



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE
FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA
PROGRAMA DE ESTUDIO DE ADMINISTRACIÓN

**PROPUESTA DE MEJORA DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE
DEL RESTAURANTE "ARRIBA PERÚ" EN EL DISTRITO DE QUERECOTILLO, 2024**

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

AUTOR

VIERA ROJAS, LENYN WILLIAM
ORCID:0000-0003-2393-4060

ASESOR

ZENOZAIN CORDERO, CARMEN ROSA
ORCID:0000-0001-6079-2319

CHIMBOTE-PERÚ
2024



FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA

PROGRAMA DE ESTUDIO DE ADMINISTRACIÓN

ACTA N° 0107-061-2024 DE SUSTENTACIÓN DEL INFORME DE TESIS

En la Ciudad de **Chimbote** Siendo las **20:50** horas del día **13** de **Junio** del **2024** y estando lo dispuesto en el Reglamento de Investigación (Versión Vigente) ULADECH-CATÓLICA en su Artículo 34º, los miembros del Jurado de Investigación de tesis de la Escuela Profesional de **ADMINISTRACIÓN**, conformado por:

LIMO VASQUEZ MIGUEL ANGEL Presidente
ESTRADA DIAZ ELIDA ADELIA Miembro
CENTURION MEDINA REINERIO ZACARIAS Miembro
Dr(a). ZENOZAIN CORDERO CARMEN ROSA Asesor

Se reunieron para evaluar la sustentación del informe de tesis: **PROPUESTA DE MEJORA DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE DEL RESTAURANTE "ARRIBA PERÚ" EN EL DISTRITO DE QUERECOTILLO, 2024**

Presentada Por :
(0403181031) **VIERA ROJAS LENYN WILLIAM**

Luego de la presentación del autor(a) y las deliberaciones, el Jurado de Investigación acordó: **APROBAR** por **MAYORIA**, la tesis, con el calificativo de **13**, quedando expedito/a el/la Bachiller para optar el TITULO PROFESIONAL de **Licenciado en Administración**.

Los miembros del Jurado de Investigación firman a continuación dando fe de las conclusiones del acta:

LIMO VASQUEZ MIGUEL ANGEL
Presidente

ESTRADA DIAZ ELIDA ADELIA
Miembro

CENTURION MEDINA REINERIO ZACARIAS
Miembro

Dr(a). ZENOZAIN CORDERO CARMEN ROSA
Asesor



CONSTANCIA DE EVALUACIÓN DE ORIGINALIDAD

La responsable de la Unidad de Integridad Científica, ha monitorizado la evaluación de la originalidad de la tesis titulada: PROPUESTA DE MEJORA DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE DEL RESTAURANTE "ARRIBA PERÚ" EN EL DISTRITO DE QUERECOTILLO, 2024 Del (de la) estudiante VIERA ROJAS LENYN WILLIAM, asesorado por ZENOZAIN CORDERO CARMEN ROSA se ha revisado y constató que la investigación tiene un índice de similitud de 8% según el reporte de originalidad del programa Turnitin.

Por lo tanto, dichas coincidencias detectadas no constituyen plagio y la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

Cabe resaltar que el turnitin brinda información referencial sobre el porcentaje de similitud, más no es objeto oficial para determinar copia o plagio, si sucediera toda la responsabilidad recaerá en el estudiante.

Chimbote, 13 de Agosto del 2024



Mgtr. Roxana Torres Guzman
RESPONSABLE DE UNIDAD DE INTEGRIDAD CIENTÍFICA

Dedicatoria

Este trabajo fruto de mi esfuerzo y constancia va dedicado para toda mi familia y a dios, por ser mi guía y mi fortaleza para llegar hasta este punto de mi camino profesional, así mismo a las personas muy especiales de mi vida que es mi familia, quien con su apoyo constante y consejo me inculcaron siempre tener presente valores, esfuerzo, estudio y trabajo para lograr mi objetivo profesional

Agradecimiento

Agradezco a Dios, por hacerse parte de mis sueños y darme la fortaleza para tribuir en medio de situación divergentes que la vida me pone, así mismo agradezco el apoyo incondicional de mi familia quien ha sido mi soporte en esta etapa de formación profesional. De esta manera a nuestros docentes quienes han tenido la labor de formarnos, de poder compartimos sus enseñanzas durante este tiempo y brindarnos un mensaje de aliento en este largo camino lleno de objetivos que queremos lograr.

Índice General

Contenido

Dedicatoria.....	iv
Agradecimiento	v
Índice General.....	vi
Lista de Tablas.....	vii
Lista de Figuras	viii
Resumen	ix
Abstract.....	x
I. Planteamiento del Problema	1
II. Marco Teórico.....	4
2.1 Antecedentes	4
2.2. Bases Teóricas.....	17
2.3 Hipótesis.....	26
III. Metodología.....	27
3.1 Tipo, Nivel y Diseño de la Investigación.	27
3.2 Población.....	28
3.3 Operacionalización de las variables	30
3.4 Técnica e Instrumentos de recolección de datos.	31
3.5 Método de Análisis de Datos	33
3.6 Aspectos Éticos	33
IV. Resultados	35
V. Discusión	45
VI. Conclusiones	66
VII. Recomendaciones.....	67
Referencias Bibliográficas.....	68
Anexos	77
Anexo 01. Matriz de Consistencia	77
Anexo 02. Instrumento de recolección de información	78
Anexo 03. Ficha Técnica de los instrumentos.....	80
Anexo 4. Formato de Consentimiento Informado.....	98

Lista de Tablas

Tabla 1. Características de la Gestión de Calidad en el restaurante ARRIBA PERU del distrito de Querecotillo - Sullana, 2024.....	35
Tabla 2. Características de la Atención al Cliente en el restaurante ARRIBA PERU del distrito de Querecotillo - Sullana, 2024.....	37
Tabla 3. Propuesta de mejora de la Gestión de calidad y Atención al Cliente en el restaurante del distrito de Querecotillo - Sullana, 2024.....	40

Lista de Figuras

- Figura 1.** Características de la Gestión de calidad en el restaurante ARRIBA PERU del distrito de Querecotillo - Sullana, 2024..... 35
- Figura 2.** Características de la atención al cliente en el restaurante ARRIBA PERU del distrito de Querecotillo - Sullana, 2024..... 39

Resumen

La investigación planteó como objetivo general, Establecer una propuesta de mejora de la gestión de calidad para la atención al cliente en los restaurantes en el distrito de Querecotillo - Sullana, 2024. La investigación fue de enfoque cuantitativo, tipo aplicada, Nivel descriptivo, de propuesta y de diseño no experimental y corte transversal. Se tomó una población muestral de 11 empleados para la variable gestión de calidad y de 35 clientes para la variable atención al cliente, para recopilar la información se aplicó la técnica de encuesta y en el instrumento el cuestionario de 12 preguntas en escala de Likert, Los resultados de la variable de gestión de calidad, que el 64% de los trabajadores siempre mantienen una buena relación con los clientes y el 27% contestó que casi siempre tienen una buena relación con sus clientes y el 9% contestó que A veces mantiene una buena relación con los clientes, los resultados obtenidos en la variable de atención al cliente nos menciona que 80% contestó que están satisfechos con los alimentos brindados mientras que el 20% contestó que casi siempre se sienten satisfechos con los alimentos del restaurant. Por lo que se concluyó que los encuestados mencionan que la empresa les brinda un buen servicio a sus clientes y mantiene una buena relación con sus trabajadores y se sienten muy satisfechos con los alimentos brindados por el restaurant y así poder lograr una fidelidad por parte de los clientes.

Palabras clave: Atención al cliente, Gestión de calidad y clientes.

Abstract

The general objective of the research was to establish a proposal to improve quality management for customer service in restaurants in the district of Querecotillo - Sullana, 2024. The research had a quantitative approach, applied type, descriptive level, proposal and non-experimental design and cross section. A sample population of 11 employees was taken for the quality management variable and 35 clients for the customer service variable. To collect the information, the survey technique was applied and in the instrument the questionnaire of 12 questions on a Likert scale, The results of the quality management variable, that 64% of the workers always maintain a good relationship with clients and 27% answered that they almost always have a good relationship with their clients and 9% answered that Sometimes they maintain a good relationship With customers, the results obtained in the customer service variable tell us that 80% answered that they are satisfied with the food provided while 20% answered that they almost always feel satisfied with the restaurant's food. Therefore, it was concluded that the respondents mention that the company provides good service to its customers and maintains a good relationship with its workers and they feel very satisfied with the food provided by the restaurant and thus be able to achieve loyalty on the part of the customers. customers.

Keywords: Customer service, Quality management and customers.

I. Planteamiento del Problema

La gestión de calidad en el mundo empresarial es una herramienta muy fundamental para lograr un desarrollo económico, no sólo de la propia empresa que implanta el sistema de gestión, sino también de sus sectores de actividad. En la actualidad las diversas MYPES, tienen como problemática una baja gestión de calidad y atención al cliente, debido a factores internos o externos que derrochan insatisfacción, sin embargo, La pequeñas y microempresas buscan satisfacer a sus clientes, en cambio se preocupan por desarrollar estrategias. Atraer más clientes sin prever cómo dejarles huella de la forma adecuada y correcta obteniendo una experiencia de compra satisfactoria. Ante esta problemática que se encontró, es muy necesario conocer qué alternativas existen para una mejor atención al cliente y sea muy eficiente (Moreno, 2019).

Para ello a nivel internacional en Argentina, las MYPES carecen de herramientas de gestión de calidad porque los datos en tiempo real, la trazabilidad y los informes de gestión no brindan la transparencia y seguridad necesarias para controlar la calidad de principio a fin. La productividad de operaciones de fabricación complejas que implican muchos lugares y procesos diversos puede reducirse significativamente mediante el uso excesivo de procesos manuales. Otro problema es que el personal sanitario carece de paciencia y empatía (Valencia, 2019).

Para ello a nivel internacional en Bogotá, Encontramos este problema que se debe principalmente al desinterés de los dueños por capacitar a sus trabajadores para una buena atención al cliente, y así brindarles una preparación adecuada para una mejor recepción hacia sus clientes. De esta manera según el autor (Cruz y Rueda, 2023). en su artículo titulado El arte de vender, secretos del éxito, afirma que las empresas siempre tienen quejan y utilizan excusas como estas; que las ventas están muy bajas, hay mucha competencia, está duro el mercado, etcétera, no importa cuales sean los argumentos, pero en los negocios estas frases no existen. Dice que vender es un arte, una ciencia, y, como tal, demanda habilidades específicas, disciplina, empeño, pasión, actitud y una estrategia definida. (p. 10).

A nivel nacional, se puede enfatizar la existencia de muchos casos en organizaciones que no se reflejan una buena gestión de calidad. La primordial en ello sería la mala manipulación exacta de las herramientas culinarias y los consumidores

en la preparación de sus productos, por lo que el desarrollo de la cocina juega un papel muy importante, porque ofrecemos un producto. (Llenque, 2019).

A nivel nacional encontramos una problemática muy común que se da a nivel nacional en los restaurantes sobre la gestión y atención al cliente, el principal problema es la falta de gestión e implementación de nuevos procesos que evalúen la satisfacción de los clientes, nuevas estrategias que logren superar y mejorar las expectativas de los clientes. Sin embargo, hay un crecimiento significativo en cuanto a empresas peruanas, principalmente situadas en provincias, que toman con herramienta principal de crecimiento a la satisfacción, ya que con una mejor herramienta se podrá tener una mejor atención hacia el cliente y poder lograr así los objetivos que tiene el restaurant. (Herrera, 2019).

A nivel regional existen 5,000 microempresas con muchos problemas en la gestión y comercialización, se puede observar que no están asignando de manera efectiva y eficiente los recursos de la empresa, no logran gestionar las demoras en el servicio y no toman decisiones correctas sobre sus procesos, además, no tienen publicidad de sus ventas, no ofrecen demostraciones o degustaciones de nuevos productos, no crean valor agregado para la decoración del lugar acordes, no prestan una buena atención a ciertos elementos, como la iluminación adecuada, los colores, las tonalidades o la decoración del lugar, matices, etc. (Salardí, 2020).

A nivel local, Las micro y pequeñas empresas del distrito de Querecotillo, los dueños no se encuentran enfocados en mejorar los procesos de gestión para una mejor calidad, por lo que para las tomas de decisiones no se utiliza el liderazgo, la determinación, el involucramiento de los empleados, todo esto significa que los empleados de servicio no se esfuerzan. para lograr la satisfacción del cliente, es decir, los empleados no se anticipan a los posibles problemas y dudas que pueden encontrar los clientes y no ofrecen un trato personalizado, es por ello que estas empresas carecen de competitividad y de calidad en su producto. (Figueroa, 2019).

Para ello según Ordoñez (2019), determina que las organizaciones buscan resultados, por eso cada vez están más interesadas en implementar la gestión de calidad en su proceso y así mejorar la efectividad de sus estilos. Sin embargo, en el caso de las MYPES, es difícil implementar una gestión de calidad adecuadamente porque no cuenta con un plantel profesional o quizás no cuenta con los recursos

necesarios para capacitar a los empleados en esta herramienta, también significa que la calidad no ha mejorado en la atención al cliente.

Por lo anteriormente señalado se planteó las siguientes preguntas de la investigación: ¿Cuál es la propuesta de mejora de la gestión de calidad para la atención al Cliente en los restaurantes en el distrito de Querecotillo - Sullana, 2024? Y como problema específico: ¿Cuáles son las características de la gestión de calidad en el restaurante Arriba Perú en el distrito de Querecotillo - Sullana, 2024?. ¿Cuáles son las características de la atención al cliente en el restaurante Arriba Perú en el distrito de Querecotillo - Sullana, 2024?. ¿Cuál es el plan de mejora de la Gestión de calidad y atención al Cliente en los restaurantes en el distrito de Querecotillo - Sullana, 2024?. Para dar respuesta a la pregunta de investigación se planteó el siguiente objetivo general: Elaborar la propuesta de mejora de la gestión de calidad para la atención al cliente en los restaurantes en el distrito de Querecotillo - Sullana, 2024. Y se planteó los siguientes Objetivos específicos: Determinar las características de la gestión de calidad en el restaurante Arriba Perú en el distrito de Querecotillo - Sullana, 2024. Identificar las características de la atención al cliente en el restaurante Arriba Perú del distrito de Querecotillo - Sullana, 2024. Elaborar el plan de mejora de la gestión de calidad para la atención al Cliente en los restaurantes en el distrito de Querecotillo - Sullana, 2024

En la investigación cuenta con una Justificación Teórica: Se justifica de modo teórico, debido a que permitirá incrementar o ampliar los conocimientos sobre la gestión de calidad para la atención al cliente, además se justifica con el análisis realizado al contenido conceptual y proveerá una visión crítica de las tendencias actuales de la aplicación de las variables, ya que aportará conocimientos y antecedentes para la realización de futuras investigaciones. Se justifica de manera Práctica: El estudio, es importante debido a que los resultados servirán para mejorar los procesos de gestión de la calidad y atención al cliente del restaurante Arriba Perú del distrito de Querecotillo - Sullana, es decir se podrá conseguir reducir los errores en las variables, a través de la creación de una propuesta de mejora en donde se plasmen los problemas principales. Se justifica de manera Metodológica: quien nos aportará dos instrumentos de recolección de datos los cuales serán sometidos a unos procesos de validez y de confiabilidad.

II. Marco Teórico

2.1 Antecedentes

Internacionales

Según Lozada (2019), en su tesis de Maestría para la Universidad Técnica de Ambato, Ecuador. La siguiente tesis que esta titulada Gestión de la calidad en el servicio al cliente de las MYPES comercializadoras en Ecuador tiene Como objetivo de esta investigación fue analizar la gestión de calidad en el servicio al cliente de las MYPES comercializadoras en Ecuador, a través de una revisión documental. Usando una metodología basada de tipo descriptivo, con un nivel cuantitativo y un diseño no experimental. La población y la muestra de la investigación estuvo comprendida por 110 clientes, para recopilar la información se aplicó la técnica de encuestas y como instrumento se aplicó el cuestionario con 16 preguntas, los resultados fueron: El 77% considera que el líder comparte y difunde la visión de la institución. El 70% considera que el líder comparte y difunde la misión de la institución. El 67% considera que los objetivos que busca la institución están bien definidos. El 89% menciona que comparten y siguen con entusiasmo los objetivos del líder. El 81% menciona que realizan sus labores todos los días con entusiasmo y ganas de superación. El 65% menciona que aceptan con entusiasmo los desafíos profesionales que les plantea el líder. El 83% menciona que se identifican y se sienten orgullosos de la institución, Finalmente, como principal conclusión del estudio. Se concluye que las MYPES constituyen piezas fundamentales para el crecimiento económico que deben ser acompañadas de un proceso de formación constante que apunte hacia las mejoras de los factores internos (actitudes y conocimiento de los empleados); así como de prácticas propias de la empresa a favor de una gestión de calidad de servicio al cliente, siendo el modelo SERVQUAL uno de los más confiables para la evaluación de la calidad del servicio al cliente en una organización empresarial.

Según Villalba (2021), en su tesis de Maestría para la, Universidad Católica del Ecuador Facultad de Ciencias Humanas. La tesis que esta titulada Gestión de calidad del servicio y atención al cliente en Azuca Beach, Azuca Bistró y Q restaurant, y sugerencias de mejora, para la obtención del título de Ingeniería en Gestión Hotelera, El objetivo de su proyecto fue: Analizar la calidad de servicio y atención al cliente de los tres restaurantes tomados, para ello cuenta con una metodología de investigación de tipo descriptiva, con un

nivel cuantitativo y un diseño no experimental. La población y la muestra de la investigación estuvo comprendida por 341 clientes, para recopilar la información se aplicó la técnica de encuestas y como instrumento se aplicó el cuestionario con 24 preguntas, como instrumento de investigación se realizó el cuestionario y la técnica de la encuesta, se realizó 341 encuestas, del cual se dividió en tres en un promedio de 114, para cada restaurantes, los cuales fueron ejecutadas vía internet y otras se realizaron físicamente, llegando a los siguientes resultados: El 40% de los clientes encuestados están totalmente de acuerdo en cuanto a si los alimentos ofrecidos fueron al agrado de ellos, con respecto al servicio en general fue satisfactorio para los encuestados el 55% está de acuerdo y el 26% indeciso, sin embargo, el porcentaje más resaltante fue del 97% de los encuestados indican que, si recomendarían este restaurant, con un mínimo del 3% que indican lo contrario. Concluyendo con el tema la empresa tiene que garantizar mejor servicio a sus clientes y así mismo crecer como negocio y como empresa ya que los esfuerzos de sus trabajadores pueden sobrepasar las expectativas de sus clientes y esto conlleva a que estos confíen en la calidad del servicio que les brindan, los restaurantes evalúan su entorno para aplicar estrategias de modo tal que los clientes visualizan que el personal las utiliza para atraer a muchos más clientes a sus pollerías.

Pincay & Parra (2020), en su tesis Gestión de la calidad en el servicio al cliente de las PYMES comercializadoras. Una mirada en Ecuador, Investigación para obtener el grado de Maestría en Administración de Empresa con mención en Gerencia de la Calidad y Productividad de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Teniendo como objetivo proponer un plan de mejora en calidad de servicio en una empresa de alimentos, para ello cuenta con una metodología de investigación de tipo descriptivo, con un nivel cuantitativo y un diseño no experimental. La población y la muestra de la investigación estuvo comprendida por 150 clientes, para recopilar la información se aplicó la técnica de encuestas y como instrumento se aplicó el cuestionario con 18 preguntas. Los resultados más resaltantes son: Atención / Profesionalismo: El 96.3% corresponde a Bueno. A la calidad del producto el 81.6% considero que era adecuada. En cuanto a la conclusión se puede decir: El diagnóstico situacional y la comparación con la normativa legal vigente permitió detectar las debilidades y fortalezas del restaurante del Barrio San Ignacio y efectuar una propuesta de mejoras factible de ser implementada a corto plazo. En contraposición, se observó un alto

grado de satisfacción respecto de las tres categorías evaluadas (Infraestructura del local, Atención/Profesionalismo y Calidad del Producto).

