de la MYPE, Plaza Restaurant, 2021.

**Figura 10**

*Cortesía del personal*



Fuente: Tabla 12

**Interpretación:**

Según los datos obtenidos en la tabla 12 y figura 10, de un total de 377 clientes, de la MYPE Rubro Restaurante, Caso : “Plaza Restaurant”, Distrito de San Vicente, Año 2021, el 25,2% (95) clientes manifestó que están en totalmente de acuerdo, 56,8% (214) clientes en de acuerdo, 15,1% (57) clientes ni de acuerdo, ni en desacuerdo, 2,1% (8) clientes en desacuerdo y el 0,8% (3) clientes totalmente en desacuerdo en los colaboradores demuestran cortesía y amabilidad con la atención.

**Tabla 13**

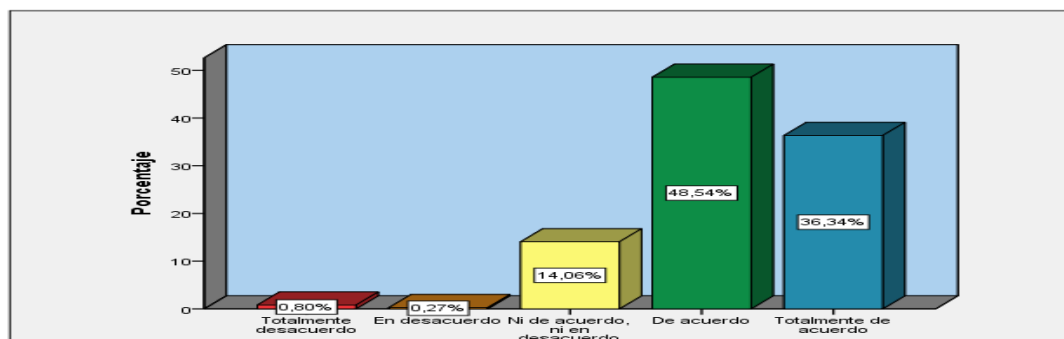
*Orientación al cliente del personal*

<b>Escala Likert</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Totalmente desacuerdo	3	0.80%
En desacuerdo	1	0.30%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	53	14.10%
De acuerdo	183	48.50%
Totalmente de acuerdo	137	36.30%
<b>Total</b>	<b>377</b>	<b>100.00%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes de la MYPE, Plaza Restaurant, 2021.

**Figura 11**

*Orientación al cliente del personal*



Fuente: Tabla 13

**Interpretación:**

Según los datos obtenidos en la tabla 13 y figura 11, de un total de 377 clientes, de la MYPE Rubro Restaurante, Caso : “Plaza Restaurant”, Distrito de San Vicente, Año 2021, el 36,3% (137) clientes manifestó que están en totalmente de acuerdo, 48,5% (183) clientes en de acuerdo, 14,1% (53) clientes ni de acuerdo, ni en desacuerdo, 0,3% (1) clientes en desacuerdo y el 0,8% (3) clientes totalmente en desacuerdo en los colaboradores demuestran sus habilidades con el trato hacia el cliente y el saber escuchar sus necesidades.

**Variable: Gestión de Calidad**

**Dimensión: Planeamiento de Calidad**

**Tabla 14**

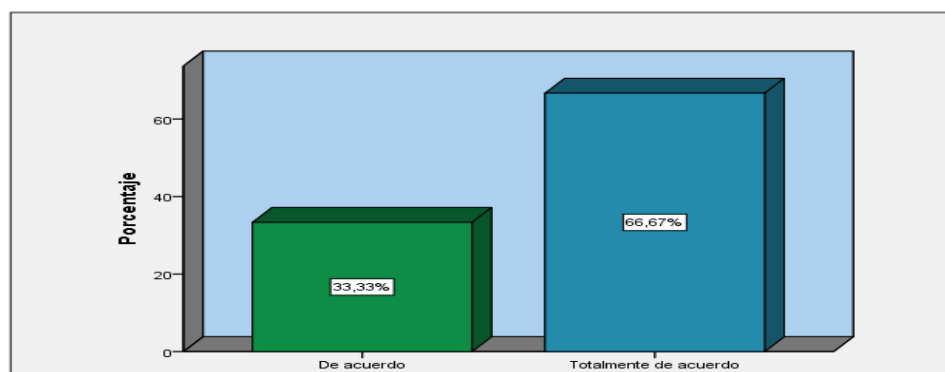
*Identificación de clientes*

<b>Escala Likert</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Totalmente desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0%
De acuerdo	2	33.30%
Totalmente de acuerdo	4	66.70%
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>100.00%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los colaboradores de la MYPE, Plaza Restaurant, 2021.

**Figura 12**

*Identificación de clientes*



Fuente: Tabla 14

**Interpretación:**

Según los datos obtenidos en la tabla 14 y figura 12, de un total de 6 colaboradores, de la MYPE Rubro Restaurante, Caso : “Plaza Restaurant”, Distrito de San Vicente, Año 2021, el 66,7% (4) colaboradores manifestó que están totalmente de acuerdo y el 33,3% (2) colaboradores de acuerdo con el restaurante tiene el mercado objetivo definido considera al cliente como prioridad.



**Tabla 15**

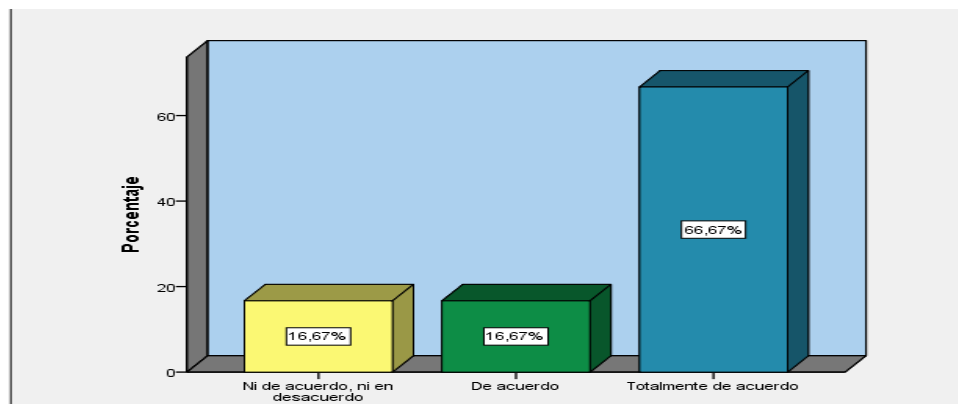
*Objetivo definido*

Escala Likert	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	16.70%
De acuerdo	1	16.70%
Totalmente de acuerdo	4	66.70%
Total	6	100.00%

**Fuente:** Encuesta aplicada a los colaboradores de la MYPE, Plaza Restaurant, 2021.

**Figura 13:**

*Objetivo definido*



Fuente: Tabla 15

**Interpretación:**

Según los datos obtenidos en la tabla 15 y figura 13, de un total de 6 colaboradores, de la MYPE Rubro Restaurante, Caso : “Plaza Restaurant”, Distrito de San Vicente, Año 2021, el 66,7% (4) colaboradores manifestó que están totalmente de acuerdo, el 16,7% (1) colaboradores de acuerdo y el 16,7% (1) colaboradores ni de acuerdo ni desacuerdo con el restaurante tiene definido su objetivo de calidad.