Según Guerrero (2019), en su tesis de Maestría para la Universidad Técnica de Colombia, La siguiente tesis que esta titulada Mejora continua del servicio al cliente mediante ServQua y Red de Petri en un Restaurante de Santa Marta, Colombia. Tiene como objetivo aplicar el método ServQual en el servicio de restaurantes con el fin de obtener una medida de la calidad del servicio. El procedimiento se complementa con el método Red de Petri, con el fin de evaluar el componente de capacidad de respuesta, en la prestación de un servicio en el sector de restaurantes. Mediante la cual emplearon una metodología de diseño cuantitativo, estudio descriptivo, transversal, la mejora continua se evaluó mediante encuestas de satisfacción del cliente. La población y la muestra de la investigación estuvo comprendida por 90 clientes, para recopilar la información se aplicó la técnica de encuestas y como instrumento se aplicó el cuestionario con 12 preguntas, Los resultados más resaltantes son: Atención / Profesionalismo: El 96.3% corresponde a Bueno. A la calidad del producto el 81.6% considero que era adecuada. En cuanto a la conclusión se puede decir: El diagnóstico situacional y la comparación con la normativa legal vigente permitió detectar las debilidades y fortalezas del restaurante y efectuar una propuesta de mejoras factible de ser implementada a corto plazo. En contraposición, se observó un alto grado de satisfacción respecto de las tres categorías evaluadas (Infraestructura del local, Atención/Profesionalismo y Calidad del Producto).

Según Martínez (2019), en su tesis de Maestría para la Universidad Técnica de sede Huehuetenango, El Salvador. La siguiente tesis que esta titulada Calidad del servicio para aumentar la satisfacción del cliente de la asociación share, sede Huehuetenango, Salvador. Se planteó el siguiente objetivo general, verificar si la calidad del servicio aumenta la satisfacción del cliente en asociación SHARE, sede Huehuetenango, Salvador. La presente investigación es de tipo descriptivo, nivel cuantitativo, de diseño transversal. La población muestra estuvo conformado por 100 personas, a quienes se les aplico la técnica de la encuesta y el instrumento fue el cuestionario, que consto con 20 preguntas. Se llegó a los siguientes resultados: El 95% de las personas encuestadas calificaron la calidad del servicio como buena. El 22% de las personas encuestadas indicaron que les atendieron con amabilidad desde el momento que ingreso. El 63% de la población encuestada 8 respondieron que sí

están de acuerdo con el tiempo de espera, ya que no es mucho y siempre les atienden de buena manera. El 79% de la población analizada expresó que para ellos es muy importante la rapidez en el servicio. El 41% de personas encuestadas expresan que la calidad del servicio es un aspecto relevante en SHARE. El 100% de los encuestados mantienen su afirmación en que sí evalúan el desempeño de la calidad de servicio que ofrecen al público. El 82% en donde las personas encuestadas manifestaron que siempre cumplen con las expectativas de los clientes. El 73% creen que deben implementar la capacitación sobre calidad de servicio. Se llegó a las siguientes conclusiones: La asociación SHARE para garantizar un servicio de calidad hacia sus clientes visualiza como características una buena atención, amabilidad, calidez, lo cual le ha permitido mantener una satisfacción del cliente aceptable. Los clientes externos perciben la calidad del servicio como aceptable en un 73%. Se pudo determinar que el nivel de satisfacción de los clientes en relación a la calidad del servicio el 72% indicó que la califica como buena.

Según Rosas (2019), en su tesis de Maestría para administración de empresas de la universidad ICESI, Colombia; titulada: Percepción de la atención al cliente y calidad del servicio en los restaurantes de comida rápida de la ciudad de Cali. El investigador planteó como objetivo general el de conocer la percepción de los clientes sobre la atención y la calidad del servicio en los restaurantes de comida rápida de la ciudad de Cali en el año 2020, la metodología de la investigación que utilizó fue mixta, cualitativa y cuantitativa, el nivel fue descriptivo - no experimental, la población y muestra fue de 150 clientes, en la cual para la recopilación de información se usó la técnica de la encuesta y la entrevista, como instrumento el cuestionario, se formularon 20 preguntas donde se obtuvieron los siguientes resultados el 61% de los encuestados señalan que prefieren establecimientos medianos por ser más íntimos y mejor el servicio, el 56% considera relevante el aspecto del tiempo que tardan en atender, el 65% considera que en la atención al cliente lo primordial es la amabilidad que implica un buen saludo con una sonrisa y que los trabajadores siempre estén prestos para atender las necesidades de los consumidores, el 75% también señala que otro aspecto importante a considerar es la rapidez del servicio y la resolución de dudas de manera oportuna. Por lo tanto, el investigador llegó a la conclusión de que los clientes de los restaurantes de la ciudad de Cali tienen en cuenta para evaluar el precio, la calidad y la atención, donde debe haber una proporción, el precio debe ser asequible y el producto de calidad al igual que la atención.

Nacionales

Según Aquino (2019), en su tesis de Maestría para la Universidad Autónoma del Perú, Perú. La siguiente tesis que esta titulada Gestión de Calidad en Atención al Cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro restaurantes del Distrito de Sayán, Provincia de Huaura año 2019, planteo su objetivo general, determinar las principales características de la gestión de calidad Atención al Cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro restaurantes del Distrito de Sayán, Provincia de Huaura año 2019, para la elaboración del siguiente trabajo de investigación se utilizó una Metodología de diseño no experimental – transversal – descriptivo. La población y la muestra de la investigación estuvo comprendida por 100 clientes, para recopilar la información se aplicó la técnica de encuestas y como instrumento se aplicó el cuestionario con 20 preguntas, Sus resultados son: Con respecto a las edades el 64% tienen una edad de entre 31 a 50 años. El 77% de los encuestados son del sexo masculino. Al grado de Instrucción el 37% cuentan con el grado de instrucción técnica. El 50% de los micros y pequeñas empresas tienen de 6 a 10 trabajadores. El 54% tiene de entre 4 a 6 años en el rubro. El 70% manifestó que no aplica una Gestión de Calidad. El 37% manifiesta que no utiliza ninguna técnica moderna de gestión de calidad. El 44% manifiesta que el resultado que obtuvieron logrando una buena atención al cliente fue el aumento de ventas. En conclusión, la mayoría de los empresarios que constituye un 64%, están en una edad de 31 a 50 años, esto nos indica que las mayorías de las empresas están dirigidas por 9 personas adultas y con experiencia en gestión del rubro. En cuanto al género se obtuvo que el 77% de los encuestados es el masculino el que predomina. Con relación al grado de Instrucción se obtuvo que el 37% tiene el grado de instrucción técnica, la cual indica que las personas que trabajan en ella son de instrucción media por lo tanto lo técnico prima en estos tipos de negocio. En cuanto la aplicación de la gestión de calidad el 70% no lo aplica. Respecto a las técnicas modernas el 37% no emplea. En cuanto a resultados logrados brindando una buena atención al cliente el 44% obtuvo incrementos en sus ventas.

Según Palacios (2020), en su tesis de Maestría para la Universidad Privada del Norte, Perú. La siguiente tesis que esta titulada Gestión bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del Sector Servicios, rubro Restaurant, departamento de lima, año 2020, tuvo como objetivo general, determinar el nivel de gestión de calidad alcanzado y aplicación de estrategias de atención al cliente, de la Mypes del Sector Servicios, rubro Restaurant. La

metodología de investigación fue del tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental, transversal, descriptivo y correlacional. La población y la muestra de la investigación estuvo comprendida por 150 clientes, para recopilar la información se aplicó la técnica de encuestas y como instrumento se aplicó el cuestionario con 24 preguntas, Los resultados de este trabajo, el 47,1% son jóvenes-adultos 29 a 39 años de edad. El 70,6% es de género masculino. El 52,9 % destaca nivel de instrucción técnica. El 47,1% tienen entre 4 a 6 años de presencia en el mercado. El 47,1% tiene de 5 a 8 colaboradores. El 70,6% de las mypes promueve la calidad en su empresa. En conclusión, los resultados de la investigación, el rubro de restaurant tiene apertura para emprendedores de diferentes edades, sexo e instrucción educativa además la gerencia propicia y lidera el plan de atención al cliente (70,6%) y está a la vanguardia de su competencia.

Según Cano (2019), en su tesis de Maestría para la Universidad Autónoma del Perú, Perú. La siguiente tesis que esta titulada Gestión de calidad de servicio al cliente en las pollerías del distrito de Quillabamba la convención departamento de Cusco - 2019, cuyo objetivo fue describir la calidad del servicio al cliente en las pollerías del distrito de Quillabamba la Convención departamento de Cusco - 2019. Materiales y métodos: La investigación es de tipo descriptiva, nivel cuantitativo, el diseño es no experimental, la muestra fue de 200 clientes que acuden a las pollerías del distrito de Quillabamba, se utilizó la técnica de la encuesta, como instrumento el cuestionario el cual contiene 15 preguntas. Resultados: La calidad de servicio al cliente es 26.50% de insatisfechos en las pollerías del distrito de Quillabamba, de igual manera el 38.50% de clientes estuvieron insatisfechos en cuestión de los aspectos tangibles, así mismo el 28.50% de clientes respondieron que fueron indiferente con la gestión de calidad en la dimensión fiabilidad de servicio al cliente en las pollerías, sin embargo podemos mencionar que un 38% de cliente estuvieron muy insatisfecho con la gestión de calidad en la capacidad de respuesta de servicio al cliente en las pollerías de Quillabamba, también existe un 32.50% de clientes estuvieron muy insatisfecho en la gestión de calidad en la dimensión seguridad de servicio al cliente en las pollerías, así mismo 32% de clientes estuvieron muy insatisfechos de acuerdo a la empatía. Conclusión: La calidad de servicio al cliente es insatisfechos en las pollerías del distrito de Quillabamba la convención departamento de cusco.

Según Suarez (2019), en su tesis de pregrado para la Universidad Privada del Norte, Perú. La siguiente tesis que esta titulada Atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes y de servicio móvil de comidas, distrito de Huaraz, 2019. La investigación tuvo como objetivo general, determinar las principales características de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micros y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes y de servicio móvil de comidas, distrito de Huaraz, 2019. La investigación fue de diseño no experimental – transversal, descriptivo. Para el recojo de la información se utilizó una población muestra de 33 micro y pequeñas empresas a quienes se les aplicó un cuestionario de 18 preguntas cerradas, mediante la técnica de la encuesta, obteniéndose los siguientes resultados. El 66.67% de los representantes tienen de 18 a 30 años, el 60.61% son mujeres, el 42.42% cuentan con un grado de instrucción secundaria, el 78.79% son dueños, el 66.67% permanecen de 7 años a más de en el cargo, el 81.82% de las micro y pequeñas empresas tienen 7 años a más tiempo de permanencia en el mercado, el 100% de las micro y pequeñas empresas señalan que su objetivo principal es generar ganancia, el 51.52% cuentan de 3 a 5 trabajadores. El 42.42% señalan que aplican la gestión de calidad en la atención al cliente, el 69.70% señalan que la atención al cliente es fundamental para el regreso del cliente, el 60.61% indican que el trabajador no brinda una atención personalizada y el 63.64% señalan que el establecimiento, equipos y herramientas son atractivos. En conclusión, la mayoría de los representantes desconoce la gestión de calidad en la atención al cliente, sin embargo, reconocen que contribuye al rendimiento de sus negocios.

Según Campos (2018), en su tesis de Maestría para la Universidad Cesar Vallejo, Perú. La siguiente tesis que esta titulada Caracterización de la Atención al Cliente y de la Gestión de Calidad en las micro y pequeñas empresas de servicios Rubro Restaurant, Año 2018. Cuyo objetivo general: Determinar las características de la gestión de calidad y la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas de servicios rubro restaurante, año 2018. La metodología de esta investigación fue tipo descriptivo, nivel cuantitativo, diseño no experimental de corte transversal. La población para la variable de la gestión de calidad está conformada por 15 empresas de restaurantes y la población para la variable de atención al cliente fue infinita con una muestra estadística de 384 clientes. Para la recolección de datos se utilizó el cuestionario el cual consta de 18 preguntas. Obteniendo los siguientes

resultados: El 91.67 % son de género masculino, el 75% de encuestados tienen grado de instrucción superior no universitario, el 58.33 % tienen tiempo de permanencia en el rubro alrededor de 4 – 6 años. La mayoría de sus trabajadores son familiares con el 58.33 %, el 83.33 % manifestó que su objetivo de creación fue para generar ganancias, El 58.33 % considera que tiene cierto conocimiento del término gestión de calidad, 41.67 % usa la técnica de atención al cliente, El 75 % conoce el término atención al cliente. El 75 % considera el principal factor de calidad es la atención personalizada, finalmente el 75 % consideran su atención al cliente es buena. En conclusión, se aplican las características de Gestión de Calidad para el mejoramiento y satisfacción de los clientes, a través de la identificación de clientes, definiendo objetivos de acuerdo a sus necesidades de los clientes, evaluando y proponiendo nuevas estrategias sobre el liderazgo de costos, haciendo uso de la retroalimentación con la finalidad de mejorar las infraestructuras y tener mejor tecnología para ofrecer un buen equipo de trabajo.

Huamán (2021), en su investigación Propuesta de mejora de atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro pollería, caso: D' Ladys distrito y provincia de Huancané, 2021 para optar por el título profesional de Maestría en Administración presentado en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Tuvo objetivo general elaborar la propuesta de atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro pollería, Caso: D' Ladys. La metodología que se usó fue tipo cuantitativa, nivel descriptivo, diseño transversal. La población de estudio fue la pollería D' Ladys, la muestra de la pollería en estudio es de 381 clientes, para recopilar la información se aplicó la técnica de encuestas y como instrumento se aplicó el cuestionario con 18 preguntas, Los resultados obtenidos fueron que el 3.94% están totalmente de acuerdo en la calificación de la atención al cliente de la pollería, el 17.85% están de acuerdo en la calificación de la atención al cliente de la pollería, el 34.65% están ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 30.71% en desacuerdo y el 12.86% totalmente en desacuerdo, el 3.41% están totalmente de acuerdo que la pollería supero las expectativas del cliente, el 18.90%, el 24.4% están ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 42.52% en desacuerdo y el 10.76% totalmente en desacuerdo y el 4.46% están totalmente de acuerdo que el 15 personal de la pollería está comprometido con una buena atención al cliente, el 17.06% de los encuestados están de acuerdo, el 30.18% están ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 33.33% en desacuerdo y el 14.96% totalmente en desacuerdo.

Se concluye que la propuesta de mejora será en gestión de calidad mejorar el comportamiento de los empleados en liderazgo, compromiso con los clientes, enfoque a procesos, mejora, gestión de las relaciones y potenciar el recurso humano; Atención al cliente mejorar las fases de la atención al cliente (presentación, atención, información, cierre y despedida).

Regionales

Según Saldaña (2020), en su tesis de Maestría para la Universidad Cesar Vallejo, Perú. La siguiente tesis que esta titulada Caracterización de la competitividad y gestión de calidad de las MYPE rubro restaurantes en Máncora, año 2020. Su objetivo general es determinar las características de competitividad y gestión de la calidad de los restaurantes de la categoría MYPE de Máncora en el año 2020. Se utilizó una metodología el diseño no experimental – transversal - descriptivo, La población y la muestra de la investigación estuvo comprendida por 140 clientes, para recopilar la información se aplicó la técnica de encuestas y como instrumento se aplicó el cuestionario con 14 preguntas, obteniendo los siguientes resultados en sus tres tablas: 50,0% de los representantes tienen entre 31 a 50 años de edad. El 62,5% son de género masculino. El 62,5% tiene grado de instrucción superior universitaria. El 87,5% de los representantes son los dueños. El 62,5% de las Micro y pequeñas empresas tienen en el rubro más de 7 años. El 50,0% cuentan con un promedio de 6 a 10 trabajadores. El 62,5% de los representantes conocen la técnica moderna de la atención al cliente. El 75.0% miden el rendimiento del personal mediante la observación. En conclusión: La mayoría de los representantes están siendo dirigidas por personas adultas con una edad promedio entre 31 a 50 años, del mismo modo son de género masculino, cuentan estudios superiores universitarios, además son los dueños de sus negocios y llevan en su cargo más de 7 años. La mayoría de las Micro y pequeñas empresas llevan en el rubro más de 7 años, del mismo modo cuentan con más de 6 a 10 colaboradores. La mayoría de los representantes aplican la técnica de atención al cliente, miden el rendimiento de su personal a través de la observación. Por otra parte, conocen el término atención al cliente, consideran que la atención a veces es fundamental para que el cliente regrese, consideran que el factor más importante para la buena atención al cliente son las instalaciones y finalmente han logrado mejorar a satisfacción del cliente.

Segun Charris (2019), en su tesis de Maestría en Administración presentado en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. La siguiente tesis que esta titulada Gestión de calidad y atención al cliente de la Mypes rubro restaurant cevichería karaoke Ingrid de la ciudad de Sullana, año 2019, en la universidad Católica los Ángeles de Chimbote, tuvo como objetivo determinar las características de gestión de calidad y atención al cliente de la Mypes rubro Restaurant cevichería karaoke Ingrid de la ciudad de Sullana, año 2019, La metodología utilizada para el presente estudio de investigación es no experimental, cuantitativo de tipo descriptivo, La muestra de la investigación estuvo comprendida por 15 trabajadores, para recopilar la información se aplicó la técnica de encuestas y como instrumento se aplicó el cuestionario con 12 preguntas, Los resultados fueron que: El 67% considera que la empresa tiene un buen plan de línea de carrera, el 78% considera que el trabajo que realiza tiene un alto nivel de importancia, el 88% menciona que se siente motivado por los resultados que logra en el trabajo, el 87% considera que se encuentran satisfechos por el apoyo que recibe de parte del jefe, cuando se presentan problemas en el trabajo, el 80% considera que la distribución física del área donde labora permite trabajar cómodo y eficientemente, el 89% menciona que la empresa capacita para desarrollar mejor el trabajo, el 91% menciona que recibió críticas constructivas sobre el trabajo para mejorar. Se concluye que la gerente del restaurant cevichería karaoke Ingrid, tiene en cuenta los valores que mejoran el servicio al cliente.

Según Rabanal (2019), en su tesis de Maestría en Administración presentado en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. La siguiente tesis que esta titulada Gestión de Calidad Y Caracterización de la Competitividad de las MYPE sector servicio Gastronómico rubro Restaurantes comida marina de Talara, año 2018. Tiene como objetivo general: Determinar la competitividad y gestión de la calidad del segmento MYPE Servicios Gourmet, en la categoría Restaurante Mariscos Talara 2018. La metodología fue descriptiva, cuantitativa, diseño no experimental y transversal. La muestra de la investigación estuvo comprendida por 110 clientes, para recopilar la información se aplicó la técnica de encuestas y como instrumento se aplicó el cuestionario con 16 preguntas, En cuanto a sus resultados, 62,5% de los representantes tienen entre 31 a 50 años de edad. El 62.5% son de género femenino y. El 50.0% tiene el grado de instrucción secundaria. El 75.0% de los encuestados son los dueños o propietarios de los restaurantes. El 62.5% de las Micro y pequeñas empresas (restaurantes) tienen entre 4 a 6 años en el rubro. El 62.5% tienen entre 5 a 10 trabajadores.

El 62.5% de los representantes no conoce el término gestión de calidad. El 62.5% utilizan la atención al cliente como herramienta de gestión. El 87.5% conocen la técnica de la observación. El 62.5% de los representantes de las mypes conocen el termino atención al cliente. El 50.0% reconoce que el principal factor de calidad que brindan es la atención personalizada. El 50% reconoce que esta brindado una mala atención por no contar con suficiente personal. El 37.5% de los representantes ha logrado obtener fidelidad de los clientes. En conclusión, la mayoría de sus representantes son personas adultas con una edad promedio entre 31 a 50 años, 12 son de género femenino, cuentan con un grado de instrucción de estudios secundarios completos, presentan el cargo de dueños y por último llevan en el cargo de 4 a 6 años, en pocas palabras cuentan con un número de trabajadores 5 a 10. Asimismo, nos habla que la mayoría de las Micro y pequeñas empresas aplican gestión de calidad en atención al cliente.