**Tabla 16**

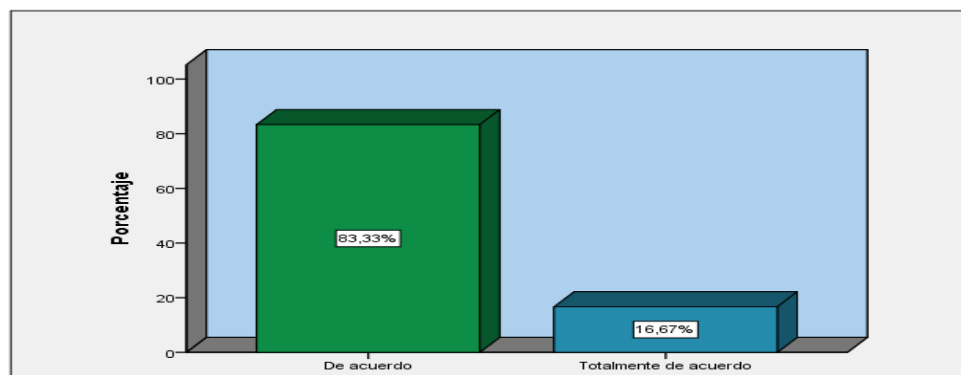
*Necesidades del Cliente*

Escala Likert	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0%
De acuerdo	5	83.30%
Totalmente de acuerdo	1	16.70%
Total	6	100.00%

**Fuente:** Encuesta aplicada a los colaboradores de la MYPE, Plaza Restaurant, 2021.

**Figura 14**

*Necesidades del Cliente*



Fuente: Tabla 16

**Interpretación:**

Según los datos obtenidos en la tabla 16 y figura 14, d de un total de 6 colaboradores, de la MYPE Rubro Restaurante, Caso : “Plaza Restaurant”, Distrito de San Vicente, Año 2021, el 16,7% (1) colaboradores manifestó que están totalmente de acuerdo y el 83,3% (5) colaboradores de acuerdo con el restaurante brinda sus servicios de acuerdo a sus necesidades de cada cliente.

## Dimensión: Control de Calidad

**Tabla 17**

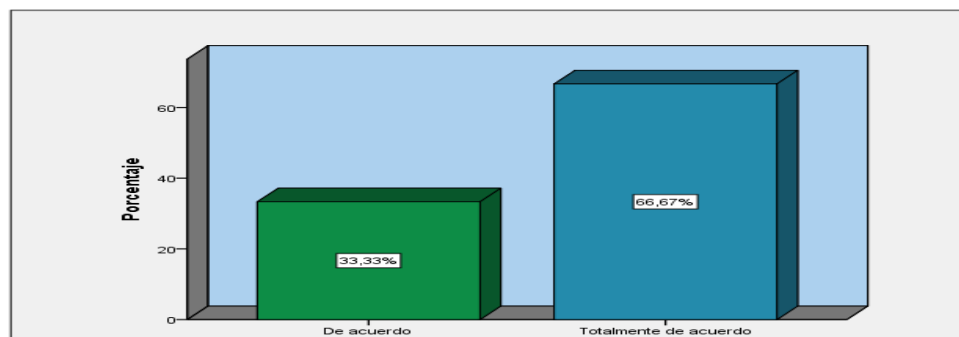
*Estrategia*

Escala Likert	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0%
De acuerdo	2	33.30%
Totalmente de acuerdo	4	66.70%
Total	6	100.00%

**Fuente:** Encuesta aplicada a los colaboradores de la MYPE, Plaza Restaurant, 2021.

**Figura 15:**

*Estrategia*



Fuente: Tabla 17

### Interpretación:

Según los datos obtenidos en la tabla 17 y figura 15, de un total de 6 colaboradores, de la MYPE Rubro Restaurante, Caso : “Plaza Restaurant”, Distrito de San Vicente, Año 2021, el 66,7% (4) colaboradores manifestó que están totalmente de acuerdo y el 33,3% (2) colaboradores de acuerdo con el restaurante aplica estrategias para captar en clientes mediante la atención.

**Tabla 18**

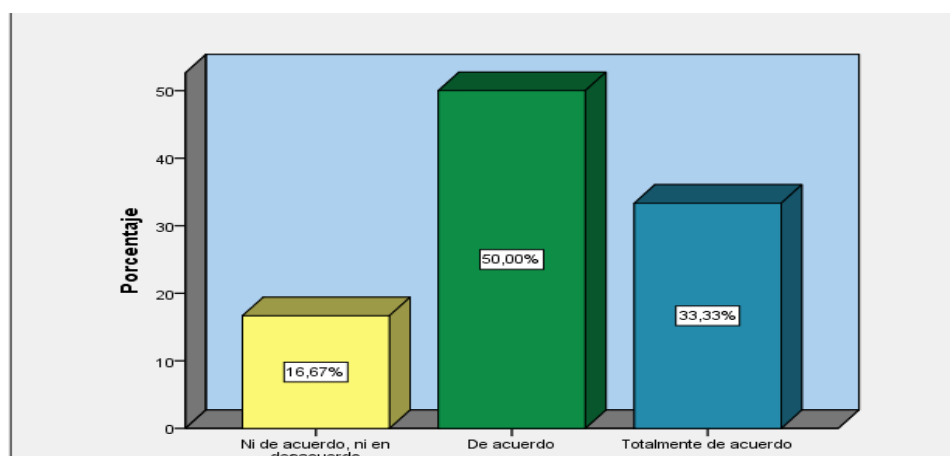
*Desempeño del personal*

Escala Likert	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	16.70%
De acuerdo	3	50.00%
Totalmente de acuerdo	2	33.30%
Total	6	100.00%

**Fuente:** Encuesta aplicada a los colaboradores de la MYPE, Plaza Restaurant, 2021.

**Figura 16**

*Desempeño Laboral*



Fuente: Tabla 18

**Interpretación:**

Según los datos obtenidos en la tabla 18 y figura 16, de un total de 6 colaboradores, de la MYPE Rubro Restaurante, Caso : “Plaza Restaurant”, Distrito de San Vicente, Año 2021, el 33,3% (2) colaboradores manifestó que están totalmente de acuerdo, el 50% (3) colaboradores de acuerdo y el 16,7% (1) colaboradores ni de acuerdo ni en desacuerdo con el restaurante tiene mecanismo para controlar el desempeño del personal.

**Tabla 19**

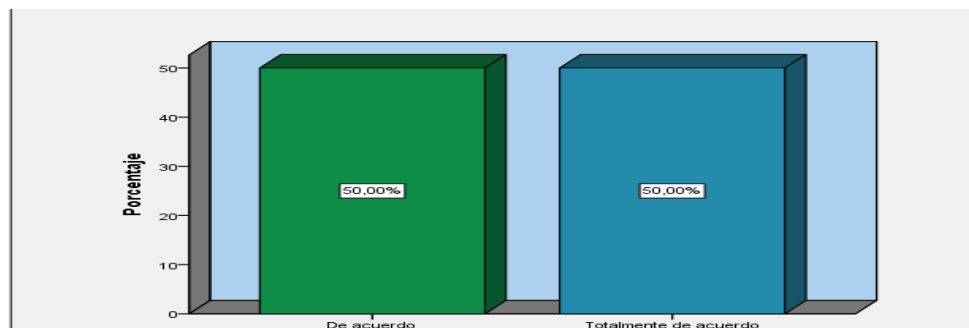
*Capacitación.*

<b>Escala Likert</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Totalmente desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0%
De acuerdo	3	50.00%
Totalmente de acuerdo	3	50.00%
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>100.00%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los colaboradores de la MYPE, Plaza Restaurant, 2021.

**Figura 17**

*Capacitación*



Fuente: Tabla 19

**Interpretación:**

Según los datos obtenidos en la tabla 19 y figura 17, de un total de 6 colaboradores, de la MYPE Rubro Restaurante, Caso : “Plaza Restaurant”, Distrito de San Vicente, Año 2021, el 50,0% (3) colaboradores manifestó que están totalmente de acuerdo y el 50% (3) colaboradores de acuerdo con el personal del restaurante está siendo capacitado en temas de atención.

## Dimensión: Mejora de Calidad

**Tabla 20**

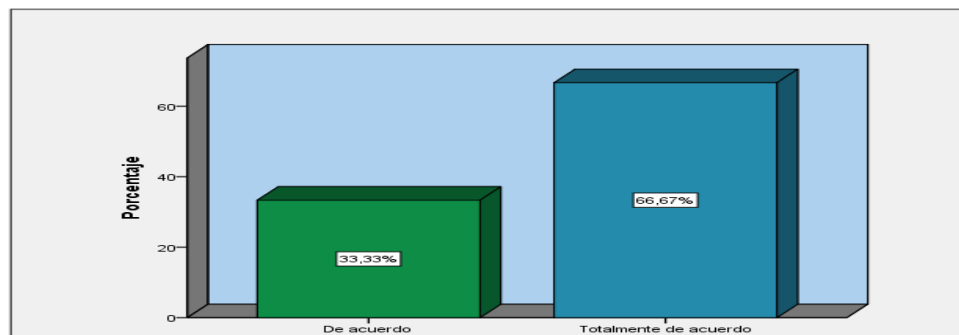
*Equipo de trabajo*

Escala Likert	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	0%
De acuerdo	1	33.30%
Totalmente de acuerdo	3	66.70%
Total	6	100.00%

**Fuente:** Encuesta aplicada a los colaboradores de la MYPE, Plaza Restaurant, 2021.

**Figura 18**

*Equipo de trabajo*



Fuente: Tabla 20

### Interpretación:

Según los datos obtenidos en la tabla 20 y figura 18, de un total de 6 colaboradores, de la MYPE Rubro Restaurante, Caso “Plaza Restaurant”, Distrito de San Vicente, Año 2021, el 50,0% (3) colaboradores manifestó que están totalmente de acuerdo, el 16,7% (1) colaboradores están de acuerdo y el 33,3% (1) colaboradores ni de acuerdo, ni en desacuerdo el personal se integra formando un equipo de trabajo.

**Tabla 21**

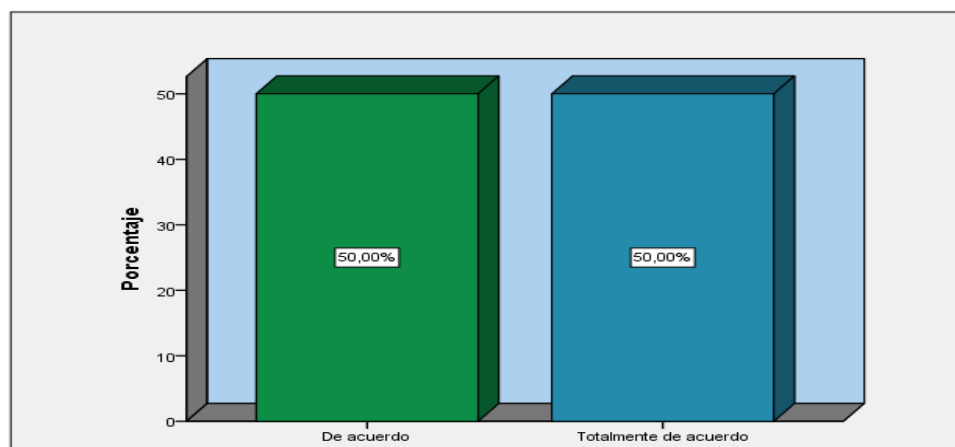
*Infraestructura*

<b>Escala Likert</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Totalmente desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0%
De acuerdo	3	50.00%
Totalmente de acuerdo	3	50.00%
Total	6	100.00%

**Fuente:** Encuesta aplicada a los colaboradores de la MYPE, Plaza Restaurant, 2021.

**Figura 19**

*Infraestructura*



Fuente: Tabla 21

**Interpretación:**

Según los datos obtenidos en la tabla 21 y figura 19, de un total de 6 colaboradores, de la MYPE Rubro Restaurante, Caso : “Plaza Restaurant”, Distrito de San Vicente, Año 2021, el 33,3% (2) colaboradores manifestó que están totalmente de acuerdo, el 50% (3) colaboradores de acuerdo y el 16,7% (1) colaboradores ni de acuerdo ni en desacuerdo con el restaurante tiene buena infraestructura.

**Tabla 22**

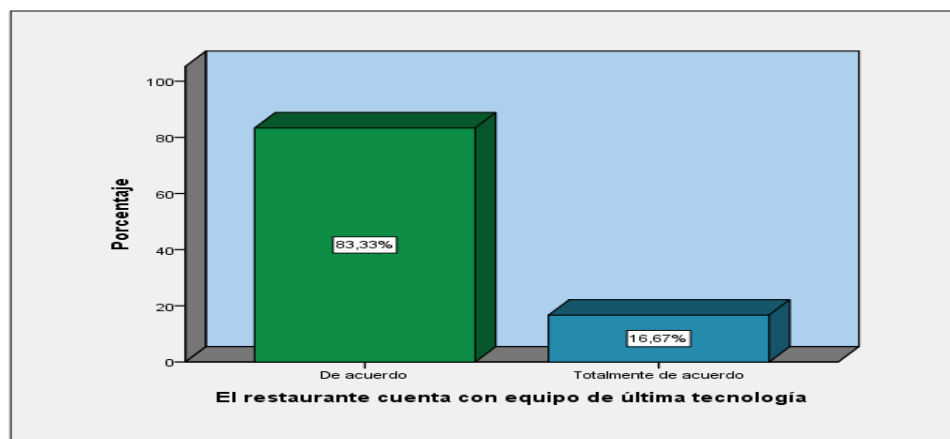
*Tecnología.*

<b>Escala Likert</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Totalmente desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0%
De acuerdo	5	83.30%
Totalmente de acuerdo	1	16.70%
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>100.00%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los colaboradores de la MYPE, Plaza Restaurant, 2021.

**Figura 20**

*Tecnología.*



Fuente: Tabla 22

**Interpretación:**

Según los datos obtenidos en la tabla 19 y figura 17, de un total de 6 colaboradores, de la MYPE Rubro Restaurante, Caso : “Plaza Restaurant”, Distrito de San Vicente, Año 2021, el 16,7% (1) colaboradores manifestó que están totalmente de acuerdo y el 83,3% (5) colaboradores manifestó estar de acuerdo con el restaurante cuenta con equipo de última tecnología.