Según Sosa (2019), en su tesis de Maestría en Administración presentado en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. En su trabajo de investigación la Atención al Cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Servicio, rubro restaurant de Piura, 2019 Tuvo como objetivo general: Determinar la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas, sector servicio, rubro restaurant de Piura, 2019. La investigación es de tipo no experimental, transversal, descriptivo. La población y la muestra de la investigación estuvo comprendida por 160 clientes, para recopilar la información se aplicó la técnica de encuestas y como instrumento se aplicó el cuestionario con 20 preguntas, Se obtuvo los siguientes resultados: 62.5% de los representantes están entre los 18 a 30 años de edad, 62.5% de los representantes de las MYPES son femeninas, 56.25% de las MYPES tienen 0 a 3 años de antigüedad, 68.75 de las MYPES indicó que, si conocen el término gestión de calidad, 75% de las MYPES conocen el termino la atención al cliente, 100% de los representantes de las MYPES respondieron que la atención al cliente si es fundamental para el regreso del cliente. Se llegó a las siguientes conclusiones: que las empresas están representadas por jóvenes, son mujeres; conocen la gestión y la atención al cliente, además están en pleno desarrollo y que escasean de algunas técnicas, poner mayor énfasis en las demás técnicas planteadas.

Valdivieso (2018), en su tesis de Maestría para la Universidad Cesar Vallejo, Perú. en su tesis Caracterización de la atención al cliente y Gestión de calidad en las MYPE rubro pollerías del Distrito de Vice – Secura Año 2018, planteó como objetivo: Conocer qué características tiene la Gestión de calidad y atención al cliente en las MYPE rubro Pollería, Distrito de Vice – Sechura, año 2018. La metodología empleada para la investigación fue de tipo cuantitativo - nivel descriptivo - diseño no experimental - transversal. Trabajó con una población de 3 Mypes y una muestra de 12 trabajadores. Para la recolección de datos se seleccionó como instrumento el cuestionario y como técnica la encuesta, la misma que estuvo estructurada por 29 preguntas. Obteniendo los siguientes resultados: El 100% de los encuestados afirmaron que si consideran importante el enfoque al cliente, el 75% de los datos recolectados informó que si consideran al cliente como una expectativa elevada respecto al servicio, el 75% de los trabajadores sostuvieron que si consideran que el liderazgo que se ejerce en la empresa prioriza el servicio al cliente, el 75% de los trabajadores encuestados afirman que si utilizan en la empresa recursos tecnológicos orientados a servir al cliente, el 75% afirman que si utilizan recursos tecnológicos de alta calidad, el 50% de los trabajadores manifiestan que Si tienen una buena relación entre sus compañeros, el 58% de los empleados si se sienten comprometidos con la prestación del servicio al cliente, el 75% de los clientes a veces comunican sus incomodidades, el 58% de los trabajadores manifestaron que a veces se toman en cuenta las quejas de los clientes, el 50% de los trabajadores afirmaron que a veces realizan el trabajo en forma conjunta al realizar las actividades para brindar el servicio, el 75% de los trabajadores manifestaron que no tienen manuales de atención, el 67%, manifestaron que si deben cumplir con estándares de desempeño, el 50% de los representantes mide la productividad de sus trabajadores, el 100% de los 28 trabajadores encuestados indican que las actividades se planifican semanalmente, el 100% considera importante la planeación de actividades para el logro de los objetivos de la empresa, el 57% brindan promociones de productos, 68% de clientes reciben trato preferencial, 81% de los encuestados si frecuentarían el lugar después de haber consumido en la MYPE, el 84% de los clientes manifestaron que sí les brindan precios adecuados, el 63% de los clientes encuestados manifestaron que es regular la atención, el 78% de los encuestaron Sí recomendarían el lugar, el 56% afirma que a veces hay comunicación fluida entre trabajador-cliente, el 82% de los clientes encuestados según la muestra si perciben que hay conocimiento del personal sobre el plato a adquirir, el 100% de los encuestados si consideran que se debe implementar el servicio delivery, el 51% de clientes encuestados señalan que si

les brindan variedad de productos, el 79% si ha obtenido los precios adecuados como cliente, el 87% indica que solo a veces hay rapidez de atención, el 76% si ha percibido una atención personalizada y suficiente por parte del personal, el 79% de los clientes manifestó que si percibe un ambiente de calidad y profesionalismo. Como conclusión se determinó que la gestión de calidad, en cuanto a principios consideran importante el enfoque al cliente, el liderazgo, participación del personal, el enfoque basado en procesos, en cuanto a mejora continua: consideran importante en su totalidad la planeación para lograr los objetivos, por otro lado, respecto a atención al cliente: se destacó la importancia a través en la fidelización y valoración de los clientes, y se identificó estrategias para mejorar el servicio, implementando canales de atención, comunicación, y satisfacer las necesidades de los clientes. Por tanto, se concluyó que, en los trabajadores, así como en los clientes debe existir una estrecha relación en el producto ofrecido y servicio brindado, y la gestión de los recursos utilizados.

Según Domínguez (2018), en su tesis de Maestría para la Universidad Cesar Vallejo, Perú. en su tesis titulada Caracterización de la competitividad y calidad de atención al cliente en las mypes rubro restaurantes de la urb. Santa Ana - Piura año 2018. Su objetivo general: determinar qué características de la competitividad y calidad de atención al cliente existen en las MYPE del rubro restaurantes de la Urb. Santa Ana – Piura, año 2018. metodología de tipo descriptivo, de nivel cuantitativo, diseño no experimental, de corte transversal, La población y la muestra de la investigación estuvo comprendida por 120 clientes, para recopilar la información se aplicó la técnica de encuestas y como instrumento se aplicó el cuestionario con 18 preguntas, Obtuvo los resultados con respecto a la clasificación de los servicios brindados, se encontró niveles regulares (55%), en lo referente a la tecnología se encontró en óptimas condiciones (71%), en lo concerniente a las ofertas los niveles son demasiados bajos (73% de desaprobación), con respecto a la atención se encuentra en niveles de satisfacción elevados (87%) y en lo que respecta a la calidad se encontraron niveles aceptables (93%). Concluyendo que la competitividad de los restaurantes se caracteriza por la eficiencia alcanzada, los adecuados niveles de calidad de servicio, los índices de tecnología y con relación a la calidad, esta se caracteriza por la 20 buena atención al cliente, los altos niveles de satisfacción en los clientes y sobre todo los productos y servicios de calidad brindados.

2.2. Bases Teóricas

Variable 1: Gestión de Calidad

Según Suarez (2020), la gestión de calidad es un conjunto de actividades y procesos que se llevan a cabo dentro de una empresa para asegurar y mejorar las calidades de los productos y los servicios que proporciona. Implica planificar, coordinar, controlar y evaluar todas las etapas y aspectos relacionados con la calidad, desde el diseño y desarrollo hasta la producción, distribución y atención hacia los clientes.

La gestión de calidad incluye establecer estándares o normas de calidad, implementar sistemas y procesos que cumplan con estos estándares, implementar control y seguimiento de la calidad y tomar acciones correctivas y de prevención para lograr el cumplimiento para los requisitos de una calidad establecida. También se trata de capacitar e involucrar a los empleados para mejorar continuamente los procesos y la satisfacción que necesitan los clientes. Esto muestra que la gestión de la calidad es como una serie de procesos que tienen un sistema de aprobación de todas las empresas: planificar, implementar e interferir en los diversos movimientos que hace. Esto garantiza un buen rendimiento y secuencia de estabilidad para cumplir con las expectativas del consumidor y, por lo tanto, realizar con precisión las acciones del cliente y restringir las quejas de los clientes.

Dimensión 1: Principios de la gestión de calidad

Según Valencia (2019), los Principios de la Gestión de Calidad, Para que una empresa sea muy competitiva, es necesario integrar estándares y principios que guíen los procesos para la toma de decisiones. Se tiene que implementar sistemas de gestión de la calidad en las empresas, ISO900 y proporcionan siete principios aplicables para guiar a las empresas a mejorar la productividad.

Indicador 1: Enfoque al Cliente

Las empresas deben dejar muy en claro las necesidades de sus clientes no son estática sino dinámicas y cambian con el pasar del tiempo, y que cada vez que los clientes son más exigentes e informados. Por lo tanto, la empresa A veces intentar entender las necesidades y las expectativas que tienen sus clientes, sino también se debe dar soluciones a través de sus productos o servicios, deben gestionarlos e intentar superar esas expectativas que tiene la empresa día a día.

Puede considerarse uno de los principales. Está ampliamente presente en varias versiones de la norma ISO 9001, especialmente desde el año 2000. Las actividades individuales que

integran la organización deben estar encaminadas a cumplir los requisitos fijados por los clientes de la empresa, esforzándose siempre por superar sus expectativas. El objetivo de los clientes que regresan es aumentar su satisfacción con nuestro producto o servicio (Suarez (2020).

Indicador 2: Liderazgo

Los líderes crean unidad de propósito y dirección para la organización. Deben crear y mantener un entorno interno en el que los trabajadores estén plenamente muy comprometidos con los objetivos de la empresa. La gestión es una cadena que se refiere a todos los gerentes de una empresa quienes reportan los empleados. Si se rompe algún eslabón de esta cadena, también se rompen las capacidades de gestión en una empresa. Cuando se habla de trabajo en equipo, el liderazgo juega un papel clave. Los buenos líderes pueden identificar el objetivo general y trazar el mejor camino para lograrlo. Cuando se trata del sistema de la gestión de calidad, esta característica muy esencial para mantener el entorno muy organizado y poder garantizar un buen compromiso. En otras palabras, los líderes son responsables de garantizar que todas las partes de la empresa funcionen sin problemas, ya sea delegando tareas o supervisando políticas y procedimientos (Rabanal, 2019).

Indicador 3: Participación del personal

El compromiso de los empleados ocurre cuando los empleados participan directamente en actividades que contribuyen al crecimiento y la misión de la empresa. Esto significa que los empleados no se limitan al trabajo diario, sino que también desempeñan un papel activo para las tomas de decisiones y para una mejor gestión en la empresa. La participación de los empleados significa que no sólo los gerentes sino todos los empleados son responsables del crecimiento y el éxito de la empresa, independientemente de su posición en la jerarquía de la empresa.

Los clientes forman parte de la columna vertebral de la empresa y en su plena participación nos permite que sus habilidades se utilizan en beneficio de la empresa. Motivar a los trabajadores es muy importante, al igual que el plan de recompensa y reconocimiento de la empresa. Si no cuentan con estas 2 actividades, las organizaciones tendrán dificultades para lograr el compromiso de los empleados Domínguez (2018).

Indicador 4: Enfoque basado en procesos

Los resultados deseados se lograrán de manera más efectiva si las actividades y los recursos asociados se gestionan como un proceso. El cambio radica en el concepto de empresa. Ha evolucionado de una organización departamental o funcional a una organización de procesos diseñada para crear valor para los clientes. Esto implica analizar la mayoría de los documentos del sistema e identificar indicadores apropiados para monitorear y evaluar el desarrollo de la organización. Su uso representa un cambio fundamental en las organizaciones y su adecuada aplicación cambiará por completo el desarrollo del trabajo en las empresas. La necesidad de una parametrización ordenada de las diferentes secuencias de trabajo realizadas, la organización de las diferentes entradas y salidas de cada proceso y las conexiones entre ellas ha llevado a incorporar importantes mejoras en el diseño del trabajo a realizar (Carrasco, 2019).

Indicador 5: Enfoque de sistema para la gestión

Es Identificar, comprender y gestionar todos los procesos interconectados como un sistema ayudará a mejorar la eficacia y eficiencia de la empresa para lograr sus objetivos. El objetivo final por el que nos esforzamos es alcanzar la meta que se tiene propuesta. Esto requerirá que la empresa investigue y gestione adecuadamente todos los procesos relevantes. Un enfoque sistemático de la gestión de calidad es una condición que se tiene que lograr. Un sistema de gestión de la calidad es un conjunto de procesos que contribuyen a alcanzar un objetivo específico de forma ordenada. El objetivo del sistema de calidad, está basado en la norma ISO 9001:2015, que es mejorar la satisfacción de los clientes y garantizando el cumplimiento de sus requisitos. Los procesos organizacionales son como las piezas de un rompecabezas: cada pieza debe estar en su lugar e integrada con las demás para lograr el objetivo final de crear una imagen clara utilizando todas las piezas. (García, 2019).

Indicador 6: Mejora continua

La mejora continua es el desempeño general de una empresa que debe de ser un objetivo continuo para la organización. Esta mejora continua del proceso se logrará siguiendo el ciclo PCDA del Dr. mi Deming: Planificar – desarrollar – controlar – actuar para lograr mejorar.

El sistema de gestión busca mejorar la eficiencia en diversas actividades de manera ordenada. Su principal objetivo es reducir el número de incidencias mediante la implementación de mejores prácticas, lo que permitirá ahorrar costes y aumentar la competitividad de la empresa. (Fernández, 2021).

Indicador 7: Enfoque basados en hechos para las tomas de decisiones

En la decisión que se toman en base al estudio de datos y de la información. Lo que no se puede medir no se puede controlar y lo que no se puede controlar es el caos. Esta información que está organizada aumenta la probabilidad de tomar buenas decisiones. Cabe señalar que este principio se ha visto reforzado en los últimos años al considerar el llamado enfoque basado en riesgos, que modela cómo las organizaciones consideran la diferente información que necesitan gestionar, enfatizando los puntos que probablemente se vean afectados. que mejor se adapta al enfoque de la organización respecto de sus acciones. (Durán,2018).

Variable 2: Atención al Cliente

Que el servicio al cliente tiene como un conjunto de actividades que gestionan a una organización, como trabajar con sus clientes, tanto actuales como futuros, antes y después de la compra, para así poder lograr una buena satisfacción por parte de los clientes.

El objetivo del servicio al cliente es centrarse con sus clientes y poder lograr una adecuada relación uno a uno con sus clientes y permitir que los trabajadores resuelvan cualquier problema o queja que el cliente pueda tener. En resumen, podemos definir que el servicio al cliente incluye los servicios proporcionados a los clientes por la organización de prestación de servicios para que ellos también puedan comprender su información. Los consumidores son una persona que proporciona buenos productos o servicios a través de una transacción financiera (p. 23).

Esto generalmente se hace a través del departamento de atención al cliente y sus representantes para responder preguntas, resolver quejas y fomentar el uso adecuado de los productos que brinda la empresa. La atención a los clientes se divide en dos tipos: proactiva y reactiva. Gracias a un enfoque proactivo, la empresa contacta proactivamente con los clientes para anticiparse a posibles situaciones, tanto positivas como negativas, antes de que se produzcan incidentes. (Torres, 2021).

Dimensión 1: Beneficios de la atención al cliente.

Dominguez (2019), Cuando las empresas empiezan a buscar soluciones de servicio al cliente, muchas veces es porque necesitan resolver problemas importantes. Sin embargo, a menudo estos problemas son invisibles e incluyen ineficiencias generales, sentimientos de ineficacia, la necesidad de desviar llamadas y otras cuestiones que son difíciles de cuantificar. A primera vista, los beneficios del servicio al cliente pueden parecer difíciles de medir. Una vez que se han identificado los problemas tangibles e intangibles, el siguiente

paso para las empresas es encontrar formas de resolverlos y, en última instancia, lograr el éxito en el servicio al cliente. Aquí hay algunas razones por las que un buen servicio al cliente es importante:

- Genera más ventas y ganancias porque crea clientes satisfechos.
- Fidelizar a los clientes y fidelizarlos que volverán a la empresa cuando surja la necesidad.
- Aumente la productividad de su empresa permitiéndole gastar menos en gestión de reclamaciones y devoluciones.
- Mejor ambiente de trabajo interno y motivación porque esto les sucede menos a los empleados.
- Mejorar la imagen y la reputación del restaurante.

Indicador 1: Una mejor comunicación.

Las marcas que desarrollan una sólida cultura de servicio al cliente conducen a una mejor comunicación dentro de la empresa. Por ejemplo, los ejecutivos pueden comunicar los objetivos de la marca al resto de la organización, y los gerentes ejecutan esos objetivos mediante una capacitación profunda de los agentes de servicio al cliente. Cuando los empleados comprenden sus funciones y planifican su flujo de trabajo (describiendo quién debe hablar con quién cuando necesitan ayuda), la comunicación mejora significativamente (García, 2019).

Indicador 2: Una mayor motivación para los empleados.

Cuando los agentes están seguros en sus puestos, su motivación aumenta. El uso de formas creativas de aprendizaje, como ludificación o actividades divertidas fuera de la oficina, les ayuda a desarrollar el trabajo en equipo y comprender mejor los objetivos de la empresa. El coaching también juega un papel clave a la hora de motivar a los agentes a rendir al máximo. Después de todo, los empleados satisfechos generan mayores tasas de retención de clientes y una sólida cultura de servicio al cliente (Mendoza, 2018).

Indicador 3: Unas mejores experiencias para los clientes.

Cuando las marcas adoptan un enfoque centrado en el cliente, esto se refleja en cada experiencia. Se anima a los distribuidores a ir más allá; la tecnología de vanguardia que ahorra tiempo y un compromiso compartido de tratar a cada cliente como un individuo son esenciales para crear una sólida cultura de servicio al cliente que brinde una mejor experiencia al cliente (Ventura, 2019).

Indicador 4: Una alta fidelidad de los clientes.

Las marcas que se esfuerzan por establecer relaciones con los clientes, en última instancia, ganarán la lealtad de los mismos. Si los clientes están satisfechos con la experiencia, apreciarán los esfuerzos que usted realiza para ganarse su confianza y, con el tiempo, les resultará mucho más fácil seguir apoyando a estas marcas. Además, los clientes leales suelen estar dispuestos a compartir su entusiasmo verbalmente o a través de las redes sociales, lo que generará nuevos clientes. Según (Vargas, 2020), el 50% de las empresas reorientarán sus inversiones en la innovación en el servicio al cliente.

Dimensión 2: Factores a la atención al cliente.

Todas las empresas pueden brindar un buen servicio de muy alta calidad, pero debemos entregarles lo mejor a nuestros clientes de una manera que se creen relaciones favorables con sus percepciones. Por lo tanto, en la industria de servicio al cliente, se deben tomar ciertas acciones para garantizar que los clientes reciban la atención adecuada. Estos factores son los siguientes (Saldaña, 2020).

- Contacto directo con los clientes.
- Relación entre trabajador y cliente
- Quejas y cumplimiento
- Instalaciones

El camino hacia los consumidores nos conduce a la atención y a los servicios que se le pueden brindar. Al presentar productos promocionales. Donde brindan descuentos, ofertas y soporte que los clientes necesitan. Acércate, encuentra soluciones a tus dudas. Se debe tener cuidado para brindar una buena atención. Estas acciones positivas pueden reducir costos y beneficiar a la empresa y a los clientes (Sosa, 2019).

Indicadores 1: Contacto directo con los clientes.

La comunicación con los clientes en cualquier interacción que se produce entre una empresa y sus consumidores a través de cualquier medio de comunicación. Esta comunicación puede tener lugar en muchos niveles o etapas diferentes del proceso de compra y debe centrarse en lograr la satisfacción de los clientes y brindar un excelente servicio a sus clientes. En pocas palabras, la buena comunicación es lo que mantiene la relación entre los clientes y la empresa. Por esta sencilla razón, todas las empresas deben priorizar brindar buenos canales de comunicación y una estrategia de atención para el cliente. Una mala comunicación dará lugar a una dinámica completamente diferente en las interacciones con

los clientes, lo que puede afectar la vida dentro de la empresa. Veamos las consecuencias de una mala comunicación y los beneficios de promover una buena comunicación para apreciar la importancia de este factor (Guerrero, 2019).

Indicadores 2: Relación entre trabajador y cliente.

La experiencia del trabajador y la experiencia del cliente no son lo mismo. Sin embargo, ambos están estrechamente relacionados. Después de todo, los empleados felices crean clientes felices, y los clientes felices generan mayor lealtad a la marca, ingresos y ganancias.

Según un estudio publicado por Forbes Insights en colaboración con Salesforce, el hallazgo de que empleados felices y clientes satisfechos van de la mano es más que alentador. También muestra una forma eficaz de impulsar el crecimiento empresarial. El informe muestra que las empresas con buenas experiencias de empleados y clientes crecen casi dos veces más rápido que sus competidores. Además, las empresas que invierten en la experiencia de los empleados son cuatro veces más rentables que las que no lo hacen y obtienen el doble de puntuación en satisfacción del cliente. (Alfaro, 2019).

Indicadores 3: Quejas y cumplimiento.

La gestión de quejas, reclamaciones y propuestas implica una gestión metódica de las críticas de los clientes. Se deben desarrollar estrategias para determinar dónde recibir información, cómo responder y a qué agencia o individuo se enviará la información. La división de responsabilidades también se aplica en el ámbito de la resolución de quejas. Sólo definiendo claramente quién responderá en cada caso se podrá convertir la crítica negativa en algo positivo. Saber exactamente por qué el cliente está insatisfecho es una condición necesaria para resolver el problema. Este es el primer paso y uno de los más importantes, porque gracias a esta información podremos desarrollar una respuesta adecuada a cada caso. (Sánchez, 2019).

Indicadores 4: Instalaciones.

Los clientes de hoy no sólo buscan soluciones rápidas y efectivas, sino que también buscan experiencias que los hagan sentir apreciados y comprendidos. En este escenario, las empresas tienen unas instalaciones que están recurriendo a la innovación tecnológica y a estrategias avanzadas para mantenerse a la vanguardia. Hoy en día, el 63 % de las empresas del sector utilizan el análisis de datos para mejorar el servicio al cliente y usted no puede quedarse atrás. Imagine un mundo donde los problemas se resuelven antes de que se

conviertan en problemas, la comunicación es instantánea y fluida y las operaciones se ejecutan sin problemas gracias a la automatización inteligente. (Peralta, 2019).

LAS MYPES

Según Alzamora (2019), en la MYPE es una entidad económica constituida por una persona natural o jurídica, que tiene cualquier forma de organización o gestión empresarial, según se define en la normatividad aplicable, cuyo objeto es El objetivo de esta organización es llevar a cabo actividades que incluyen procesamiento, fabricación, comercialización de bienes o prestación de servicios.

Micro y pequeña empresa (mypes) significa una entidad económica constituida por personas naturales o jurídicas cuyo objeto es realizar actividades relacionadas con la comercialización, explotación, transferencia, intercambio, producción o prestación de servicios. El número de empleados de estas empresas oscila entre 1 y 10 personas, en comparación con las empresas más pequeñas que pueden emplear hasta 100 empleados. Sin embargo, no es el número de empleados lo que determina si una empresa es micro o pequeña sino sus ingresos anuales (Rabanal, 2019).

La importancia de las MYPES en el Perú

Según López (2021), nos dicen que, en el Perú las pequeñas y microempresas (Pymes) juegan un papel importante en la economía del país, ya que estas empresas generan actualmente una parte importante del producto nacional bruto (PIB) del Perú. Como entidad empresarial, puede ser constituida por una persona natural o jurídica -una empresa- para desarrollar una actividad empresarial, como comercializar, fabricar o proporcionar bienes o servicios.

Características de las micro y pequeñas empresas

Según Palacios (2020), las micro y pequeñas empresas (en adelante MYPES) deben clasificarse en uno de los siguientes tipos de negocio dependiendo de los ingresos anuales del negocio:

- Además, no están sujetas a ninguna excepción al marco regulatorio de las MYPES.
Microempresa: ingreso anual hasta 150 ETU.
- Pequeñas empresas: ingresos anuales de más de 150 empresas privadas, pero no más de 1.700 empresas privadas.

Tipología de las MYPES:

Según Abad (2019), nos indica que, En base a los elementos, podemos desarrollar la tipografía MYPE a partir de tres capas:

a. MYPE de Acumulación

Las Mypes tienen como capacidad de generar ganancias, mantener el capital inicial e invertir en el crecimiento de la empresa, tienen más activos y por supuesto tienen más probabilidades de crear empleos rentables.

b. MYPE de Subsistencia

Las Mypes de subsistencia son entidades comerciales que no pueden generar un retorno sobre su capital, realizar actividades que no requieren carga o descarga significativa, o necesitan realizar transformaciones específicas utilizando la tecnología subyacente. Estas compañías proporcionan flujo de efectivo, pero no tienen un impacto significativo en la creación de empleos pagados adicionales.

c. Nuevos Emprendimientos

Se entiende por nuevos proyectos empresariales aquellas iniciativas empresariales desarrolladas teniendo en cuenta las oportunidades, es decir, la mejor opción de superación personal y generación de ingresos. El Plan Nacional enfatiza el hecho de que las empresas se involucran en la innovación, la creatividad y el cambio para lograr una posición económica mejor y más deseable, ya sea que estén iniciando un negocio o mejorándolo y volviéndose más competitivos.

Marco conceptual.

Gestión de calidad

Según Carrillo (2019), la gestión de la calidad es importante porque garantiza el uso correcto de la calidad de productos y servicios que se brindan. Las empresas suelen utilizar este servicio. Usan su propia manera de lograr el éxito identificando las fallas por medio de la observación y lograr una capacidad de mejorar en todas las áreas de su trabajo a través de la innovación. Los empleados continúan compartiendo la misión y la visión de la empresa y así lograr Obtener el reconocimiento de otras empresas, como la fidelidad de los clientes.

Atención al Cliente.

Según Pastor (2019), es la parte más importante en toda línea de negocios, dado que es el primer paso en como los clientes se sienten satisfechos en la manera del trato que se les ofrecen desde la espera hasta la culminación de su servicio. Esto debe conllevar a que los trabajadores puedan tratar a sus clientes como si ellos fueran los dueños del negocio, debido a que la forma en la que se atiende ayuda a brindarles una imagen muy positiva de la empresa, lo cual nos permitirá que nuestros clientes puedan recomendar la experiencia vivida en la empresa a sus familiares y amigos. También es de mucha importancia los ambientes, que estén en óptimas condiciones tanto en las instalaciones como la Higiene del personal, el saludo cortés y la amabilidad en el trato que se le brinde a sus clientes.

Definiciones de micro y pequeñas empresas.

Según Huamán (2009), una MYPE es una unidad económica constituida por una persona natural y jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.

Satisfacción.

Según Niño (2021), es la acción de cumplir con los gustos, preferencias o expectativas de los clientes, nos ayuda a lograr nuestra fidelización con nuestros clientes, permitiendo aumentar nuestras ventas y mayor participación en el mercado.

Los trabajadores:

Según Ventura (2019), en una organización que cuenta con calidad de servicios se espera que los empleados conozcan bien su trabajo, se disponga de brindar un trato que sea muy agradable y satisfactoria para las necesidades de los clientes.

2.3 Hipótesis

Según Collado y Baptista (2019), al desarrollar una investigación de tipo descriptiva no es necesariamente que se formule una hipótesis. Por lo tanto, la presente investigación no se aplicó hipótesis.

III. Metodología

3.1 Tipo, Nivel y Diseño de la Investigación.

Tipo de Investigación:

Aplicada.

Según Niño (2020), indico que la investigación fue de tipo aplicada. Por ello, se determinó que la investigación aplicada tiene como objetivo aplicar los resultados de la investigación científica para mejorar la calidad de vida de las personas, apoyar el desarrollo económico y social y resolver problemas sociales específicos. debido a que su propósito es resolver un problema específico o un enfoque específico, el énfasis está en encontrar y consolidar conocimientos para aplicarlos y así enriquecer el desarrollo cultural de la química y la ciencia (pag.60).

Enfoque de la Investigación:

Cuantitativo.

según Hernández y Fernández (2018), indico que la Investigación fue de enfoque cuantitativo. Se determinó, qué probar todos nuestros datos de manera científica, generalmente a través de la estadística. Recopilar y analizar datos sobre variables para que los resultados puedan generalizarse. La investigación cuantitativa estandariza los procedimientos para que las estadísticas puedan expresar los resultados en términos científicos (pag, 33).

Nivel de Investigación:

Descriptivo, de Propuesta.

Según Saldaña (2019), indico que la investigación fue de nivel descriptivo de propuesta. Se definió como un método de investigación que observa y describe las características de un grupo, situación o fenómeno. El propósito no es establecer una causa y efecto, sino proporcionar una descripción detallada de la situación. Básicamente, la investigación descriptiva es un método sistemático utilizado por los investigadores para recopilar, analizar y presentar datos sobre fenómenos del mundo real con el fin de describirlos en su contexto natural (pag,89).

Diseño de la Investigación:

No Experimental y de Corte Transversal.

Según Medina (2018), indica que la investigación fue de diseño no experimental y de corte transversal: lo que significa que no fue manipular intencionalmente variables de investigación, situación que encontraron, cabe señalar que esta no es una investigación Se han realizado cambios, solo se describe su apariencia natural. Sección transversal: En este tipo de proyectos, los datos se recogen de forma inmediata. única. Esto significa que sólo se recopilarán datos sobre las variables.

3.2 Población

Población.

Según Sánchez (2019), se determinó que la población es un conjunto completo de individuos u objetos que comparten unas características similares. La población puede comprender una nación o un grupo de personas u objetos con una característica muy común. Incluye a todo un grupo bien definido sobre el que cualquier investigación quiere extraer sus conclusiones.

Población de la Gestión de Calidad:

La población estuvo conformada por 11 trabajadores del restaurante Arriba Perú del distrito de Querecotillo – Sullana, 2024. La información se obtuvo del administrador del restaurant.

Población de la Atención al Cliente:

La Poblacion estuvo conformada por 90 clientes en el restaurant Arriba Perú del distrito de Querecotillo – Sullana, 2024. Cuya información fue obtenida del administrador de dicho restaurant.

Criterios de inclusión:

- Clientes mayores de edad que acuden regularmente al restaurante.
- Clientes que accedieron a brindar información en el cuestionario.

Criterio de exclusión:

- Clientes poco frecuentes o que acuden una sola vez al mes.
- Clientes menores de edad que asisten al restaurante.

Muestra:

Según Monzón (2019), se determinó que la muestra es la parte más pequeña de la población, es decir, un subconjunto de toda la población. En la investigación, la muestra son los miembros de la población invitados a participar en el estudio. En pocas palabras, una muestra es un subgrupo o subconjunto de una población que puede estudiarse para examinar las características o el comportamiento de esa población. Los métodos de muestreo varían según el tipo de estudio y la calidad de la información necesaria.

Muestra de la Gestión de Calidad.

Según Peralta (2019), nos argumentó que una muestra censal es una muestra en la que todas las unidades de estudio se consideran como una sola muestra. Por lo tanto, a la población de estudio se le llama censo porque es un universo, una población y una muestra al mismo tiempo. Debido al pequeño tamaño de la población, el estudio utiliza toda la población, lo que se denomina muestreo censal, y López (2018) considera que una muestra censal es una parte representativa de toda la población.

La muestra estuvo conformada por 11 trabajadores del restaurante Arriba Perú del distrito de Querecotillo – Sullana, 2024, es decir, se tomará el 100% de la población.

Se empleó una muestra censal para la variable de la gestión de calidad y nos dice lo siguiente. Que la muestra se consideró censal porque se seleccionó el 100% de la población, dado que el número de sujetos era manejable.

Muestra de la Atención al Cliente.

Según Cano (2019), el muestreo no probabilístico es un método que nos sirve para seleccionar los individuos que formarán parte de la muestra de un estudio estadístico. En particular, en el muestreo no probabilístico se seleccionan a los individuos basándose en el criterio subjetivo de los investigadores.

Por lo tanto, en el muestreo no probabilístico no todos los elementos de la población tienen la misma probabilidad de ser escogidos para la muestra, ya que la selección no es aleatoria. Esta característica distingue el muestreo no probabilístico del muestreo probabilístico, en el cual sí se eligen a los individuos aleatoriamente.

La muestra estuvo conformada por 35 clientes del restaurante Arriba Perú del distrito de Querecotillo – Sullana, 2024. Se empleó una muestra no probabilística para la variable de atención al cliente.

3.3 Operacionalización de las variables

VARIABLES	DEFINICION OPERATIVA	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICION	CATEGORIA O VALORIZACION
Gestión de Calidad	<p>Sistema de gestión de calidad de cumplimiento</p> <p>Se implementan una serie de procedimientos para asegurar la calidad de los bienes y servicios y asegurar la satisfacción de todas las partes interesadas. Además, cuando los clientes están satisfechos, Los empleados también trabajarán porque verán que sus arduos esfuerzos valen la pena, (Suarez, 2020).</p>	Principios de la Gestión de Calidad	<ul style="list-style-type: none"> • Enfoque al cliente. • Liderazgo. • Participación del personal • Enfoque basado a la toma de decisiones. 	Likert	<p>5. Siempre</p> <p>4. Casi Siempre</p> <p>3. A veces</p> <p>2. Rara Vez</p> <p>1. Nunca</p>
Atención al Cliente	<p>El al cliente es importante, especialmente si está diseñado de manera eficaz y eficiente. Un servicio de alta calidad siempre ayudara hace que el usuario se sienta cómodo y por lo tanto se debe evitar el tiempo de espera retraso, y de ser así, deber explicárselo al cliente y hacerle saber que está preocupado por él y que tiene la intención de resolver sus problemas, (Torres, 2021).</p>	<p>Beneficios de la atención al cliente</p> <p>Factores a la atención al cliente</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Una mejor comunicación. • Una mayor motivación para los trabajadores. • Una mejor experiencia para los clientes. • Una alta fidelidad de los clientes. <ul style="list-style-type: none"> • Contacto con el cliente. • Relación entre trabajador y cliente. • Instalaciones. • Quejas y cumplimiento. 	Likert	<p>5. Siempre</p> <p>4. Casi Siempre</p> <p>3. A veces</p> <p>2. Rara Vez</p> <p>1. Nunca</p>

3.4 Técnica e Instrumentos de recolección de datos.

Descripción de técnicas.

Según Fernández (2021), esta investigación se utilizó la técnica de encuesta. la encuesta es un proceso que forma parte del estudio descrito cuando el investigador es responsable de preparar documentos para ayudar a encontrar las características del encuestado.

Los datos se recopilaron aplicando una serie de preguntas a una muestra representativa para obtener opiniones, características o situaciones específicas. Para la variable gestión de calidad la técnica de encuesta fue para los trabajadores del restaurant mientras que para la variable atención al cliente se les encuestó a todos los clientes del restaurant.

Descripción de instrumentos

Según Vargas (2020), indica que el cuestionario es el conjunto de preguntas estructuradas y organizadas que se utilizan para recopilar información relacionada con los objetivos del estudio. En esta investigación, el instrumento que se empleó fue el cuestionario el cual está compuesto por 12 ítems en escala Likert, 4 ítems para la variable Gestión de Calidad y 8 ítems para la variable Atención al Cliente (Anexo 2). A su vez, se evaluó la confiabilidad de las preguntas mediante el coeficiente Alfa de Cronbach, en el cual el resultado para la variable Gestión de Calidad fue de 0,922; y para la variable Atención al Cliente la confiabilidad fue de 0.903; indicó que los instrumentos tienen una excelente confiabilidad y se realizó la validación a través de juicio de expertos en la que 3 profesionales de administración con grado de maestría y doctorado analizaron y aprobaron el cuestionario para su aplicación (Anexo 3).

Validación.

Según Llenque (2019), explica que la opinión de expertos es un método útil para verificar la confiabilidad de un estudio, la cual se define como el conocimiento de opinión de personas con experiencia en un determinado campo, reconocido por personas con otros conocimientos. expertos en este campo. puede proporcionar información, pruebas, valoraciones y estimaciones.

Las herramientas fueron aprobadas mediante la evaluación de tres expertos evaluarán si las preguntas de ambos cuestionarios son consistentes y similares al tema

de investigación, lo que determina si los instrumentos específicos son apropiados para su uso.

ORDEN	EXPERTO VALIDADOR	RESULTADO
1	Uribe Cornelio Guido Elmer.	Aprobado
2	José Martin Lazo Sánchez	Aprobado
3	Carlos David Ramos Rosas	Aprobado

Confiabilidad.

Según Pérez (2019), explica que es un indicador para medir la confiabilidad de la escala por el tipo de consistencia interna, es decir, para evaluar el grado de correlación entre los ítems del instrumento. En este caso, la confiabilidad del cuestionario fue evaluada mediante el coeficiente Alfa de Cronbach;

Alfa de Cronbach de Gestión de Calidad.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
0.922	4

Como se puede observar el valor de Alfa de Cronbach es de 0,922 por lo que se puede verificar que el instrumento para recoger datos es de confiabilidad aceptable.

Se midió su grado de confiabilidad a través del Alfa de Cronbach, para eso se codificaron los resultados obtenidos del cuestionario en una hoja Excel, que mediante la aplicación SPSS se midió el grado de confiabilidad. Como se puede observar el valor de Alfa de Cronbach es de 0,922 por lo que se puede verificar que el instrumento para recoger datos es de confiabilidad aceptable.

Alfa de Cronbach de Atención al Cliente

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
0.903	8

Como se puede observar el valor de Alfa de Cronbach es de 0,903 por lo que se puede verificar que el instrumento para recoger datos es de confiabilidad aceptable.

Se midió su grado de confiabilidad a través del Alfa de Cronbach, para eso se codificaron los Resultados obtenidos del cuestionario en una hoja Excel, que mediante la aplicación de una fórmula se midió el grado de confiabilidad. Como se

puede observar el valor de Alfa de Cronbach es de 0,903 por lo que se puede verificar que el instrumento para recoger datos es de confiabilidad aceptable.

3.5 Método de Análisis de Datos

El plan Análisis de los datos consiste en someter los datos a la ejecución de operaciones, esto se realiza con el propósito de obtener unas conclusiones exactas que contribuirán a alcanzar los objetivos y luego de recoger los dato mediante la técnica de la encuesta, se tabularon y graficaron de manera muy ordenada de acuerdo a cada variable y de sus dimensiones (Luna, 2021).

Así mismo se utilizaron los siguientes programas, Microsoft Word: Este software que hizo posible la redacción digital y posteriores modificaciones al proyecto; como es el caso de los antecedentes que se descargaron desde la biblioteca virtual de la universidad; así también se utilizó Microsoft Excel: Programa que fue utilizado para llevar a cabo la tabulación y elaboración y diseño de las figuras correspondientes a los resultados que fueron obtenidos en la encuesta; Gráficos: Los gráficos se preparan utilizando SPSS V20 y se analizan e interpretan adecuadamente para proporcionar una base para una discusión adecuada y así la conclusión general del trabajo. Así también se utilizó el programa del Turnitin para la verificación del % de la similitud, así también el uso del Mendeley para la obtención de las referencias bibliográficas en norma APA 7ma edición.

3.6 Aspectos Éticos

La presente investigación bajo los principios éticos del Reglamento de Integridad Científica de la Universidad Católica de los Ángeles de Chimbote (2024). los cuales fueron aprobados por el consejo universitario con resolución N° 304-2023- CU- ULADECH católica, de fecha 31 de marzo del 2023 y actualizado por el Consejo Universitario con resolución N° 0277- 2024- CU- ULADECH católica, de fecha 14 de marzo del 2024.