## **5.2. Análisis de resultados**

### **5.2.1. Con respecto al objetivo general:**

**Determinar la propuesta de mejora de la calidad de servicio como factor relevante de la gestión de calidad de la MYPE, Rubro Restaurante, Caso: Plaza Restaurant, Distrito de San Vicente, año 2021.**

De acuerdo a los resultados obtenidos en cuanto a la dimensión elementos tangibles se puede apreciar en las tablas N° 3, 4, 5 y 6 que el 56% de los clientes están de acuerdo con la vestimenta de los colaboradores son los adecuados, que los muebles y equipos se utilizan de una manera adecuada y que el ambiente se encuentra en buenas condiciones, en la dimensión capacidad de respuesta las normas básicas se puede apreciar en las tablas N° 7,8 y 9 se puede apreciar que el 56% de los clientes están de acuerdo con el tiempo de espera de servicio, para mejorar el servicio se podría optimizar el tiempo de espera para que el cliente este totalmente satisfecho, en la dimensión de empatía en la tabla 10,11 y 12 que la mayoría de los colaboradores considera que brinda disposición para resolver los problemas que tiene con el servicio, demuestra amabilidad y escuchan sus necesidades, a no encontrarse al 100% se ha propuesto un plan de acción que ayude a mejorar la falencia, para ello se elabora se brindara programa de capacitaciones. Esto concuerda con lo planteado por López (2018). En su estudio realizado “Calidad del servicio y la satisfacción de los clientes del restaurante Rachy’s de la ciudad de Guayaquil”, quien concluye que la calidad de servicio es muy importante para el crecimiento de la empresa. La empresa se enfoca en cubrir todas las necesidades de los clientes, trayendo consigo buenos resultados en la rentabilidad, Además, debe contar con capacitaciones constante para sus colaboradores. Esta afirmación podemos comparar con lo encontrado por Mientras Hoffman y Bateson (2012) manifiestan que “la

calidad en el servicio es la evaluación que realiza el cliente a través de su percepción, durante el momento que fue atendido y el desempeño de la empresa, considerando muchos aspectos a evaluar en base a la calidad de servicio que le fue brindado en ese momento.” (p.319)

### **5.2.2. Con respecto al objetivo específico 1:**

**Identificar las características de la calidad de servicios de la MYPE, Rubro Restaurante, Caso: Plaza Restaurant, Distrito de San Vicente, Año 2021.**

De acuerdo a los resultados obtenidos en cuanto a la dimensión elementos tangibles se puede apreciar en las tablas N° 3, 4, 5 y 6 que la mayoría de los clientes están de acuerdo con la vestimenta de los colaboradores son los adecuados, que los muebles y equipos se utilizan de una manera adecuada y que el ambiente se encuentra en buenas condiciones, en la dimensión capacidad de respuesta las normas básicas se puede apreciar en las tablas N° 7,8 y 9 se puede apreciar que la mayoría de los clientes están de acuerdo con el tiempo de espera de servicio, para mejorar el servicio se podría optimizar el tiempo de espera para que el cliente este totalmente satisfecho, en la dimensión de empatía en la tabla 10,11 y 12 que la mayoría de los clientes considera que brinda disposición para resolver los problemas que tiene con el servicio, demuestra amabilidad y escuchan sus necesidades. Esta información se puede comparar con lo encontrado **Parreño (2019)** En su estudio realizado: *Diseño de un sistema de gestión de calidad bajo los lineamientos de la norma ISO 9001:2015 para el restaurante La Jama, ubicado en el Cantón Duran de la Provincia del Guayas*, quien concluye que, para medir la optimización de la atención al cliente, es mediante una serie de proceso, siguiendo las normas básicas por medios de utilización de técnicas y formas para que el servicio sea eficiente y efectivo. Gosso (2008) nos indica que “el objetivo principal de la calidad de servicio es contribuir a la satisfacción del cliente, mientras más calidad se percibida, más satisfecho quedarán los clientes y así se logrará su hipersatisfacción. (p.43)

### **5.2.3. Con respecto al objetivo específico 2:**

**Describir las características de la gestión de calidad de la MYPE, Rubro Restaurante, Caso: Plaza Restaurant, Distrito de San Vicente, Año 2021.**

De acuerdo a los resultados obtenidos se puede apreciar en las tablas N° 14 al 22, el restaurante tiene una buena gestión de calidad; a través del planeamiento de calidad podemos saber cuáles son los factores que se toman en cuenta para entregar un buen servicio, la identificación de clientes, definiendo objetivos de acuerdo a las necesidades de los clientes, a través del control de calidad se evalúa y propone nuevas estrategias. Con la mejora de calidad se basa en mejorar las infraestructuras, mejores inmobiliarios y tener mejor tecnología para ofrecer un buen equipo de trabajo. Comparado con **Escobar y Goyes (2019)** En su estudio realizado: “*Estudio de modelos de Gestión de calidad en restaurantes del Cantón Playas, Provincial del Guayas*”, quien concluye que, que implementará un modelo de gestión donde permitirá brindar un correcto servicio al cliente y gestión de calidad de los alimentos que se brindan en el mismo. Estos resultados están en relación a lo indicado por Juran (1992). “La gestión de calidad sería la dirección que planifica el futuro, implantando programas que controlen los resultados de la calidad.” (p.5).

### **5.2.4. Con respecto al objetivos específicos 3:**

**Elaborar la propuesta de mejora de la calidad de servicios como factor relevante para la gestión de calidad de la MYPE, Rubro Restaurante, Caso: Plaza Restaurant, Distrito de San Vicente, año 2021.**

De acuerdo a los resultados obtenidos se puede apreciar en las tablas N° 3, 4, 9,10 y 11, que la mayoría de los clientes están totalmente de acuerdo, pero no en su totalidad por lo cual se elabora una propuesta de mejora, con la finalidad de mejorar la capacidad de respuesta y el lenguaje del personal, que incluye el uso de herramientas de gestión y sistematización del proceso de atención.

Esta información se puede comparar con lo encontrado por **Sandoval (2018)** En su estudio realizado: *“El sistema de Gestión de Calidad y la Atención al cliente en el Restaurante el Gourmet Urbano en el Distrito de San Isidro, 2015.*, quien concluye que hay insatisfacción en los clientes por brindar una mala atención y además que no hay una relación significativa entre la gestión de calidad y la atención al cliente. Del mismo modo Matsumoto (2014) señala que estas dimensiones dadas por Parasuraman, Zeithaml & Berry “fueron agrupadas mediante el modelo Servqual y se publicaron por primera vez en el año 1988, desde entonces ha experimentado numerosas mejoras y revisiones. Este modelo permite analizar aspectos cuantitativos y cualitativos de los clientes” (p. 185).

## VI. CONCLUSIÓN

**Con respecto al objetivo general: Determinar la propuesta de mejora de la calidad de servicio como factor relevante de la gestión de calidad de la MYPE, Rubro Restaurante, Caso: Plaza Restaurant, Distrito de San Vicente, año 2021 .**

La propuesta de mejora para el caso de estudio está enfocada en incrementar la capacidad de respuesta del personal y lograr el uso de un lenguaje claro, , para ello se harán uso de herramientas administrativas que permitirán optimizar y sistematizar los procesos involucrados en la atención Otro punto importante para la mejora es la capacitación e inducción para todo el personal de modo que cada uno tenga la información adecuada para brindarle al cliente en cualquier momento y use los términos adecuados.

**Con respecto al objetivo específico 1: Identificar las características de la calidad de servicios de la MYPE, Rubro Restaurante, Caso: Plaza Restaurant, Distrito de San Vicente, Año 2021**

Se concluye que la atención al cliente está en un nivel regular.

Respecto a la dimensión elementos tangibles, que aún debe mejorarse la información en la manera de dirigirse al cliente. Respecto a la dimensión empatía, existe un respeto por los protocolos de atención al cliente por parte del personal desde el ingreso de los clientes, durante su estancia y hasta que finalice la contratación del servicio. Respecto a la dimensión capacidad de respuesta, demuestra que debe mejorarse el tiempo de espera y la rapidez de la atención al cliente.