Respeto y protección de los derechos de los intervinientes: Los participantes de la investigación están protegidos manteniendo su confidencialidad; por ejemplo, los números de teléfono y direcciones particulares no se proporcionan en los formularios de consentimiento ni en los cuestionarios; Asimismo, no se podrá tomar ninguna fotografía de su imagen sin el permiso correspondiente; y se informa

a cada empleado que los datos proporcionados se utilizarán únicamente con fines de investigación.

Beneficencia y no maleficencia: Se explicó a los empleados de la microempresa investigada que su participación a través de la información proporcionada no les causará ningún daño y se tuvo en cuenta su solicitud, así como el anonimato de las respuestas al cuestionario. Además, no se interrumpió en horas de labor, se esperó a que estuvieran libres y no estén atendiendo a algún cliente, evitando así cualquier inconveniente. También se conoció la importancia de su participación en la investigación, destacando los beneficios de conocer aspectos relacionados con la gestión de calidad y atención al cliente, porque estas variables son importantes para mejorar la satisfacción de los empleados y clientes.

Justicia: Todos los participantes del estudio fueron tratados cálidamente e informados sobre las razones y la importancia del estudio y la cooperación; Además, a todos se les dio un modelo de consentimiento igualitario y se les hicieron las mismas preguntas. También se les informa de los resultados de la investigación enviándoles una copia de la información.

Integridad honestidad: En todas las actividades y procesos de investigación, se trabajó con diligencia y honestidad, recopilando información honesta y veraz a través de métodos de encuesta y buscando libros, tesis, artículos, revistas, periódicos y sitios web confiables que se utilizaron de manera muy transparente. honestidad y responsabilidad en el proceso de realización de esta investigación.

Libre participación por propia voluntad: El cuestionario se administró después de informarse el propósito del estudio, el cual fue considerado en el consentimiento informado. Además del deseo del representante de participar, leer, aceptar y firmar el documento de consentimiento. También se aclararon las dudas de los encargados de la microempresa respecto a la información proporcionada para que pudieran actuar mejor.

Cuidado del medio ambiente: se contribuyó a proteger el medio ambiente, proteger la naturaleza y se evitó a la tala excesiva de árboles, se elaboró una encuesta utilizando papel reciclado con preguntas para realizar. Además, la electricidad se utiliza con moderación, lo que hace que los ordenadores portátiles de investigación no puedan cargarse durante muchas horas.

IV. Resultados

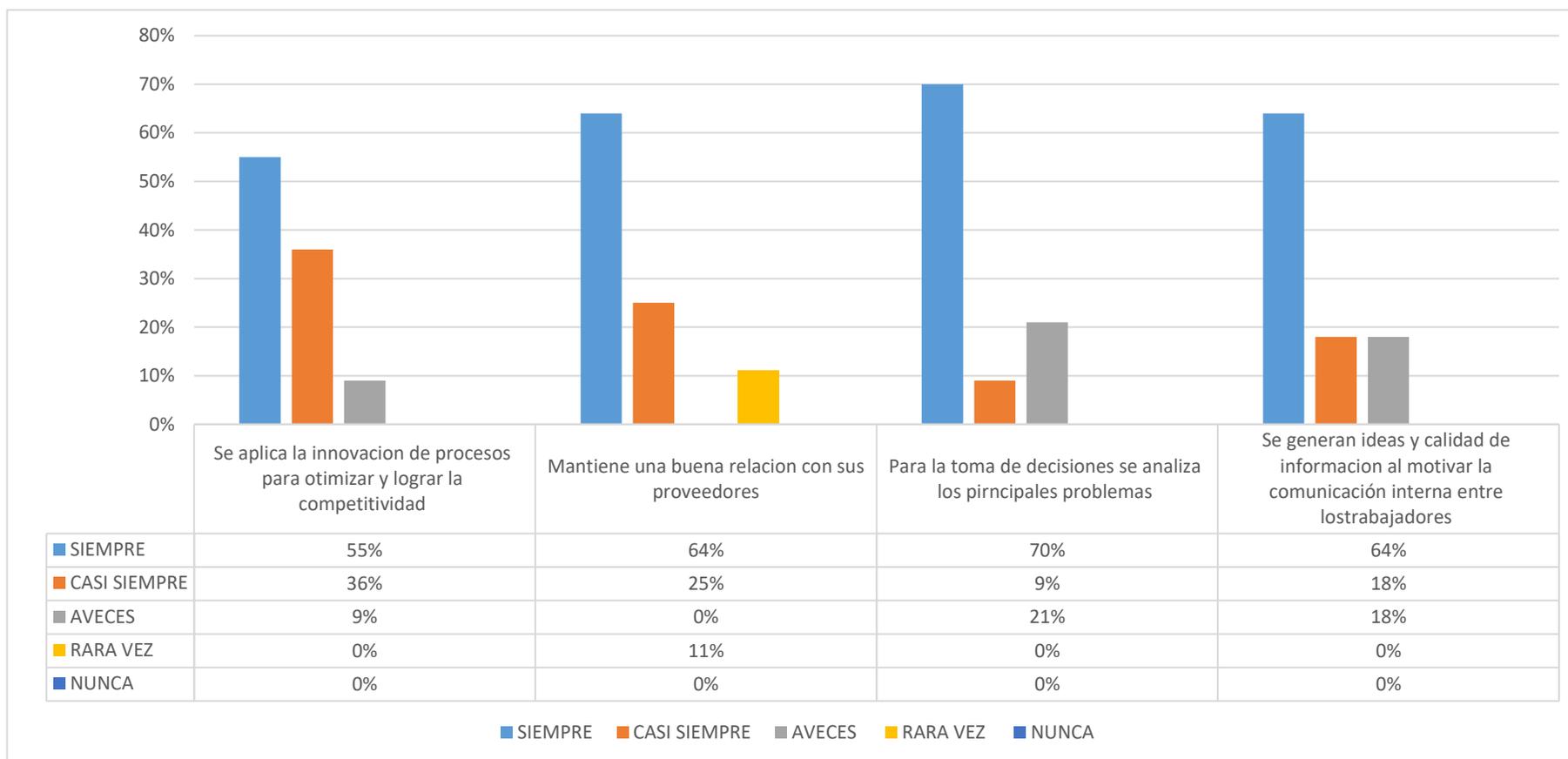
Objetivos Específicos 1: Determinar las características de la gestión de calidad en el restaurante Arriba Perú en el distrito de Querecotillo - Sullana, 2024.

Tabla 1. Características de la Gestión de Calidad en el restaurante ARRIBA PERU del distrito de Querecotillo - Sullana, 2024.

Características de la Gestión de Calidad	N	%
Se aplica la innovación de procesos para optimizar, y lograr la competitividad.		
Siempre	7	55.00
Casi Siempre	3	36.00
Aveces	1	9.00
Rara vez	0	00.00
Nunca	0	00.00
Total	11	100.00
Mantiene una buena relación con sus proveedores		
Siempre	8	64.00
Casi Siempre	2	25.00
Aveces	0	00.00
Rara Vez	1	11.00
Nunca	0	00.00
Total	11	100.00
Para la toma de decisiones se analiza los principales problemas		
Siempre	8	70.00
Casi Siempre	1	9.00
Aveces	2	21.00
Rara Vez	0	00.00
Nunca	0	00.00
Total	11	100.00
Se Generan ideas y calidad de información al motivar la comunicación interna entre los trabajadores		
Siempre	7	64.00
Casi Siempre	2	18.00
Aveces	2	18.00
Rara Vez	0	00.00
Nunca	0	00.00
Total	11	100.00

Nota: Cuestionario aplicado a los trabajadores del restaurante ARRIBA PERU del distrito de Querecotillo- Sullana, 2024.

Figura 1. Características de la Gestión de calidad en el restaurante ARRIBA PERU del distrito de Querecotillo - Sullana, 2024.



Nota: Cuestionario aplicado a los trabajadores del restaurante ARRIBA PERU del distrito de Querecotillo- Sullana, 2024.

Objetivos Específicos 2: Identificar las características de la atención al cliente en el restaurante Arriba Perú del distrito de Querecotillo - Sullana, 2024.

Tabla 2. Características de la Atención al Cliente en el restaurante ARRIBA PERU del distrito de Querecotillo - Sullana, 2024.

Características de la Atención al Cliente	N	%
El restaurant ofrece información clara y precisa a sus clientes		
Siempre	28	68.60
Casi Siempre	6	26.40
Aveces	1	5.00
Rara vez	0	00.00
Nunca	0	00.00
Total	35	100.00
El personal posee habilidades y conocimiento del funcionamiento en atención al cliente		
Siempre	25	64.40
Casi Siempre	10	35.60
Aveces	0	00.00
Rara Vez	0	00.00
Nunca	0	00.00
Total	35	100.00
Se siente satisfecho con los alimentos que consume en el restaurant		
Siempre	29	80.00
Casi Siempre	6	20.00
Aveces	0	00.00
Rara Vez	0	00.00
Nunca	0	00.00
Total	35	100.00
El restaurant cumple con los beneficios que les brinda a sus clientes		
Siempre	30	72.00
Casi Siempre	4	22.30
Aveces	1	5.70
Rara Vez	0	00.00
Nunca	0	00.00
Total	35	100.00

CONTINUA...

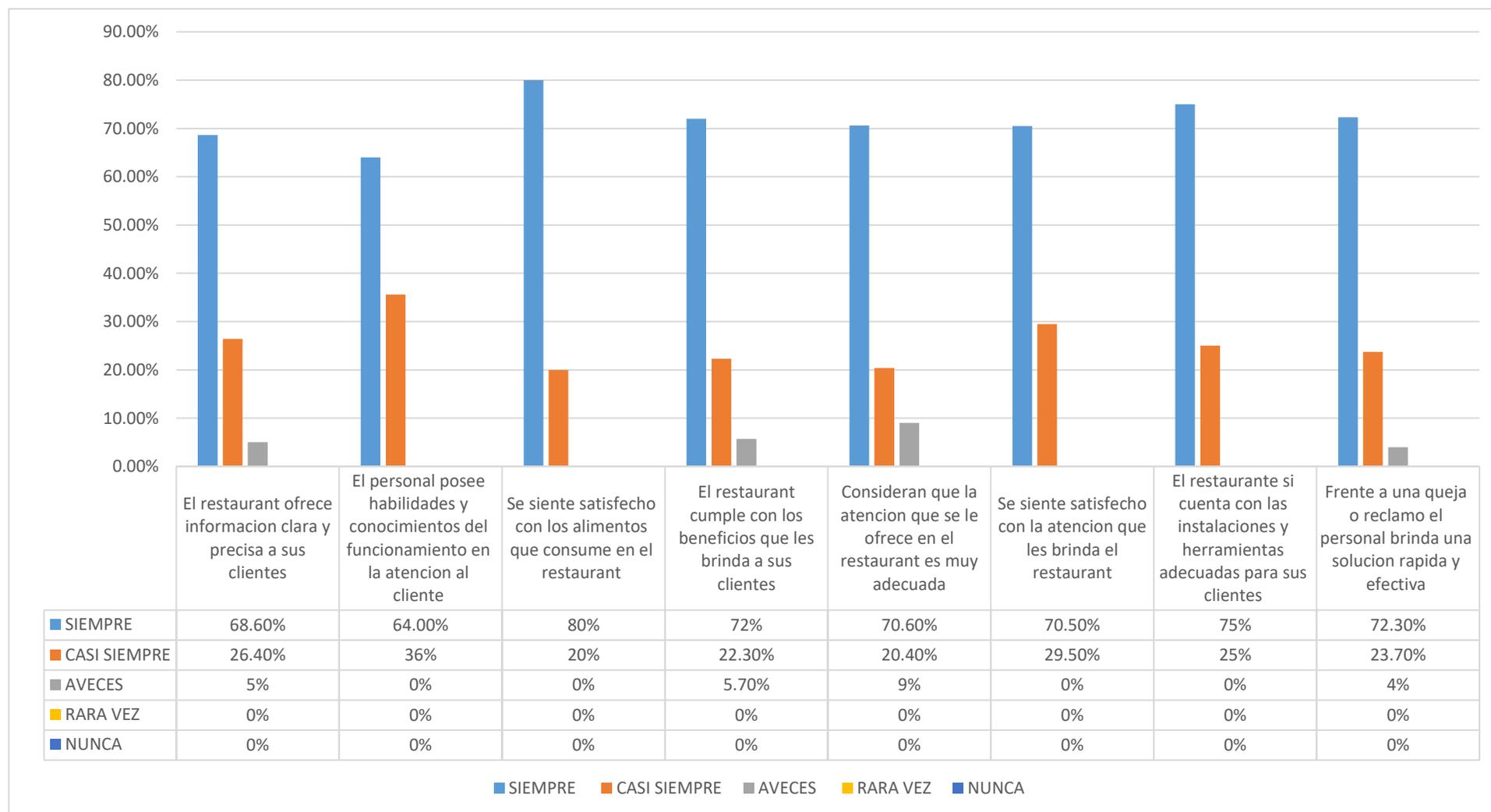
Objetivos Específicos 2: Identificar las características de la atención al cliente en el restaurante Arriba Perú del distrito de Querecotillo - Sullana, 2024.

Tabla 3. Características de la Atención al Cliente en el restaurante ARRIBA PERU del distrito de Querecotillo - Sullana, 2024.

Características de la Atención al Cliente	N	%
Considera que la atención que se le ofrece en el restaurant es muy adecuada		
Siempre	28	70.60
Casi Siempre	5	20.40
Aveces	2	9.00
Rara vez	0	00.00
Nunca	0	00.00
Total	35	100.00
Se siente satisfecho con la atención que les brinda el restaurant		
Siempre	27	70.50
Casi Siempre	8	29.50
Aveces	0	00.00
Rara Vez	0	00.00
Nunca	0	00.00
Total	35	100.00
El restaurante si cuenta con las instalaciones y herramientas adecuadas para sus clientes		
Siempre	30	75.00
Casi Siempre	5	25.00
Aveces	0	00.00
Rara Vez	0	00.00
Nunca	0	00.00
Total	35	100.00
Frente a una queja o reclamo el personal brinda una solución rápida y efectiva		
Siempre	26	72.30
Casi Siempre	8	23.70
Aveces	1	4.00
Rara Vez	0	00.00
Nunca	0	00.00
Total	35	100.00

Nota: Cuestionario aplicado a los Clientes del restaurante ARRIBA PERU del distrito de Querecotillo- Sullana, 2024.

Figura 2. Características de la atención al cliente en el restaurante ARRIBA PERU en el distrito de Querecotillo - Sullana, 2024



Nota: Cuestionario aplicado a los Clientes del restaurante ARRIBA PERU del distrito de Querecotillo- Sullana, 2024

Propuesta de Mejora.

Tabla 4. Propuesta de un plan de mejora de la Gestión de calidad y Atención al Cliente en el restaurante del distrito de Querecotillo - Sullana, 2024.

Variables	Indicadores	Problemas	causas	Consecuencia	Acciones de mejora	Responsable	Presu puesto
GESTION DE CALIDAD	Enfoque al Cliente	El 55% de los encuestados mencionan que La resolución de problemas es uno de los mayores desafíos del servicio al cliente. Seguro ya te has enfrentado a situaciones difíciles con tus clientes y seguirás haciéndolo en el futuro.	<ul style="list-style-type: none"> - La mala atención al cliente puede tener efectos realmente negativos en la imagen y desempeño del restaurante. - El personal tiene que brindar una atención adecuada a sus clientes y así lograr la fidelidad de los clientes. - La carta tiene que ser variada y con costos no muy altos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Cuando los trabajadores no conocen las consecuencias de las malas experiencias del servicio al cliente pueden ser muy graves, desembocando en diversos resultados tanto para los clientes como para el restaurant. - Las consecuencias más frecuentes es que los trabajadores tienen que mejorar cuando se realiza la atención a los clientes y así lograr una buena experiencia para sus clientes. - Las consecuencias que se producen es que cuentan con pocos clientes. 	<p>Crear un mejor servicio para los clientes para así definir el camino que se debe seguir para poder alcanzar las metas que tienen propuestas el restaurant, para ello se debe representar de una forma clara y realista los principios que dan la una identidad al restaurant.</p> <p>Realizar reuniones semanales para dar a conocer si se está cumpliendo con el servicio hacia el cliente de esta manera el personal estará muy comprometido con el restaurant.</p> <p>Realizar más orientaciones y así lograr una buena satisfacción a los clientes.</p>	Administrador del restaurant ARRIBA PERU	s/ 500
	Liderazgo	El 64% de los encuestados menciona que la falta de liderazgo desencaden a una serie de problemas graves	- La posible causa es que a veces los dueños de la empresa no tienen el don de ser un buen líder para así dar la	- Las consecuencias del mal liderazgo en los restaurantes nos indican una clara falta de capacidades y habilidades de	Realizar Un liderazgo efectivo impulsa la productividad, aumenta la motivación de los trabajadores y fomenta un ambiente de trabajo positivo. Además, mejora la toma de decisiones y la resolución de	Administrador del restaurant ARRIBA PERU	s/ 800

		para las empresas que debemos evitar a toda costa.	<p>motivación a ser mejor a sus trabajadores.</p> <p>- Las causas de un liderazgo es que el dueño tiene que ser un buen líder para sus trabajadores y para la empresa.</p> <p>- Las causas de un mal liderazgo en las empresas es por las malas decisiones que toman los dueños de los restaurantes.</p>	<p>liderazgo por parte del dueño del restaurant.</p> <p>- Sin duda, afectará a sus colaboradores en forma de malestar.</p> <p>- El mal liderazgo ocasionara desmotivación, quejas, miedos y un sinfín de emociones y conductas negativas.</p>	<p>problemas, lo que conduce al éxito a largo plazo del restaurant.</p> <p>-Establecer una visión clara y compartida.</p> <p>-Fomentar la comunicación abierta y efectiva.</p> <p>-Promover el desarrollo profesional y personal.</p>		
	Participación del personal	El 64 % de los encuestados menciona que Hay personales que con mala actitud y la falta de compromiso no hacen su labor de ser generoso con los clientes.	<p>- A veces hay trabajadores que no ponen de su mejor empeño al atender a sus clientes.</p> <p>- Las causas de una mala atención a sus clientes se realizada por la mala capacidad que tiene sus trabajadores.</p>	<p>- Las consecuencias en la falta de participación del personal nos indica que la falta de capacitaciones a sus trabajadores perjudica al restaurant.</p> <p>- La consecuencia de una mala participación de los trabajadores hacia los clientes sucede cuando los trabajadores no cuentan con una buena</p>	<p>-Realizar más reuniones entre los dueños y los trabajadores para así permitirles dar su opinión sobre las decisiones que puedan afectar al restaurant y así lograr una mejora a la empresa.</p> <p>-Realizar semanalmente reuniones o charlas para sus empleados y así puedan tener más control sobre su trabajo cuando participan en las tomas de decisiones y así mejorar el restaurant en un corto o largo plazo.</p>	Administrador del restaurant ARRIBA PERU	s/ 400