**Con respecto al objetivo específico 2: Describir las características de la gestión de calidad de la MYPE, Rubro Restaurante, Caso: Plaza Restaurant, Distrito de San Vicente, Año 2021.**

Se concluye que la gestión de calidad es aplicada de forma correcta, tanto en el planeamiento, control y mejora de la calidad lo que indica que la empresa tiene identificadas plenamente las necesidades del cliente, constantemente innova en infraestructura, tecnología y capacita a su equipo de trabajo bajo una estrategia definida y retroalimentación constante.

**Con respecto al objetivo específico 3: Elaborar la propuesta de mejora de la calidad de servicios como factor relevante para la gestión de calidad de la MYPE, Rubro Restaurante, Caso: Plaza Restaurant, Distrito de San Vicente, año 2021.**

Se determina que la propuesta de mejora debe enfocarse en mejorar los aspectos relacionados con los tres aspectos más importante de la calidad de servicio. Con el fin de mejorar la atención y brindar un servicio de calidad a su vez dar una atención personalizada según el tipo de cliente con el que trate, para ello se harán uso de herramientas administrativas que permitirán optimizar y sistematizar los procesos involucrados en la atención. De igual manera considerar la mejora referente a la capacidad de respuesta del personal, esto es reducir los tiempos de espera para el cliente y tener personal siempre dispuesto a solucionar de manera rápida y oportuna los inconvenientes que pudieran surgir durante la estadía del cliente. Para ello, se implementará programa de capacitación e inducción para todo el personal.

## **ASPECTOS COMPLEMENTARIOS**

### **Introducción**

Es por esta razón, el estudio de investigación se va enfocar en mejorar la calidad de servicio que ofrece el Restaurante “Plaza Restaurant”, a través de la atención hacia los clientes, con el único propósito de satisfacer las necesidades de los clientes, ya que ellos son fundamental para el crecimiento de la empresa. Ya que los clientes son demasiado exigentes en la hora de la atención que se le brinda como en la calidad del producto; más ahora que por la pandemia se ha establecido un cuidado al máximo en la elaboración de los productos especialmente lo los platos que se ofrecen en los restaurantes.

La propuesta de mejora de la calidad de servicio como factor relevante de la gestión de calidad de la MYPE, Rubro Restaurante, Caso: Plaza Restaurant, Distrito de San Vicente, año 2021

Para la elaboración de la propuesta se tomó como referencia, los objetivos planteado en la investigación:

### **Objetivo General**

Determinar la propuesta de mejora de la calidad de servicio como factor relevante de la gestión de calidad de la MYPE, Rubro Restaurante, Caso: Plaza Restaurant, Distrito de San Vicente, año 2021.

### **Objetivos específicos**

- Identificar las características de la calidad de servicios de la MYPE, Rubro Restaurante, Caso: Plaza Restaurant, Distrito de San Vicente, Año 2021.
- Describir las características de la gestión de calidad de la MYPE, Rubro Restaurante, Caso: Plaza Restaurant, Distrito de San Vicente, Año 2021.
- Elaborar la propuesta de mejora de la calidad de servicios como factor relevante para la

gestión de calidad de la MYPE, Rubro Restaurante, Caso: Plaza Restaurant, Distrito de San Vicente, año 2021.

### **Diagnostico**

En la presente investigación se ha elaborado propuesta de mejora con la finalidad mejorar los aspectos relacionado con la atención al cliente, que de acuerdo a los resultados obtenidos en la variable de Calidad de servicio como factor relevante para la gestión de la calidad de la micro empresa : Plaza Restaurant, se observa algunas falencias en la dimensión de capacidad de respuesta y empatía, por ello en relación a la atención personalizada y el lenguaje claro con la finalidad de mejorar la atención brindada por el personal, mejorar la rapidez de la atención brindada y la disposición de ayuda a los clientes.

### **Propuesta:**

En tal sentido y de acuerdo a la problemática se presenta las siguientes estrategias en relación a la mejora de la atención al cliente.

**Dimensión de Empatía:** Juega un papel muy importante en la atención al cliente, donde el cliente prefiere un lenguaje más claro, más personalizado cuando se comunica con un proveedor de servicios o de productos. Se debe mostrar una actitud de entusiasmo, cortesía y sinceridad, que da una apariencia de que se está convencido de lo que se dice. Así se podrá saber cuáles son las expectativas del cliente acerca del servicio que brinda la empresa. (Fernandez y Fernandez, 2010, p.209)

### **Estrategia:**



- Implementar el plan de capacitación
- Aplicar encuestas de satisfacción a los clientes.

**Capacidad de respuesta:** Es la actitud de los colaboradores que se muestra en el momento de ayudar a los clientes y proveerlos de un servicio rápido y oportuno; también es considerado parte de este punto el cumplimiento de los compromisos a tiempos establecidos, así como también lo accesible que puede ser la empresa para el cliente, es decir, las factibilidades de entrar en contacto con la misma y la posibilidad con que pueda lograrlo comunicarse (Fernandez y Fernandez, 2010, p.45)

**Estrategia:**

- Desarrollar capacitación referente a la respuesta rápida y eficaz.
- Evaluar de los resultados de capacitación

**Conclusión**

Las propuestas de mejora ayudasen a mejorar el lenguaje personal y la capacidad de respuesta de los trabajadores, por ello se sugiere el compromiso y la pronta elaboración, por otro lado, se sugiere realizar programas de capacitaciones sobre atención al cliente basado en la rapidez y eficacia, con la finalidad de cumplir con las expectativas de los clientes y tenerlos satisfechos.

<b>Estrategia</b>	<b>Actividades</b>	<b>Recursos Humanos</b>	<b>Tiempo</b>	<b>Presupuesto</b>	<b>Responsable</b>	<b>Financiamiento</b>
Implementar el plan de capacitación	Desarrollar capacitación sobre técnica de atención al cliente	Personal administrativo y operativo	Bimestralmente	300.00	Gerente general	Recursos propios
Elaborar y ejecutar encuestas de satisfacción	Aplicación de encuestas de satisfacción a los clientes	Personal administrativo y operativo	Trimestral	60.00	Gerente general	Recursos propios
Realizar talleres	Desarrollar capacitación referente a la respuesta rápida y eficaz	Personal administrativo y operativo	Mensualmente	300.00	Gerente general	Recursos propios
Verificar los resultados	Realizar evaluación después de cada capacitación	Personal administrativo y operativo	Mensualmente	300.00	Gerente general	Recursos propios