			<ul style="list-style-type: none"> - La causas de una mala experiencia es porque los dueños no cuentan con las opiniones de los trabadores y los clientes. 	<ul style="list-style-type: none"> capacitación para la mejora de la participación de sus trabajadores. - La consecuencia más común es que los dueños A veces no cuenta con las ideas que brinda su personal de trabajo. 	<ul style="list-style-type: none"> -Realizar charlas para lograr que tanto el dueño y los trabajadores puedan intercambiar opiniones o ideas para lograr una mejor atención y así lograr los objetivos que tiene el restaurante. 		
ATENCION AL CLIENTE	Comunicación	<p>El 68.60% de los encuestados mencionan que La mala comunicación de los trabajadores hacia los clientes puede irritar a los consumidores e impactar negativamente en las ventas del restaurant.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - La mala comunicación entre los trabajadores y sus clientes pueden conlleva a una mala experiencia por parte de nuestros clientes. - Las causas de una mala comunicación suceden por la poca experiencia que tiene los trabajadores al realizar la comunicación con sus clientes. - Las causas más comunes de la mala 	<ul style="list-style-type: none"> - Una de las consecuencias más obvias de una mala comunicación es la aparición de malos entendidos y conflictos que pueden suceder entre los clientes y los trabajadores. -Si no expresamos nuestras ideas de forma clara y precisa, es fácil que los destinatarios malinterpreten el mensaje. - Para evitar estos malentendidos, se debe mantener una buena comunicación entre empleados y clientes para así lograr que no 	<ul style="list-style-type: none"> - Realizar más capacitaciones para los trabajadores para poder lograr que a la hora de atender que pueda brindar una mejor comunicación para los clientes y poder lograr que nuestros consumidores se sientas muy satisfechos con la comunicación clara y precisa que les brinda el restaurant. -Realizar capacitaciones semanalmente para dar a conocer a los trabajadores de como brindarles una mejor comunicación a sus clientes. -Realizar orientaciones quincenales a sus trabajadores sobre la buena comunicación que se les debe brindar a los consumidores del restaurant. 	Administrador del restaurant ARRIBA PERU	s/ 600

			comunicación es que los empleados no cuentan con charlas para brindar una mejor atención.	haya malos entendidos entre los clientes y los trabajadores.			
	Experiencia para los Clientes	El 70.60% de los encuestados mencionan que deben Brindar una mejor experiencia a los clientes significa que debemos entender sus necesidades y ofrecer soluciones antes, durante y después de la compra. Un acto tan simple que te evitará muchos problemas con los clientes y así lograr una buena experiencia por parte de los clientes.	<ul style="list-style-type: none"> - Para lograr una mejor experiencia por parte de nuestros clientes se tiene que brindar una buena atención al cliente y así lograr la fidelidad por parte de nuestros clientes. - Las causas de una buena experiencia para sus clientes se tiene que brindar lo mejor para sus clientes tanto en la atención como en los alimentos y instalaciones. 	<ul style="list-style-type: none"> - Las consecuencias que se pueden encontrar en el restaurant son que la empresa debe de brindarles una buena experiencia para sus clientes y así poder lograr la fidelidad por parte de nuestros clientes y así ser muy reconocidos por la experiencia que se brinda en el restaurante. - Las consecuencias que se pueden encontrar es que para lograr una satisfacción de nuestros clientes se tiene que lograr brindarles una bonita experiencia a sus clientes. 	<p>Realizar una Mejora a la experiencia del cliente consiste en encontrar un equilibrio entre lo que los clientes quieren y lo que el restaurante puede ofrecer. Esta tarea implica una comprensión profunda de las necesidades y una comprensión de cómo marcar la diferencia con una experiencia inolvidable, en lugar de utilizar múltiples estrategias que aborden múltiples aspectos a la vez.</p> <p>Mejorar en la atención que se les brinda a sus clientes y así lograr una mejor experiencia para sus consumidores.</p> <p>Mejorar la infraestructura del restaurante para una mejor experiencia para sus clientes.</p>	Administrador del restaurant ARRIBA PERU	s/ 1,500

	<p>Instalaciones</p>	<p>El 75% de los encuestados menciona que La posible causa de una mala experiencia en los restaurantes se da por no contar con unas buenas instalaciones y buenas herramientas de trabajo para el restaurante.</p>	<p>- Los restaurantes Aveces no cuenta con unas buenas instalaciones y para lograr una mejor experiencia a sus clientes se tiene que contar con instalaciones muy buenas para sus consumidores.</p> <p>- Las causas de unas buenas instalaciones es cuando la empresa realizar una bonita experiencia tanto en las instalaciones como en el servicio que se brinda en el restaurant.</p> <p>-Las causas de las malas instalaciones es que Aveces los dueños de las empresas no implementan buenas instalaciones y es muy importante ahora contar con buenas Instalaciones eso conlleva a que los clientes puedan disfrutar una linda experiencia.</p>	<p>- Las consecuencias que se encuentran cuando el restaurant cuenta con malas instalaciones es que el cliente no se siente cómodo con lo que le brinda el restaurant no solo en lo que consumen si no como es la atención o si sus instalaciones son adecuadas para sus clientes.</p> <p>- Las consecuencias que se encuentran en las instalaciones de la empresa es que no cuentan con buenas instalaciones y herramientas de trabajo para brindar una atención adecuada para sus clientes.</p> <p>- Las consecuencias que se dan mucho en los restaurantes es por la malas instalaciones que cuentan y eso conlleva a que el clientes se sienta insatisfecho con la imagen que brinda el restaurant.</p>	<p>Realizar una mejora de sus instalaciones y herramientas de trabajo para así lograr un mejor servicio para sus clientes y poder dar una buena imagen a los consumidores y así ellos puedan recomendar el restaurant y así lograr los objetivos que tiene la empresa.</p> <p>Mejorar la imagen del restaurant</p> <p>Mejorar en las herramientas de cocina.</p> <p>Mejorar en la infraestructura del restaurant.</p>	<p>Administrador del restaurant ARRIBA PERU</p>	<p>s/ 2,000</p> <hr/> <p>s/5,800</p>
--	-----------------------------	--	---	---	---	--	--

V. Discusión

Objetivos específicos 1: Determinar las características de la gestión de calidad en el restaurante Arriba Perú en el distrito de Querecotillo - Sullana, 2024.

El 73% de los Trabajadores mencionaron que siempre en la toma de decisiones se analiza los principales problemas en el restaurant, estos datos coinciden con lo hallado por Lozada (2019), la siguiente tesis que esta titulada Gestión de la calidad en el servicio al cliente de las MYPES comercializadoras en Ecuador, quien apporto que el 70% de los trabajadores mencionan que en la toma de decisiones siempre analizan los principales problemas que suceden en el restaurante, de igual forma coincide con Guerrero (2019), en su tesis titulada gestion de calidad y atencion al clientes en los restaurantes de chimbote, quien apporto que el 80% de los trabajadores nos mencionan que en la toma de decisiones se analizan los principales problemas que se encuentran en el restaurant, El análisis y la toma de decisiones informados permiten a las empresas anticipar desafíos, identificar oportunidades y responder eficazmente a las demandas cambiantes del mercado. Además, estas habilidades son fundamentales para garantizar la optimización de los recursos, minimizar los riesgos y lograr los objetivos establecidos en la empresa.

El 70% de los Trabajadores mencionaron que siempre se generan ideas y calidad de información al motivar la comunicación interna entre los trabajadores, estos datos coinciden con lo hallado por Sosa (2019), en su tesis titulada Atención al Cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Servicio, rubro restaurant de Piura, 2019, quien apporto que el 72.80% de los trabajadores mencionaron que si generan sus ideas y calidad de información para mejorar la comunicación de los trabajadores hacia sus clientes, de igual forma coincide con Villanueva (2021), en su tesis titulada Gestión de Calidad Y Caracterización de la Competitividad de las MYPE sector servicio Gastronómico rubro Restaurantes comida marina de Talara, quien apporto que el 65% de los trabajadores si generan ideas y calidad de información al motivar la comunicación interna entre los trabajadores, Los encuestados mencionan que la comunicación interna incluye información y relaciones entre una organización y sus colaboradores, con el objetivo de mantener interacciones abiertas y decididas con ellos. Se logra a través de contenidos difundidos a través de canales internos para informar, educar,

inspirar, motivar y reforzar la cultura corporativa. Al promover la comunicación interna, los empleados se sienten parte de la empresa, valoran lo que la organización hace por ellos y se comprometen más con el logro de los objetivos comerciales. Además, se desarrolla un ambiente de trabajo apropiado y ético.

El 64% de los Trabajadores mencionaron que siempre se mantiene una buena relación con sus proveedores, estos datos coinciden con lo hallado por Torres (2021), en su tesis titulada gestión de calidad y atención al cliente en los restaurantes de Piura, quien aportó que el 60% de los trabajadores mencionaron que mantienen una buena relación con sus proveedores, de igual forma coincide con López (2019), en su tesis titulada Gestión de calidad de servicio al cliente en las pollerías del distrito de Quillabamba la convención departamento de Cusco - 2019, quien aportó que el 55% de los trabajadores que mantiene una relación muy buena con los proveedores, Mantener buenas relaciones con los proveedores puede crear un enorme valor para todo tipo de empresas, además de ayudar a fortalecer la cadena de suministro. Para lograr esto, las organizaciones deben cambiar las prácticas tradicionales de gestión de proveedores y avanzar hacia un enfoque más técnico y colaborativo.

El 55% de los Trabajadores mencionaron que siempre se aplican la innovación de procesos para optimizar y lograr la competitividad, estos datos coinciden con lo hallado por Valencia (2019), en su tesis titulada Gestión de calidad de servicio al cliente en las pollerías del distrito de Quillabamba la convención departamento de Cusco - 2019, quien encontró los siguientes resultados 60% de los jefes siempre mencionan que si aplican la innovación de procesos para optimizar y lograr la competitividad del restaurant, de igual forma coincide con Lozada (2019), en su tesis titulada gestión de calidad y atención al cliente en los restaurantes de Chimbote, quien aportó que el 77% de jefes si consideran en aplicar la innovación de procesos para optimizar y lograr la competitividad en el restaurant, el dueño del restaurant nos fomenta que se debe aplicar la innovación de procesos donde nos permiten repensar los flujos de trabajo del restaurant, lo que es un paso muy importante para optimizar tus operaciones comerciales. La es la clave del éxito en cualquier negocio. La capacidad es de adaptarse y evolucionar en un entorno empresarial en constante cambio es fundamental para el crecimiento y la supervivencia a largo plazo.

Objetivos Específicos 2: Identificar las características de la atención al cliente en el restaurante Arriba Perú del distrito de Querecotillo - Sullana, 2024.

El 80% de los clientes mencionaron que siempre se sienten satisfechos con los alimentos que consumen en el restaurant, estos datos coinciden con lo hallado por Aquino (2019), la siguiente tesis que esta titulada Gestión de Calidad en Atención al Cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro restaurantes del Distrito de Sayán, Provincia de Huaura año 2019, quien aporó que el 70% de los clientes encuestados están totalmente de acuerdo en cuanto a si los alimentos ofrecidos fueron al agrado de ellos, de igual forma coincide con Campos (2019), la siguiente tesis que esta titulada Caracterización de la Atención al Cliente y de la Gestión de Calidad en las micro y pequeñas empresas de servicios Rubro Restaurant, Año 2018. quien menciona que el 65% de los encuestados siempre se sienten satisfechos con los alimentos que consumen en el restaurante, La experiencia del cliente en un restaurante se genera a través de cada punto de contacto que ocurre entre el restaurante y sus clientes, y a través de cualquier canal de comunicación a través del cual el cliente tiene acceso. En un sector tan grande como el negocio de los restaurantes, se tiene que asegurar una buena experiencia al cliente es una de las ventajas competitivas más importantes, porque cuanto mejor sea, mayores serán las posibilidades de fidelizar, incrementar el precio medio por cliente y captar nuevos clientes.

El 75% de los clientes mencionaron que siempre el restaurante si cuenta con las instalaciones y herramientas adecuadas para sus clientes, estos datos coinciden con lo hallado por Rosas (2019), en su tesis titulada Percepción de la atención al cliente y calidad del servicio en los restaurantes de comida rápida de la ciudad de Cali, Quien aporó que el 70% de los encuestados mencionaron que las instalaciones son muy adecuadas para sus clientes y si cuentan con herramientas de trabajo adecuadas para la preparación de los alimentos y para la atención para sus clientes y así lograr la fidelidad de los clientes hacia el restaurant, de igual forma coincide con Suarez (2019), en su tesis titulada Atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes y de servicio móvil de comidas, distrito de Huaraz, 2019, quien aporó que el 63.64% de los clientes encuestados señalan que el establecimiento, equipos y herramientas son muy útiles para el restaurante y así poder lograr brindar una mejor atención hacia los clientes, para lograr ser uno de los mejores restaurantes se tiene que contar con buenas instalaciones y muy buenas herramientas para poder brindar

una buena atención y así lograr que nuestros clientes se sientan muy satisfechos con el servicio que le brinda el restaurante.

El 72% de los clientes mencionaron que siempre el restaurant cumple con los beneficios que les brinda a sus clientes, estos datos coinciden con lo hallado por Carrasco (2019), calidad del servicio para aumentar la satisfacción del cliente de la asociación share, sede Huehuetenango, quien aporó que el 69.44% de los clientes afirma que, si cumplen con los beneficios que les brinda el restaurante, de igual forma coincide con Guerrero (2019), en su tesis titulada Mejora continua del servicio al cliente mediante ServQua y Red de Petri en un Restaurante de Santa Marta, Colombia, quien aporó que los clientes siempre se sienten satisfechos con los beneficios que les brinda el restaurante, La fidelización de los clientes implica al desarrollo de estrategias que establezcan relaciones de confianza con los clientes y los motiven a volver con regularidad. No se trata sólo de un excelente servicio y platos deliciosos; se trata de ofrecer una experiencia consistente y excepcional a largo plazo.

El 72% de los clientes mencionan que siempre que se encuentran frente a una queja o reclamo el personal les brinda una solución rápida y efectiva, estos datos coinciden con lo hallado por García (2019), en su tesis titulada Gestión bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del Sector Servicios, rubro Restaurant, departamento de lima, quien aporó que el 70% de los clientes encuestados mencionaron que el restaurant siempre les brinda soluciones rápidas a las quejas y reclamos de sus clientes, de igual forma coincide con Valdivieso (2018), en su tesis titulada Caracterización de la atención al cliente y Gestión de calidad en las MYPE rubro pollerías del Distrito de Vice – Secura Año 2018, quien aporó que el 65% de los clientes señalan que el restaurante brinda una solución rápida de quejas o reclamos a los clientes, El restaurante cuenta con una respuesta rápida cuando se presenta una queja o reclamo de los clientes con eso se puede lograr una mejor experiencia para nuestros clientes y así lograr que el restaurant crezca más y sea muy reconocido por la experiencia que se vive en el restaurant.

El 71% de los clientes mencionaron que siempre se sienten satisfechos con la atención brindada por el restaurante, estos datos coinciden con lo hallado por Guerrero (2019), en su tesis titulada gestion de calidad y atencion al clientes en los restaurantes de chimbote, quien aporó que el 81.6% de los encuestados mencionan que los clientes se sienten muy feliz con la atención que le brinda el restaurante, de igual forma coincide con

Rosas (2019), en su tesis titulada Percepción de la atención al cliente y calidad del servicio en los restaurantes de comida rápida de la ciudad de Cali, quien aporta que el 65% de los encuestados mencionan que el restaurante les brinda una buena atención a sus clientes para poder lograr su satisfacción, Para lograr una mejor satisfacción para los clientes el restaurant tiene que maximizar la experiencia del cliente en restauración es un trabajo podríamos decir casi artesanal, que requiere de atención y esfuerzo constantes por parte de todos los empleados. Porque su objetivo es acercarse cada vez más al excelente servicio, teniendo en cuenta que cuando el cliente entra a nuestros restaurantes espera no sólo una buena comida, sino también un buen servicio.

El 70% de los clientes mencionaron que siempre consideran que la atención que se les ofrece en el restaurant es muy adecuada para los clientes, estos datos coinciden con lo hallado por García (2018), en su tesis titulada Gestión bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del Sector Servicios, rubro Restaurant, departamento de lima, quien aporta 55% de los encuestados mencionan que con respecto al servicio en general fue muy satisfactorio para los clientes, de igual forma coincide con Aquino (2019), la siguiente tesis que esta titulada Gestión de calidad y atención al cliente de la Mypes rubro restaurant cevichería karaoke Ingrid de la ciudad de Sullana, año 2019, quien aporta que el 66% de los encuestados están totalmente de acuerdo con la atención que se les brinda a los clientes, para lograr una mejor fidelidad por parte de los clientes los restaurantes tienen que mejorar para brindar una mejor atención hacia sus clientes Para ello, con la logística en el servicio al cliente de un restaurante, puedes implementar algunas buenas prácticas para aumentar la eficiencia de los flujos de trabajo en el restaurant.

El 68% de los Clientes mencionaron que siempre el restaurant ofrece la información clara y precisa a sus clientes, estos datos coinciden con lo hallado por Campos (2022), en su tesis titulada Caracterización de la Atención al Cliente y de la Gestión de Calidad en las micro y pequeñas empresas de servicios Rubro Restaurant, Año 2018, quien aporta que el 67.90% de los clientes mencionaron que siempre consideran que se brinda información oportuna sobre los servicios, de igual forma coincide con Villanueva (2021), en su tesis titulada Gestión de Calidad Y Caracterización de la Competitividad de las MYPE sector servicio Gastronómico rubro Restaurantes comida marina de Talara, quien menciona que el 66.67% de los clientes mencionaron que siempre consideran que, si se resuelven sus dudas lo más pronto posible, los encuestados nos mencionan que el restaurante si les ofrece una

información clara y muy precisa a sus clientes un buen servicio de atención al cliente debe ser veloz en su tiempo de respuesta y en la solución a las exigencias del consumidor. Esto significa que las empresas deben contar con canales de comunicación efectivos y suficientes personas y herramientas para responder de manera inmediata a cualquier información que necesite el cliente.

El 64% de los clientes mencionaron que siempre el personal posee habilidades y conocimientos del funcionamiento en la atención hacia el cliente, estos datos coinciden con lo hallado por Fernández (2021), la siguiente tesis que esta titulada Gestión bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del Sector Servicios, rubro Restaurant, departamento de lima, año 2021, quien aporó que el 80% de los encuestados mencionan que los trabajadores si poseen habilidades y conocimientos sobre la atención al cliente, de igual forma coincide con Lozada (2019), en su tesis titulada gestion de calidad y atencion al clientes en los restaurantes de chimbote , quien aporó que El 60% de los encuestados mencionaron qué están parcialmente de acuerdo con el uso de sus habilidades y conocimientos que tienen sobre la atención que se les debe brindar al cliente, Los trabajadores deben de demostrar su habilidades y conocimientos sobre una buena atención hacia sus clientes incluyendo las habilidades comunicativas y habilidades organizativas, así como la experiencia en atención al cliente y las herramientas necesarias para mejorarlas y, de este modo, ayudar a los representantes de servicio al cliente a ofrecer el mejor servicio que puedan.

Objetivos Específicos 3: Elaborar el plan de mejora de la gestión de calidad para la atención al Cliente en los restaurantes en el distrito de Querecotillo - Sullana, 2024

PLAN DE MEJORA

1. Datos Generales:

Nombre Comercial: Restaurante ARRIBA PERU.

Dirección: En el distrito de Querecotillo – Sullana.

2. Misión:

Somos un restaurante dedicado a brindar una atención muy satisfactoria adecuada a la necesidad de los clientes, con una extensa carta de buenos platos, basándose en la gran experiencia y el buen reconocimiento que tienen los cocineros.

3. Vision:

La visión del restaurante es ser muy reconocidos por brindar a nuestros clientes las mejores sensaciones y momentos inolvidables. Logrando así que nuestros clientes tengan una buena experiencia y lograr la fidelidad de nuestros clientes y así brindar un mejor futuro para el restaurante y para nuestros clientes.