**Fuente:** Elaboración propia

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arenal, L. (2017).** *Gestión de la atención al cliente / consumidor*. Logroño, España: Editorial Tutor Formación.
- Bernal, C. (2010).** *Metodología de la Investigación*. Tercera edición. Pearson Educación: Colombia.
- Camison, C., Cruz, S, Gonzales, T. (2006)** *Gestión de Calidad Conceptos, Enfoques, Modelos y Sistemas*. Recuperado de Sitio Internet. Obtenido de:<https://porquenotecallas19.files.wordpress.com/2015/08/gestión-de-la-calidad.pdf>.
- Chicama, L (2017)** *Gestión de la calidad de servicio y la satisfacción del usuario en la Superintendencia Nacional de Migraciones*. Lima 2016. Recuperado de: [http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/8937/Chicana\\_GLM.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/8937/Chicana_GLM.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Cuatrecasas, L. (2011).** *Gestión integral de la calidad: implantación, control y certificación*. Barcelona: Ediciones Gestión 2000.
- Dávila, K. y Flores, M. (2017).** *Evaluación de la Calidad del Servicio en el Restaurante Turístico "El Cántaro E.I.R.L. de Lambayeque"*. Obtenido de: [http://repositorio.esan.edu.pe/bitstream/handle/ESAN/1347/2018\\_ADYMA\\_18-1\\_01\\_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.esan.edu.pe/bitstream/handle/ESAN/1347/2018_ADYMA_18-1_01_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Dessler, G. (2001)** *Administración del personal*. (8 ed.). España: Ediciones Pearson Prentice Hall.
- Durón, C. (2006)** *El plan de negocios para la industria restaurantera*. México Trillas.
- Escandón, L. (2017).** *Propuesta para la mejora de los Servicios en el Bar Restaurante Macho Sports en Plaza del Sol en la Ciudad de Guayaquil*. Obtenido de:

<http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/18362>

**Escobar, J. y Goyes, J. (2019)** *Estudio de modelos de Gestión de calidad en restaurantes del Cantón Playas, Provincial del Guayas.* Recuperado de:

<http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/46078>

**Espinoza, R. (2018).** *Calidad de servicio y su incidencia en la satisfacción del cliente en el Restaurante Turístico Don Kike en la Ciudad Huaraz, Ancash – Perú.* Obtenido de:

<https://repositorio.utelesup.edu.pe/bitstream/UTELESUP/190/1/ESPINOZA%20ABARCA%20RAIDA%20ASUNCION.pdf>

**Fernández, A. y León, M. (2018)** *Calidad de servicio del restaurante La Boni y su influencia con la Lealtad de sus Clientes.* Obtenido de:

[https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/1902/1/TL\\_FernandezLeonAlison\\_LeonCuevaMarcia.pdf](https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/1902/1/TL_FernandezLeonAlison_LeonCuevaMarcia.pdf)

**Fontalvo, T. y Vergara, J. (2010).** *La gestión de la calidad en los servicios ISO 9001.* Madrid.

**Gonzales, D. (2015).** *Gestión de la Calidad en la Administración.* Recuperado de: [gestión.pe/economía/empresas/inacal-adapta-iso-9001-elevarcalidad-MiPymes-peruanas-110896](http://gestión.pe/economía/empresas/inacal-adapta-iso-9001-elevarcalidad-MiPymes-peruanas-110896).”

**Gosso, F. (2008).** *Híper Satisfacción del Cliente.* México: Panorama S.A. de C.V.

**Hernández, R, Fernández, C y Baptista P. (2014).** *Metodología de la investigación* (6.ed.).México: McGRAW-HILL/ INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.

**Herrera, E. (2020)** *Calidad de servicio en la satisfacción del usuario que tributa en la*

*Municipalidad Provincial de Cañete, 2020. Obtenido de:*  
[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/48537/Herrera\\_OE\\_V-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/48537/Herrera_OE_V-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

**Hoyle, D. (2000)** *Manual de Sistema de Calidad - Norma ISO 9000*. Edición. Editorial: Paraninfo

**Hoffman, K. y Bateson, J. (2012)** *Marketing de servicios* (4ª. ed.). México: Cengage Learning Editores.

**Huacho, G. (2018)** *Calidad de Servicio y Competitividad en la empresa de Transporte Grupo Transani E.I.R.L Mala, Cañete, 2018. Obtenido de:*  
<https://repositorio.autonoma.edu.pe/handle/20.500.13067/865>

**INEI (2019)** *Índice mensual de la producción del sector servicios – Rubro Restaurante*. Obtenido de:  
[https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/boletin\\_sector\\_servicios.pdf](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/boletin_sector_servicios.pdf)

**Juran, M. (1992)** *Juran y el líder para la calidad. Manual para ejecutivos*. Ediciones Díaz de Santos, S.A. Recuperado de:  
<https://books.google.com.pe/books?id=rZgoVdPhJCAC&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>

**Kotler, P. y Keller, K. (2006)**. *Dirección de Marketing* (12 ed.). México. Pearson Educación

**Kotler, P. y keller, k. (2012)**. *Dirección de marketing*. (14a. ed. --.). México D.F.: Pearson.

**Ley N° 28015 (2013)** *Ley de promoción y formalización de la micro y pequeñas empresas*. Recuperado de:  
<http://www.mintra.gob.pe/contenidos/archivos/prodlab/legislacion/LEY>

[28015.pdf Ley N° 30056 \(2013\) Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial \[PDF\].](#)

Título II. Pág. 498465-498471. Recuperado de:  
<http://busquedas.elperuano.com.pe/normaslegales/ley-que-modificadiversas-leyes-para-facilitar-la-inversion-ley-n-30056-956689-1/>

**López, D. (2018).** *Calidad del servicio y la satisfacción de los clientes del restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil.* Obtenido de:  
<http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/9867>

**Marín, L., Sanabria, B. y Sánchez, I. (2019)** *Propuesta para la implementación del sistema de gestión de calidad en el restaurante La Cafetería En Connecta (Gate Gourmet).*  
Recuperado de: <https://repositorio.uniagustiniana.edu.co/handle/123456789/974>

**Matsumoto, R. (2014).** *Desarrollo del Modelo Servqual para la medición de la calidad de servicio en la empresa de publicidad Ayuda Experto.* PERSPECTIVAS

**Meneses, M. (2021)** *Atención al Cliente y Gestión de Calidad en las MYPES del Sector Servicio.*  
*Caso: Laza Restaurante – Cañete, 2019.* Obtenido de:  
[http://repositorio.uct.edu.pe/bitstream/123456789/1386/1/15428969\\_T\\_2021.pdf](http://repositorio.uct.edu.pe/bitstream/123456789/1386/1/15428969_T_2021.pdf)

**Nava, V. (2005).** *¿Qué es la calidad? Concepto, gurús y modelo fundamentales.* México: Limusa. S.A.

**Palomino, J. (2015).** *Metodología de la investigación, guía para elaborar un proyecto en salud y educación.* Lima. San Marcos.

**Parihuaman, G. (2019)** *Gestión de calidad y competitividad de las MYPE's del sector servicios-rubro restaurantes del distrito de huacho, 2018.* Recuperado en:  
<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/11759>

- Parreño, R. (2019)** *Diseño de un sistema de gestión de calidad bajo los lineamientos de la norma ISO 9001:2015 para el restaurante “La Jama”, ubicado en el Cantón Duran de La Provincia del Guayas.* Recuperado de: <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/47146>
- Pérez, V. (2006).** *Calidad Total en la Atención al Cliente. España: Calidad total en la atención al cliente, Pautas para garantizar la excelencia en el servicio, (1ª. ed.), España: Ideas propias editorial.*
- Prieto, J. E. (2014).** *Gerencia del servicio (3ª. ed.).* Bogotá, Colombia. Ecoe ediciones
- Robbins, S y Judge, T (2009)** *Comportamiento organizacional.* Pearson Educación
- Sánchez, A. (2017).** *Evaluación de la Calidad de Servicio al Cliente en el Restaurante Pizza Burger Diner de Gualan Zacapa.* Obtenido de: <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesisjcem/2017/01/01/Sanchez-Aby.pdf>
- Sandoval, F. (2018).** *El sistema de Gestión de Calidad y la Atención al cliente en el Restaurante el Gourmet Urbano en el Distrito de San Isidro, 2015.* Recuperado en: <https://hdl.handle.net/20.500.12727/4339>
- Sirvent, S., Gisbert, V., & Pérez, E. (2017).** *Los 7 principios de gestión de la calidad en ISO 9001.* 3C Empresa, 10 – 18.
- Vergara, L. (2018)** *El Desempeño Laboral y La Calidad Del Servicio De Los Colaboradores A Los Clientes De Comida Rápida Otorongo's Ourmet - Burguer Restaurant, Distrito De Comas, Lima - Perú, 2017.* Obtenido de: [http://repositorio.unac.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12952/3220/Vergara%20Carlin\\_TITULO%20ADMINISTRACION\\_2018.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.unac.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12952/3220/Vergara%20Carlin_TITULO%20ADMINISTRACION_2018.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

**Zeithaml, V. y Bitner, M. (2002)** *Marketing de servicios: un enfoque de integración del cliente a la empresa* (2ª. ed.). México D.F., México. McGraw – Hill.