4. Objetivos Empresariales:

Brindar un buen servicio con una excelente calidad, permitiendo a los clientes pasar momentos muy agradables con familiares y amigos, disfrutara de deliciosos desayunos, almuerzos y cenas. Para ello seguiremos los siguientes objetivos:

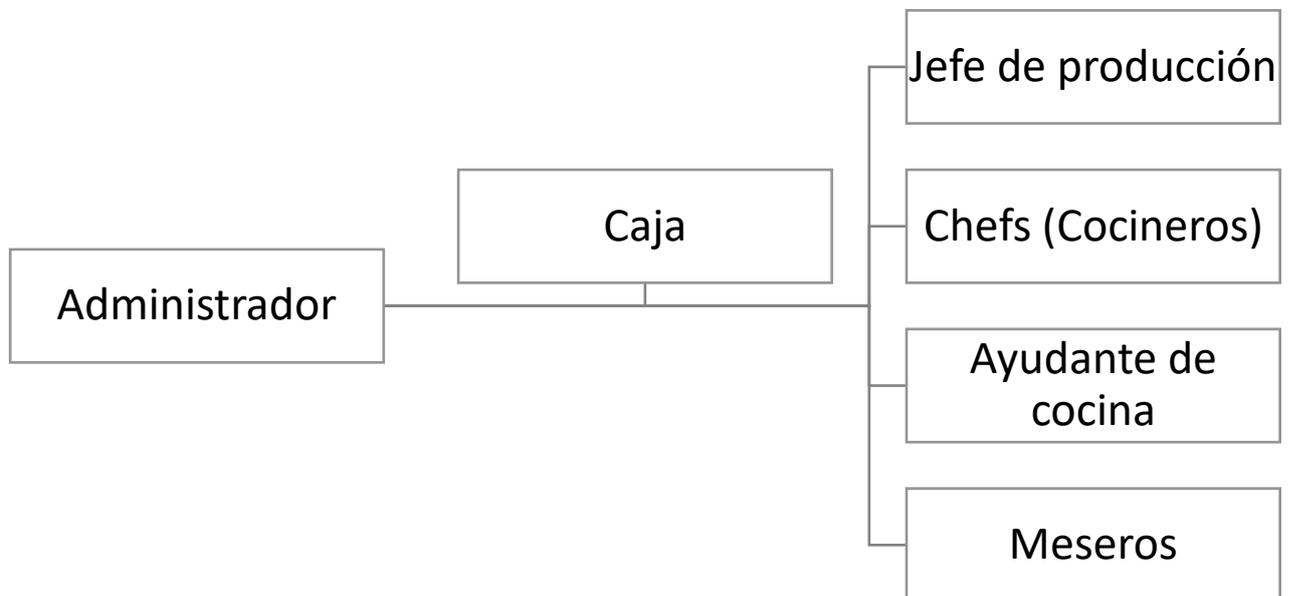
- Lograr Capacitaciones constantemente a sus trabajadores.
- Fidelización de los clientes.
- Lograr una excelente atención hacia sus clientes.
- Mejorar la eficiencia de las actividades en un 20% a través de la creación de un manual de organización y funciones.

5. Servicios

El restaurante ofrecer una variedad de platos y estos son:

- Rondas marinas
- Rondas criollas
- Ceviches
- Arroz con marisco
- Chicharon de pescados
- Costillas de chanco
- Seco de chabelo
- Cabrito

6. Organigrama



6.1. Descripción de Funciones

Cargo	ADMINISTRADOR
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> • Licenciado en Administración. • Cursos en Mercadeo. • Cursos de Finanzas. • Cursos de Logística.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> • Se Planificará los objetivos generales y específicos del restaurante a corto y largo plazo. • Se Organizará una estructura al restaurante actual y a futuro; como también de las funciones y los cargos. • Dirigir el restaurante, tomar decisiones, supervisar y ser un líder dentro del restaurant. • Se Controlara las actividades que se planificaron y fueron comparados con lo que se ha realizado y poder detectar las desviaciones o diferencias.
Cargo	CAJA
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> • Bachiller en contabilidad • Curso de cajero bancario. • Cuentan con Experiencia mínima de dos años en un puesto similar.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> • Realiza el cobro • Emite boletas y facturas • Realiza arqueo de caja diariamente.
Cargo	CHEFS
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> • Graduado en artes culinarias y gastronomía. • Cuenta con experiencia mínima de un año en un puesto superior o similar. • Tiene capacidad de atención y de organización.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> • Organiza las preparaciones de la comida • Supervisa y capacita al personal de cocina.

	<ul style="list-style-type: none"> • Monitorea la calidad de los alimentos. • Elabora los menús.
	<ul style="list-style-type: none"> • Selecciona los ingredientes. • Mantener la limpieza y seguridad de la cocina.
Cargo	AYUDANTES DE COCINA
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> • Cuenta con Curso de gastronomía. • Cuenta con una experiencia mínima de un año en el puesto de cocina. • Cuenta con Higiene y seguridad integral.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> • Apoya al Chef en las tareas que se le requiera. • Medir y mezclar los ingredientes. • Mantiene limpia su área de trabajo. • Prepara los platos para que el chef sirva. • Controlar las existencias e informar al supervisor cuando se necesite hacer más pedidos.
Cargo	MESEROS
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> • Tiene experiencia mínima de un 1 año en los restaurantes. • Cuenta con capacitaciones para una mejor atención al cliente.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> • Atención al comensal. • Tomar orden del comensal • Constantemente presentarse en la mesa para saber si el cliente necesita algo. • Llevar los platillos a la mesa. • Cuidado y limpieza de su sector de trabajo. • Ser cordial.

7. Diagnostico General

ANALISIS DE FODA	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
	<p>O.1. Ampliación de la infraestructura del restaurante.</p> <p>O.2. Oportunidades de capacitaciones sobre temas como la gestión de calidad y atención hacia el cliente.</p> <p>O.3. Lograr un Crecimiento económico en el mercado Querecotillano y mayores Fuentes de financiamiento.</p>	<p>A.1. Restaurantes con productos sustitutos como la comida rápida.</p> <p>A.2. EL Crecimiento de la competencia, con personal muy capacitado.</p> <p>A.3. Tecnología y procedimientos automatizados.</p>
FORTALEZA	ESTATEGIAS- FO	ESTRATEGIA - FA
<p>F.1. Contar con unos trabajadores con experiencia mínima de 1 año.</p> <p>F.2. Logra una Buena calidad en la prestación del servicio</p> <p>F.3. Rapidez en la atención y clientes fidelizados.</p>	<p>F.1, F.2, O.2, O.3. Capacitar a los trabajadores sobre la gestión de calidad y atención al cliente y así lograr una mejor satisfacción para sus clientes.</p> <p>F.3, O.1. Lograr una Mayor decoración y mejor ubicación de mesas para sus clientes (con música o televisión)</p>	<p>F.1, F.3, A.1, A.2. Mejorar la experiencia a través del servicio brindado a los clientes, desincentivando la entrada de nueva competencia a través de brindarles cupones de descuento por la visita de un determinado número de veces al restaurante.</p> <p>F.2, A.3. Lograr Implementar tecnología que nos permita mejorar el proceso de la preparación de los platos.</p>
DEBILIDADES	ESTRATEGIAS - DO	ESTRATEGIA - DA
<p>D.1. Cuenta con Poco personal y sin capacitaciones sobre la atención que se debe brindar.</p> <p>D.2. Falta de control de los recursos.</p> <p>D.3. No emplean publicidad del negocio.</p>	<p>D. 1, D.2, O.1, O.3.</p> <p>Realizar contrataciones de trabajadores con buena experiencia y también se tiene que ampliar el local, para colocar de manera más ordena los recursos.</p> <p>D.3, O.2. Contratar un profesional de marketing para que oriente qué medio de comunicación sería mejor para implementar las ventas en el restaurante.</p>	<p>D.1, D.2, A.1, A.2. Realizar estudios de mercado (competencia), para así poder realizar benchmarking de algunas acciones buenas que se realicen y adaptarlas al restaurante de la mejor manera.</p> <p>D.3, A.3. Realizar publicidad a través de nuevos avances tecnológicos (paneles digitales).</p>

8. Indicadores de Gestión

INDICADOR	PROBLEMA	CAUSA	CONSECUENCIA
Enfoque al cliente	El 55% de los encuestados mencionan que la resolución de problemas es uno de los mayores desafíos del servicio al cliente. Seguro ya te has enfrentado a situaciones difíciles con tus clientes y seguirás haciéndolo en el futuro.	<ul style="list-style-type: none"> - La mala atención al cliente puede tener efectos realmente negativos en la imagen y desempeño del restaurant. - El personal tiene que brindar una atención adecuada a sus clientes y así lograr la fidelidad de los clientes. - La carta tiene que ser variada y con costos no muy altos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Cuando los trabajadores no conocen las consecuencias de las malas experiencias del servicio al cliente pueden ser muy graves, desembocando en diversos resultados tanto para los clientes como para el restaurant. - Las consecuencias más frecuentes es que los trabajadores tienen que mejorar cuando se realiza la atención a los clientes y así lograr una buena experiencia para sus clientes. -Las consecuencias que se producen es que cuentan con pocos clientes.
Liderazgo	El 64% de los encuestados menciona que la falta de liderazgo desencadena una serie de problemas graves para las empresas que debemos evitar a toda costa.	<ul style="list-style-type: none"> - La posible causa es que a veces los dueños de la empresa no tienen el don de ser un buen líder para así dar la motivación a ser mejor a sus trabajadores. - Las causas de un liderazgo es que el dueño tiene que ser un buen líder para sus trabajadores y para la empresa. -Las causas de un mal liderazgo en las empresas es por las malas decisiones que toman los dueños de los restaurantes. 	<ul style="list-style-type: none"> - Las consecuencias del mal liderazgo en los restaurantes nos indican una clara falta de capacidades y habilidades de liderazgo por parte del dueño del restaurant. - Sin duda, afectará a sus colaboradores en forma de malestar, desmotivación, quejas, miedos y un sinnúmero de emociones y conductas negativas. - El mal liderazgo ocasionara desmotivación, quejas, miedos y un sinnúmero de emociones y conductas negativas.
Participación del Personal	El 64 % de los encuestados menciona que Hay personales que con mala actitud y la falta de compromiso no hacen su labor de ser generoso con los clientes.	<ul style="list-style-type: none"> - A veces hay trabajadores que no ponen de su mejor empeño al atender a sus clientes. - Las causas de una mala atención a sus clientes se realizada por la mala capacidad que tiene sus trabajadores. - La causas de una mala experiencia es porque los dueños no cuentan con las opiniones de los trabadores y los clientes. 	<ul style="list-style-type: none"> - Las consecuencias en la falta de participación del personal nos indica que la falta de capacitaciones a sus trabajadores perjudica al restaurant. - La consecuencia de una mala participación de los trabajadores hacia los clientes sucede cuando los trabajadores no cuentan con una buena capacitación para la mejora de la participación de sus trabajadores. - La consecuencia más común es que los dueños A veces no cuenta con las ideas que brinda su personal de trabajo.

<p>Comunicación</p>	<p>El 68.60% de los encuestados mencionan que La mala comunicación de los trabajadores hacia los clientes puede irritar a los consumidores e impactar negativamente en las ventas del restaurant</p>	<ul style="list-style-type: none"> - La mala comunicación entre los trabajadores y sus clientes pueden conllevar a una mala experiencia por parte de nuestros clientes. - Las causas de una mala comunicación suceden por la poca experiencia que tiene los trabajadores al realizar la comunicación con sus clientes. - Las causas más comunes de la mala comunicación es que los empleados no cuentan con charlas para brindar una mejor atención. 	<ul style="list-style-type: none"> - Una de las consecuencias más obvias de una mala comunicación es la aparición de malos entendidos y conflictos que pueden suceder entre los clientes y los trabajadores. - Si no expresamos nuestras ideas de forma clara y precisa, es fácil que los destinatarios malinterpreten el mensaje. - Para evitar estos malentendidos, se debe mantener una buena comunicación entre empleados y clientes para así lograr que no haya malos entendidos entre los clientes y los trabajadores.
<p>Instalaciones</p>	<p>El 75% de los encuestados menciona que La posible causa de una mala experiencia en los restaurantes se da por no contar con unas buenas instalaciones y buenas herramientas de trabajo para el restaurante.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Los restaurantes A veces no cuenta con unas buenas instalaciones y para lograr una mejor experiencia a sus clientes se tiene que contar con instalaciones muy buenas para sus consumidores. - Las causas de unas buenas instalaciones es cuando la empresa realizar una bonita experiencia tanto en las instalaciones como en el servicio que se brinda en el restaurant. - Las causas de las malas instalaciones es que A veces los dueños de las empresas no implementan buenas instalaciones y es muy importante ahora contar con buenas Instalaciones eso conlleva a que los clientes puedan disfrutar una linda experiencia. 	<ul style="list-style-type: none"> - Las consecuencias que se encuentran cuando el restaurant cuenta con malas instalaciones es que el cliente no se siente cómodo con lo que le brinda el restaurant no solo en lo que consumen si no como es la atención o si sus instalaciones son adecuadas para sus clientes. - Las consecuencias que se encuentran en las instalaciones de la empresa es que no cuentan con buenas instalaciones y herramientas de trabajo para brindar una atención adecuada para sus clientes. - Las consecuencias que se dan mucho en los restaurantes es por las malas instalaciones que cuentan y eso conlleva a que el cliente se sienta insatisfecho con la imagen que brinda el restaurant.

9. Problemas

PROBLEMA	SURGIMIENTO DEL PROBLEMA
<p>El 55% de los encuestados mencionan que la resolución de problemas es uno de los mayores desafíos del servicio al cliente. Seguro ya te has enfrentado a situaciones difíciles con tus clientes y seguirás haciéndolo en el futuro.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - La mala atención al cliente puede tener efectos realmente negativos en la imagen y desempeño del restaurant. - El personal tiene que brindar una atención adecuada a sus clientes y así lograr la fidelidad de los clientes. - La carta tiene que ser variada y con costos no muy altos.
<p>El 64% de los encuestados menciona que la falta de liderazgo desencadena una serie de problemas graves para las empresas que debemos evitar a toda costa.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - La posible causa es que a veces los dueños de la empresa no tienen el don de ser un buen líder para así dar la motivación a ser mejor a sus trabajadores - Las causas de un liderazgo es que el dueño tiene que ser un buen líder para sus trabajadores y para la empresa. -Las causas de un mal liderazgo en las empresas es por las malas decisiones que toman los dueños de los restaurantes
<p>El 64 % de los encuestados menciona que Hay personales que con mala actitud y la falta de compromiso no hacen su labor de ser generoso con los clientes.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - A veces hay trabajadores que no ponen de su mejor empeño al atender a sus clientes. - Las causas de una mala atención a sus clientes se realizada por la mala capacidad que tiene sus trabajadores. - La causa de una mala experiencia es porque los dueños no cuentan con las opiniones de los trabadores y los clientes.

<p>El 68.60% de los encuestados mencionan que La mala comunicación de los trabajadores hacia los clientes puede irritar a los consumidores e impactar negativamente en las ventas del restaurant</p>	<ul style="list-style-type: none"> - La mala comunicación entre los trabajadores y sus clientes pueden conllevar a una mala experiencia por parte de nuestros clientes. - Las causas de una mala comunicación suceden por la poca experiencia que tiene los trabajadores al realizar la comunicación con sus clientes. - Las causas más comunes de la mala comunicación es que los empleados no cuentan con charlas para brindar una mejor atención.
<p>El 75% de los encuestados menciona que La posible causa de una mala experiencia en los restaurantes se da por no contar con unas buenas instalaciones y buenas herramientas de trabajo para el restaurante.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Los restaurantes A veces no cuenta con unas buenas instalaciones y para lograr una mejor experiencia a sus clientes se tiene que contar con instalaciones muy buenas para sus consumidores. - Las causas de unas buenas instalaciones es cuando la empresa realizar una bonita experiencia tanto en las instalaciones como en el servicio que se brinda en el restaurant. -Las causas de las malas instalaciones es que A veces los dueños de las empresas no implementan buenas instalaciones y es muy importante ahora contar con buenas Instalaciones eso conlleva a que los clientes puedan disfrutar una linda experiencia.

10. Establecer Soluciones

INDICADOR	PROBLEMA	ACCIONES DE MEJORA
<p>Enfoque al cliente</p>	<p>El 55% de los encuestados mencionan que la resolución de problemas es uno de los mayores desafíos del servicio al cliente. Seguro ya te has enfrentado a situaciones difíciles con tus clientes y seguirás haciéndolo en el futuro</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Crear un mejor servicio para los clientes para así definir el camino que se debe seguir para poder alcanzar las metas que tienen propuestas el restaurant, para ello se debe representar de una forma clara y realista los principios que dan la una identidad al restaurant. - Realizar reuniones semanales para dar a conocer si se está cumpliendo con el servicio hacia el cliente de esta manera el personal estará muy comprometido con el restaurant. - Realizar más orientaciones y así lograr una buena satisfacción a los clientes.
<p>Liderazgo</p>	<p>El 64% de los encuestados menciona que la falta de liderazgo desencadena una serie de problemas graves para las empresas que debemos evitar a toda costa.</p>	<p>Realizar Un liderazgo efectivo impulsa la productividad, aumenta la motivación de los trabajadores y fomenta un ambiente de trabajo positivo. Además, mejora la toma de decisiones y la resolución de problemas, lo que conduce al éxito a largo plazo del restaurant.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Establecer una visión clara y compartida. 2. Fomentar la comunicación abierta y efectiva. 3. Promover el desarrollo profesional y personal.
<p>Participación del personal</p>	<p>El 64 % de los encuestados menciona que Hay personales que con mala actitud y la falta de compromiso no hacen su labor de ser generoso con los clientes.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Realizar más reuniones entre los dueños y los trabajadores para así permitirles dar su opinión sobre las decisiones que puedan afectar al restaurant y así lograr una mejora a la empresa. - Realizar semanalmente reuniones o charlas para sus empleados y así puedan tener más control sobre su trabajo

		<p>cuando participan en las tomas de decisiones y así mejorar el restaurant en un corto o largo plazo.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Realizar charlas para lograr que tanto el dueño y los trabajadores puedan intercambiar opiniones o ideas para lograr una mejor atención y así lograr los objetivos que tiene el restaurante.
Comunicación	<p>El 68.60% de los encuestados mencionan que La mala comunicación de los trabajadores hacia los clientes puede irritar a los consumidores e impactar negativamente en las ventas del restaurant</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Realizar más capacitaciones para los trabajadores para poder lograr que a la hora de atender que pueda brindar una mejor comunicación para los clientes y poder lograr que nuestros consumidores se sientan muy satisfechos con la comunicación clara y precisa que les brinda el restaurant. - Realizar capacitaciones semanalmente para dar a conocer a los trabajadores de como brindarles una mejor comunicación a sus clientes. - Realizar orientaciones quincenales a sus trabajadores sobre la buena comunicación que se les debe brindar a los consumidores del restaurant.
Instalaciones	<p>El 75% de los encuestados menciona que La posible causa de una mala experiencia en los restaurantes se da por no contar con unas buenas instalaciones y buenas herramientas de trabajo para el restaurant.</p>	<p>Realizar una mejora de sus instalaciones y herramientas de trabajo para así lograr un mejor servicio para sus clientes y poder dar una buena imagen a los consumidores y así ellos puedan recomendar el restaurant y así lograr los objetivos que tiene la empresa.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mejorar la imagen del restaurant 2. Mejorar en las herramientas de cocina. 3. Mejorar en la infraestructura del restaurant.