## ANEXOS

### Anexo 1.- Cronograma

<b>CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES</b>																	
<b>N o</b>	<b>Actividades</b>	<b>2022 - I</b>															
		<b>ENERO</b>				<b>FEBRER O</b>				<b>MARZO</b>				<b>ABRIL</b>			
		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
<b>1</b>	Elaboración del Proyecto	X	X	X	X												
<b>2</b>	Revisión del proyecto por el jurado de Investigación				X	X											
<b>3</b>	Aprobación del proyecto por el Jurado de Investigación					X											
<b>4</b>	Exposición del proyecto al Jurado de Investigación o Docente Tutor				X	X											
<b>5</b>	Mejora del marco teórico				X	X											
<b>6</b>	Redacción de la revisión de la literatura.							X									
<b>7</b>	Elaboración del consentimiento informado	X															
<b>8</b>	Ejecución de la metodología						X	X									
<b>9</b>	Resultados de la investigación								X								
<b>10</b>	Conclusiones y recomendaciones									X							
<b>11</b>	Redacción del pre informe de Investigación.										X						
<b>12</b>	Reacción del informe final											X					
<b>13</b>	Aprobación del informe final por el Jurado de Investigación												X				
<b>14</b>	Pre Banca														X		
<b>15</b>	Presentación de ponencia en eventos científicos												X				
<b>16</b>	Redacción de artículo científico															X	

## Anexo 2.- Presupuesto

ITEM	Unidad de Medida	Precio Unit.	Valor Total
<b>BIENES</b>			
Papel Bond A4	1 millar	20.00	20.00
Folder Manila A4	1 pack	8.00	8.00
Lapiceros rojo y azul	2 unid	1.50	3.00
Engrapador	1 unid.	10.00	10.00
Perforador	1 unid.	8.00	8.00
Grapas	1 caja	2.00	2.00
Tinta para impresora	2 unid	35.00	70.00
USB 4 gigas	1 unid.	25.00	25.00
Impresora	1 und	280.00	280.00
Acceso a Internet	hora	1.00	30.00
Anillado (4)	und	4.00	16.00
Fotocopias (290)	und	0.10	29.00
		<b>Sub total</b>	<b>501.00</b>
<b>RECURSOS HUMANOS</b>			
Curso de Titulación	4 meses	3,200	3,200
Asesor de Tesis		0	0
			<b>3,200.00</b>
<b>TRANSPORTE Y ALIMENTACIÓN</b>			
Movilidad local ida y vuelta al lugar de exposición	2 días	8.00	16.00
Desayuno, Almuerzo	2 días	10.00	20.00
		<b>Sub total</b>	<b>36.00</b>
<b>TOTAL</b>			<b>S/3,737.00</b>

### Anexo 3.- Instrumento de recolección de datos



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

#### ENCUESTA DE CALIDAD DE SERVICIO EN EL RESTAURANTE “PLAZA RESTAURANT”

La siguiente encuesta tiene como objetivo obtener información para poder así proponer mejoras la calidad de servicios en “Plaza Restaurant”.

**Instrucciones:** La información que usted brindará será útil e importante para recopilar

información de forma confidencial, que se utilizará solo con fines académicos, Usted deberá responder de acuerdo a la escala brindada, gracias por su participación.

**Escala:**

- ✓ Totalmente desacuerdo 1
- ✓ En desacuerdo 2
- ✓ Ni de acuerdo, ni en desacuerdo 3
- ✓ De acuerdo 4
- ✓ Totalmente de acuerdo 5

<b>CALIDAD DE SERVICIOS</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>ELEMENTOS TANGIBLES</b>					
¿La apariencia de las instalaciones está acorde con los servicios					
¿Encuentra comodidad en las instalaciones con el mobiliario y los espacios brindados?					
¿Considera usted que los utensilios del restaurante son los					
¿Considera usted que la vestimenta de los colaboradores está de					
<b>CAPACIDAD DE RESPUESTA</b>					
¿Considera que los colaboradores deberían mencionar tiempo de espera que se van a demorar para					
¿Considera usted que la atención del servicio es rápida?					
¿Considera que los colaboradores tienen la capacidad de responder a sus necesidades?					
¿Considera que el colaborador brinda disposición por resolver los problemas que tiene con el servicio?					
<b>EMPATIA</b>					
¿Los colaboradores son comunicativos y asertivos en el servicio					
¿Los colaboradores demuestran cortesía y amabilidad con la					
¿Los colaboradores demuestran sus habilidades con el trato hacia el cliente y el saber escuchar sus necesidades?					



---

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

### **ENCUESTA DE GESTIÓN DE CALIDAD EN EL RESTAURANTE “PLAZA RESTAURANT”**

La siguiente encuesta tiene como objetivo obtener información para poder así proponer mejoras la gestión de calidad en “Plaza Restaurant”.


**Instrucciones:** La información que usted brindará será útil e importante para recopilar información de forma confidencial, que se utilizará solo con fines académicos, Usted deberá responder de acuerdo a la escala brindada, gracias por su participación.

**Escala:**

- ✓ Totalmente desacuerdo 1
- ✓ En desacuerdo 2
- ✓ Ni de acuerdo, ni en desacuerdo 3
- ✓ De acuerdo 4
- ✓ Totalmente de acuerdo 5

<b>GESTION DE CALIDAD</b>					
<b>PLANEAMIENTO DE CALIDAD</b>					
El restaurante tiene el mercado objetivo definido considera al cliente como prioridad					
El restaurante tiene definido su objetivo de calidad					
El restaurante brinda sus servicios de acuerdo a sus necesidades de cada clientes					
<b>CONTROL DE CALIDAD</b>					
El restaurante aplica estrategias para captar en clientes mediante la atención					
El restaurante tiene mecanismo para controlar el desempeño del personal					
El personal del restaurante está siendo capacitado en temas de atención					
<b>MEJORA DE CALIDAD</b>					
El personal se integra formando un equipo de trabajo					
El restaurante cuenta con un plan para la mejora de la infraestructura					
El restaurante cuenta con equipo de última tecnología					

## Anexo 4. Consentimiento informado:

  
UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ANGELES  
CHIMBO

**PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS**  
(Ciencias Sociales)

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

La presente investigación se titula **PROPUESTA DE MEJORA DE CALIDAD DEL SERVICIO COMO FACTOR RELEVANTE DE LA GESTIÓN DE CALIDAD DE LA MYPE, RUBRO RESTAURANTE, CASO: "PLAZA RESTAURANT", DISTRITO DE SAN VICENTE, AÑO 2021.** Y es dirigido por: **Catas Challuncay, Cyathia Soledad**, investigador de la Universidad Católica Los Angeles de Chimbo.

El propósito de la investigación es: **Determinar la propuesta de mejora de la calidad de servicio como factor relevante de la gestión de calidad de la MYPE, rubro restaurante, Caso: Plaza Restaurant, Distrito de San Vicente, Año 2021.** Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 25 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

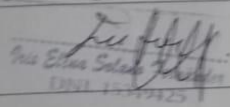
Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de su correo electrónico. Si desea, también podrá escribir al correo [ocasach@gmail.com](mailto:ocasach@gmail.com) para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Angeles de Chimbo.

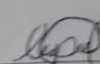
Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:


Nombre: IRIS ELENA SOLANO FERNANDEZ

Fecha: 19 de Febrero del 2022

Correo electrónico: SOLANOIRIS66@gmail.com

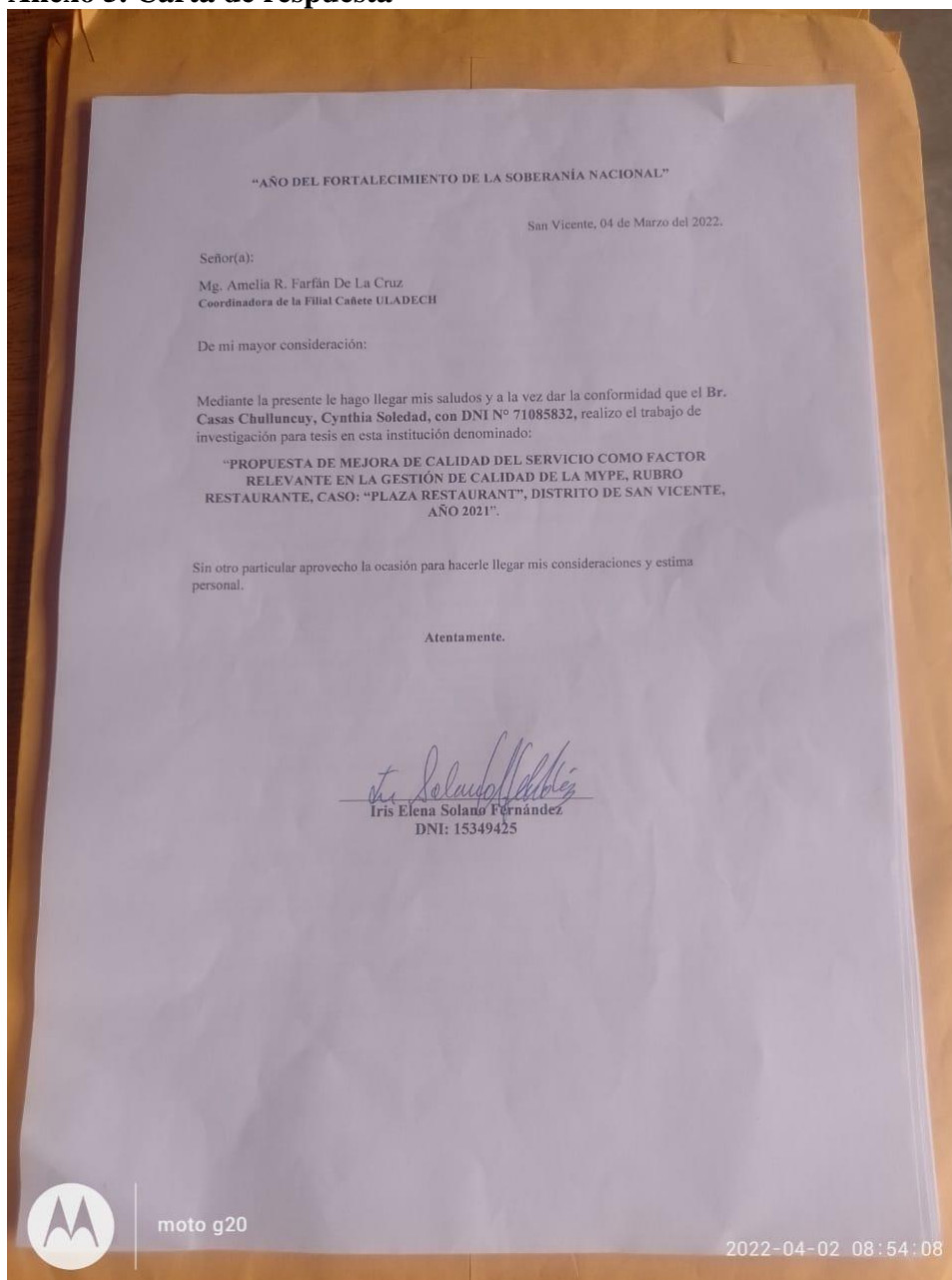
Firma del participante:   
DNI: 11-37925

Firma del investigador (o encargado de recoger información): 

 COMITÉ INSTITUCIONAL DE ÉTICA EN INVESTIGACIÓN – ULADECH CATÓLICA  
moto g20

2022-02-19 20:10:27

## Anexo 5. Carta de respuesta



**Anexo 6. Evidencia**







## **Anexo 7: Validación de experto**

## INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

### I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): ~~Alvarez~~ Gallegos Aurelio Francisco  
 1.2. Grado Académico: Doctor en Administración  
 1.3. Profesión: Lic. Administración y Marketing  
 1.4. Institución donde labora: Universidad Nacional Micaela Bastidas- Apurímac  
 1.6. Cargo que desempeña: Docente de Investigación Científica  
 1.8. Denominación del Instrumento: Cuestionario de Calidad de Servicios y Gestión de Calidad  
 1.7. Autor del Instrumento: Cynthia Soledad Casas ~~Chalucaya~~  
 1.8. Carrera: Administración

### II. VALIDACIÓN:

Ítems correspondientes al Instrumento 1 Cuestionario de Calidad de Servicio

N° de ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
<b>Dimensión 1: Elementos Tangibles</b>							
1	X		X		X		
2	X		X		X		
3	X		X		X		
4	X		X		X		
<b>Dimensión 2: Capacidad de Respuesta</b>							
5	X		X		X		
6	X		X		X		
7	X		X		X		
8	X		X		X		
<b>Dimensión 3: Empatía</b>							
9	X		X		X		
10	X		X		X		
11	X		X		X		



Ítems correspondientes al Instrumento 2 Cuestionario de Gestión de Calidad

N° de ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
<b>Dimensión 1: Planeamiento de la calidad</b>							
1	X		X		X		
2	X		X		X		
3	X		X		X		
<b>Dimensión 2: Control de Calidad</b>							
4	X		X		X		
5	X		X		X		
6	X		X				
<b>Dimensión 3: Mejora de Calidad</b>							
7	X		X		X		
8	X		X		X		
9	X		X		X		

Otras observaciones generales:



DNI N° 29571960

Ítems correspondientes al Instrumento 2 Cuestionario de Gestión de Calidad

N° de Ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
<b>Dimensión 1: Planeamiento de la calidad</b>							
1	x		x		x		
2	x		x		x		
3	x		x		x		
<b>Dimensión 2: Control de Calidad</b>							
4	x		x		x		
5	x		x		x		
6	x		x		x		
<b>Dimensión 3: Mejora de Calidad</b>							
7	x		x		x		
8	x		x		x		
9	x		x		x		

Otras observaciones generales:

  
 Firma  
 Juan Mauricio  
 Apellidos y Nombres del experto  
 DNI N° 02429612