11. Recursos para la Implementación de las Estrategias.

Estrategias	Humanos	Económicos	Tecnológicos	Tiempo
<p>- Crear un mejor servicio para los clientes para así definir el camino que se debe seguir para poder alcanzar las metas que tienen propuestas el restaurant, para ello se debe representar de una forma clara y realista los principios que dan la una identidad al restaurant.</p> <p>- Realizar reuniones semanales para dar a conocer si se está cumpliendo con el servicio hacia el cliente de esta manera el personal estará muy comprometido con el restaurant.</p> <p>- Realizar más orientaciones y así lograr una buena satisfacción a los clientes.</p>	Administrador y colaborador	s/. 500.00	Computadoras, proyectores, internet, página web.	15 días
<p>-Realizar un liderazgo efectivo impulsa la productividad, aumenta la motivación de los trabajadores y fomenta un ambiente de trabajo positivo. Además, mejora la toma de decisiones y la resolución de problemas, lo que conduce al éxito a largo plazo del restaurant.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Establecer una visión clara y compartida. 2. Fomentar la comunicación abierta y efectiva. 3. Promover el desarrollo profesional y personal. 	Administrador y colaborador	s/. 800.00	Computadoras, hola de cálculo Excel, proyectores.	10 días
<p>- Realizar más reuniones entre los dueños y los trabajadores para así permitirles dar su opinión sobre las decisiones que puedan afectar al restaurant y así lograr una mejora a la empresa.</p> <p>- Realizar semanalmente reuniones o charlas para sus empleados y así puedan tener más control sobre su trabajo cuando participan en las tomas de decisiones y así mejorar el restaurant en un corto o largo plazo.</p> <p>- Realizar charlas para lograr que tanto el dueño y los trabajadores puedan intercambiar opiniones o ideas para lograr una mejor atención y así lograr los objetivos que tiene el restaurante.</p>	Administrador y colaborador	s/. 400.00	Computadoras, hola de cálculo Excel, proyectores.	10 días

<p>- Realizar más capacitaciones para los trabajadores para poder lograr que a la hora de atender que pueda brindar una mejor comunicación para los clientes y poder lograr que nuestros consumidores se sientan muy satisfechos con la comunicación clara y precisa que les brinda el restaurant.</p> <p>- Realizar capacitaciones semanalmente para dar a conocer a los trabajadores de como brindarles una mejor comunicación a sus clientes.</p> <p>- Realizar orientaciones quincenales a sus trabajadores sobre la buena comunicación que se les debe brindar a los consumidores del restaurant.</p>	<p>Administrador y colaborador</p>	<p>s/. 600.00</p>	<p>Computadoras, hora de cálculo Excel, proyectores.</p>	<p>10 días</p>
<p>-Realizar una mejora de sus instalaciones y herramientas de trabajo para así lograr un mejor servicio para sus clientes y poder dar una buena imagen a los consumidores y así ellos puedan recomendar el restaurant y así lograr los objetivos que tiene la empresa.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mejorar la imagen del restaurant 2. Mejorar en las herramientas de cocina. 3. Mejorar en la infraestructura del restaurant. 	<p>Administrador y colaborador</p>	<p>s/. 1,500.00</p>	<p>Computadoras, hora de cálculo Excel, proyectores.</p>	<p>15 días</p>
<p>Total</p>		<p>s/.3,800.00</p>		

12. Cronograma de Actividades.

Nº	ESTRATEGIAS	Fecha	Termino	Año 2024															
				Agosto				Setiembre				Octubre				Noviembre			
				1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	<p>-Crear un mejor servicio para los clientes para así definir el camino que se debe seguir para poder alcanzar las metas que tienen propuestas el restaurant, para ello se debe representar de una forma clara y realista los principios que dan la una identidad al restaurant.</p> <p>-Realizar reuniones semanales para dar a conocer si se está cumpliendo con el servicio hacia el cliente de esta manera el personal estará muy comprometido con el restaurant.</p> <p>-Realizar más orientaciones y así lograr una buena satisfacción a los clientes.</p>	01-08-24	15-08-24	x															
2	<p>Realizar Un liderazgo efectivo impulsa la productividad, aumenta la motivación de los trabajadores y fomenta un ambiente de trabajo positivo. Además, mejora la toma de decisiones y la resolución de problemas, lo que conduce al éxito a largo plazo del restaurant.</p> <p>1. Establecer una visión clara y compartida.</p> <p>2. Fomentar la comunicación abierta y efectiva.</p> <p>3. Promover el desarrollo profesional y personal.</p>	19-08-24	29-08-24																
3	<p>-Realizar más reuniones entre los dueños y los trabajadores para así permitirles dar su opinión sobre las decisiones que puedan afectar al restaurant y así lograr una mejora a la empresa.</p> <p>-Realizar semanalmente reuniones o charlas para sus empleados y así puedan tener más control sobre su trabajo cuando participan en las tomas de decisiones y así mejorar el restaurant en un corto o largo plazo.</p>	04-09-24	14-09-24					x					x						

	- Realizar charlas para lograr que tanto el dueño y los trabajadores puedan intercambiar opiniones o ideas para lograr una mejor atención y así lograr los objetivos que tiene el restaurante.																		
4	- Realizar más capacitaciones para los trabajadores para poder lograr que a la hora de atender que pueda brindar una mejor comunicación para los clientes y poder lograr que nuestros consumidores se sientan muy satisfechos con la comunicación clara y precisa que les brinda el restaurant. - Realizar capacitaciones semanalmente para dar a conocer a los trabajadores de como brindarles una mejor comunicación a sus clientes. - Realizar orientaciones quincenales a sus trabajadores sobre la buena comunicación que se les debe brindar a los consumidores del restaurant.	18-09-24	28-09-24									x							
5	- Realizar una mejora de sus instalaciones y herramientas de trabajo para así lograr un mejor servicio para sus clientes y poder dar una buena imagen a los consumidores y así ellos puedan recomendar el restaurant y así lograr los objetivos que tiene la empresa. 1. Mejorar la imagen del restaurant 2. Mejorar en las herramientas de cocina. 3. Mejorar en la infraestructura del restaurant.	05-10-24	20-10-24																

VI. Conclusiones

Se estableció una Propuesta de un plan de mejora de la Gestión de calidad y Atención al Cliente en el restaurante del distrito de Querecotillo - Sullana, 2024. En base a los resultados de la investigación se encontró que para una mejor fidelidad de sus clientes se tiene que lograr aplicar una mejor gestión de calidad al restaurant y con ello se lograr mejorar la atención que se le brinda a los clientes y así se lograr la satisfacción de los consumidores.

De acuerdo al análisis realizado en el primer objetivó se concluyó que en los resultados encontrados en la variable de gestión de calidad, se pudo encontrar que siempre se aplica la innovación de procesos para optimizar y poder lograr la competitividad y que siempre mantienen una buena relación con sus proveedores, que siempre en la toma de decisiones se analiza los principales problemas y que siempre se generan ideas y calidad de información al motivar la comunicación interna entre los trabajadores.

De acuerdo al análisis realizado en el segundo objetivó se concluyó que en los resultados que fueron encontrados en la variable de Atención al Cliente, se pudo encontrar que siempre el restaurant ofrece información clara y muy precisa a sus clientes, siempre el personal posee habilidades y conocimientos del funcionamiento en la atención al cliente y que siempre se sienten muy satisfechos con los alimentos que consumen en el restaurant, siempre el restaurante cumple con los beneficios que se les brindan a sus clientes, siempre consideran que la atención que se les ofrece en el restaurante es muy adecuada para los clientes, siempre se sienten satisfechos con la atención que se les brinda en el restaurante, casi siempre el restaurante cuenta con las instalaciones y herramientas adecuadas para sus clientes y que siempre frente a una queja o reclamo el personal del restaurant les brinda una solución rápida y efectiva.

Se elaboró un plan de mejora en base a los resultados obtenidos en la investigación con la finalidad de mejorar la productividad de la empresa a través de estrategias y acciones para mejorar la gestión de calidad y la atención al cliente y con ello mejorar el posicionamiento del restaurant y así poder lograr una mejor experiencia para los clientes y lograr su fidelidad hacia el restaurante y así ellos puedan compartir su experiencia vivida en el restaurant.

VII. Recomendaciones

Implementar la propuesta de mejora que fue elaborado en base a los resultados de la investigación. De esta manera se propuso: crear una visión clara y compartida, Fomentar la comunicación abierta y efectiva, Promover el desarrollo profesional y personal para lograr una mejora experiencias para los consumidores y lograr posicionar a la empresa entre las mejores.

Impulsar al restaurante que siga aplicando la innovación de procesos para optimizar y lograr ser competitivo y que siempre mantienen una relación muy buena con los proveedores. También se recomienda al restaurant siga aplicando las tomas de decisiones y analizando los principales problemas que se presenta en el restaurant, y que siempre los dueños generan ideas y calidad de información al motivar la comunicación de los trabajadores.

Impulsar al restaurante para que siga ofreciendo información clara y precisa a sus clientes y que el personal siempre posee habilidades y conocimientos de cómo funciona la atención hacia los clientes y que los clientes se encuentran muy satisfechos con los alimentos que se les brinda en el restaurant. Se les recomienda que el restaurant siga cumpliendo con los beneficios que les brinda a sus clientes y que lo clientes consideran que la atención que se les brindan es muy adecuada para ellos. También se recomienda que el restaurant siga cumpliendo con las buenas instalaciones y herramientas que son muy adecuadas para sus clientes y que siempre en frete a una queja o reclamos los trabajadores del restaurant siempre les brinda una solución rápida y muy efectiva.

Implementar la propuesta de plan de mejora que fue elaborado en base a los resultados de la investigación de esta manera se propuso: Crear estrategias y acciones, empleando los recursos que se proponen en el plan de mejora, de esta forma se potenciara las acciones de la gestión de calidad y la atención al cliente para posicionar a las microempresas del rubro restaurant del distrito de Querecotillo – Sullana entre las mejores de la zona y así lograr los objetivos que tiene el restaurant.

Referencias Bibliográficas

- Aquino. (5 de Octubre de 2019). *Gestión de la Calidad y la Formalización de las Mype*.
Gestión de la Calidad y la Formalización de las Mype.
http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/5932/CLIENTES_CALIDAD_MEDINA_CHUNGA_MARY_ESTEFANY.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Alfaro, E. I. N. (2019). Atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas en el sector servicios, rubro actividades de Odontólogos en el Centro Histórico de Trujillo, 2019. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote
- Abad, D. N. (2020). Caracterización del servicio al cliente y competitividad de las mype rubro restaurantes de Montero - Ayabaca, AÑO 2020.
http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/11487/MARKETING_RESTAURANT_PINAS_ALZAMORA_JHON_ALBERT.pdf?sequence=4&isAllowed=y
- Alzamora, J. A. (2019). Características de la gestión de calidad y marketing del restaurant – pollería las canastas en el distrito de Piura año 2019. Piura: Universidad Católica
http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/11487/MARKETING_RESTAURANT_PINAS_ALZAMORA_JHON_ALBERT.pdf?sequence=4&isAllowed=Y
- Carrillo, (2019). Caracterización de la Gestión de calidad y atención al cliente en lass MYPE rubro pollería del Disrito de Vice - Sechura año 2019. ULADECH, investigación científica. Piura: ULADECH. ¿Recuperado el 16 de mayo de 2020, de [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/5932/CLIENTES_CALIDAD_MEDINA_CHUNGA_MARY_ESTEFANY.pdf? sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/5932/CLIENTES_CALIDAD_MEDINA_CHUNGA_MARY_ESTEFANY.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Carrasco, (21 de octubre del 2019). Las Importancias de la Gestión de Calidad.
<http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/5932/CLIENTES>.
http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/11935/GESTION_CALIDAD_CLIENTE_MYPE_CALLA_HUANCA_DESSIREE_YAKELINE.pdf?sequence=4&isAllowed=y

- Charris, G. Y. (3 de Julio de 2019). *Gestión de calidad y atención al cliente de la Mype rubro restaurant cevichería karaoke Ingrid de la ciudad de Sullana, año 2019* .
[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/11935/GESTION
 CALIDAD_CLIENTE_MYPE_CALLA_HUANCA_DESSIREE_YAKELINE.pdf
 f?sequence=4&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/11935/GESTION_CALIDAD_CLIENTE_MYPE_CALLA_HUANCA_DESSIREE_YAKELINE.pdf?sequence=4&isAllowed=y)
- Cano, S. D. (2019). *Gestión De Calidad de la atención al cliente y la satisfacción en la micro y pequeñas empresas del sector servicios, Rubro Restaurantes: Caso Restaurante La Rinconada en la ciudad de Huarney, 2016*. Huarney: Universidad Catolica Los Ángeles De Chimbote.
[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/11935/GESTION
 CALIDAD_CLIENTE_MYPE_CALLA_HUANCA_DESSIREE_YAKELINE.pdf
 f?sequence=4&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/11935/GESTION_CALIDAD_CLIENTE_MYPE_CALLA_HUANCA_DESSIREE_YAKELINE.pdf?sequence=4&isAllowed=y)
- Campos, C. R. (2018). *Caracterización de la Gestión de Calidad y la Atención al Cliente en las micro y pequeñas empresas de servicios Rubro Restaurante en 66 el Distrito de Sullana, Año 2018*. Sullana: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.
[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1926/GESTION D
 E CALIDAD_MARKETING ESTRADA DIAZ ELIDA ADELIA.pdf?sequen
 ce=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1926/GESTION_DE_CALIDAD_MARKETING ESTRADA DIAZ ELIDA ADELIA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Cuenca, E. P. (2019). *Caracterización de la Gestión de Calidad y Satisfacción del cliente en las MYPE´s del Sector Servicio Rubro Restaurante en el cercado de Tumbes, 2018*. Tumbes: Universidad Catolica Los Ángeles de Chimbote.
[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1926/GESTION DE
 CALIDAD_MARKETING ESTRADA DIAZ ELIDA ADELIA.pdf?sequence
 =1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1926/GESTION_DE_CALIDAD_MARKETING ESTRADA DIAZ ELIDA ADELIA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Collado y Baptista (2019), *Gestión de calidad en el servicio al cliente en la MYPE del rubro pollerías del Distrito de Quilla bamba la convención departamento de cUSCO2019*. ULADECH, Juliaca. Juliaca: ULADECH. Recuperado el 15 de mayo de 2020, de
[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/11935/GESTION
 CALIDAD_CLIENTE_MYPE_CALLA_HUANCA_DESSIREE_YAKELINE.p
 df?sequence=4&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/11935/GESTION_CALIDAD_CLIENTE_MYPE_CALLA_HUANCA_DESSIREE_YAKELINE.pdf?sequence=4&isAllowed=y)

- Domínguez, C. J. (2018). Gestión de calidad en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas sector servicio – rubro pollerías, en la Av. Sánchez Carrión distrito de El Porvenir, 2018. ULADECH, ciencias administrativas.
http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/10453/ATENCION_CLIENTE_ALBILDO_DOMINGUEZ_CRISTHIAN_JUNIOR.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Duran, (26 de marzo de (2020). Las Ventajas Sobre la Gestión de Calidad y Atención al Cliente.
http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/11935/GESTION_CALIDAD_CLIENTE_MYPE_CALLA_HUANCA_DESSIREE_YAKELINE.pdf?sequence=4&isAllowed=y
- Erazo, (1 de agosto del 2019). Características Sobre la Gestión de Calidad *con el uso del benchmarking de las micro y pequeñas empresas, rubro estaciones de servicios, distrito de Chimbote, 2019.* Chimbote: ULADECH CATÓLICA Fontalvo Herrera, T. (29 de Enero de 2019). Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/5932>.
- Figuroa, H. (2019). Juegos Panamericanos: 12 mypes de Gamarra confeccionaron uniformes por más de S/ 527 mil. Compras Estatales
<http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/5932>.
- Fernández, C. (2 de noviembre de 2021). La gestión de calidad y el uso de marketing en la micro y pequeñas empresas del rubro pollerías del Distrito de Sullana, año 2018. ULADECH, Piura. Sullana: ULADECH. Recuperado el 15 de mayo de 2020, de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/11935/GESTION_CALIDAD_CLIENTE_MYPE_CALLA_HUANCA_DESSIREE_YAKELINE.pdf?sequence=4&isAllowed=y
- García Sanz, V. (21 de Julio de 2018). *Estudio descriptivo de algunas variable Gestión de calidad y atención al cliente de la Mype rubro restaurant cevichería karaoke Ingrid de la ciudad de Sullana, año 2019.*
http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/11935/GESTION_CALIDAD_CLIENTE_MYPE_CALLA_HUANCA_DESSIREE_YAKELINE.pdf?sequence=4&isAllowed=y

García, (25 de julio del 2019). *Gestión de calidad y atención al cliente de la Mype rubro restaurant cevichería karaoke Ingrid de la ciudad de Sullana, año 2019*, Metodología.

[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/11935/GESTION CALIDAD CLIENTE_MYPE_CALLA_HUANCA_DESSIREE_YAKELINE.pdf?sequence=4&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/11935/GESTION_CALIDAD_CLIENTE_MYPE_CALLA_HUANCA_DESSIREE_YAKELINE.pdf?sequence=4&isAllowed=y)

Guerrero, C. &. (1 de Diciembre de 2019). *Gestión de calidad y atención al cliente de la Mype rubro Restaurantes*, 2019.

[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/11935/GESTION CALIDAD CLIENTE_MYPE_CALLA_HUANCA_DESSIREE_YAKELINE.pdf?sequence=4&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/11935/GESTION_CALIDAD_CLIENTE_MYPE_CALLA_HUANCA_DESSIREE_YAKELINE.pdf?sequence=4&isAllowed=y)

Hernández. y Fernández, (4 de enero del 2019). Metodología de la Investigación.

[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/11935/GESTION CALIDAD CLIENTE_MYPE_CALLA_HUANCA_DESSIREE_YAKELINE.pdf?sequence=4&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/11935/GESTION_CALIDAD_CLIENTE_MYPE_CALLA_HUANCA_DESSIREE_YAKELINE.pdf?sequence=4&isAllowed=y)

Huamán, J. A. (2021). Propuesta de Mejora de Atención al Cliente para la Gestión de Calidad de las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Servicio, Rubro Restaurante: Caso Restaurant – Pollería, Huancané, Perú.

Lozada, J. (3 de JUNIO de 2019). *Gestión de la calidad en el servicio al cliente de las PYMES comercializadoras*.

[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/11935/GESTION CALIDAD CLIENTE_MYPE_CALLA_HUANCA_DESSIREE_YAKELINE.pdf?sequence=4&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/11935/GESTION_CALIDAD_CLIENTE_MYPE_CALLA_HUANCA_DESSIREE_YAKELINE.pdf?sequence=4&isAllowed=y)

Lopez, (20 de Agosto del 2021) Obtenido de población y muestra:

[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/11935/GESTION CALIDAD CLIENTE_MYPE_CALLA_HUANCA_DESSIREE_YAKELINE.pdf?sequence=4&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/11935/GESTION_CALIDAD_CLIENTE_MYPE_CALLA_HUANCA_DESSIREE_YAKELINE.pdf?sequence=4&isAllowed=y)

Luna, (12 de enero de 2021). Obtenido de población y muestra:

[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/11935/GESTION CALIDAD CLIENTE_MYPE_CALLA_HUANCA_DESSIREE_YAKELINE.pdf?sequence=4&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/11935/GESTION_CALIDAD_CLIENTE_MYPE_CALLA_HUANCA_DESSIREE_YAKELINE.pdf?sequence=4&isAllowed=y)

Llenque T. F. (2019). LA COLUMNA DEL DÍA | Importancia de la MYPE en el Perú.
Radio RSD

[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/11935/GESTION
CALIDAD_CLIENTE_MYPE_CALLA_HUANCA_DESSIREE_YAKELINE.pdf
f?sequence=4&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/11935/GESTION_CALIDAD_CLIENTE_MYPE_CALLA_HUANCA_DESSIREE_YAKELINE.pdf?sequence=4&isAllowed=y)

Martínez, A. (12 de Junio de 2019). *Estrategia de calidad para mejorar la atención a clientes*. Métodos de investigación. Sinaloa: Universidad Autónoma

[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/11935/GESTION
CALIDAD_CLIENTE_MYPE_CALLA_HUANCA_DESSIREE_YAKELINE.pdf
f?sequence=4&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/11935/GESTION_CALIDAD_CLIENTE_MYPE_CALLA_HUANCA_DESSIREE_YAKELINE.pdf?sequence=4&isAllowed=y)

Monzón, D. (2016). *Mypes - La pequeña y mediana empresa en el Perú y análisis de su situación actual*.

[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/11935/GESTION
CALIDAD_CLIENTE_MYPE_CALLA_HUANCA_DESSIREE_YAKELINE.pdf
f?sequence=4&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/11935/GESTION_CALIDAD_CLIENTE_MYPE_CALLA_HUANCA_DESSIREE_YAKELINE.pdf?sequence=4&isAllowed=y)

Medina. (12 de Agosto de 2018). *Caracterización de la Gestión de Calidad con el uso del Marketing en el restaurante Perla del Chira, del distrito de Marcavelica, provincia de Sullana, año 2018, Gestion de calidad y atencion a cliente*.

[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/11935/GESTION
CALIDAD_CLIENTE_MYPE_CALLA_HUANCA_DESSIREE_YAKELINE.pdf
f?sequence=4&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/11935/GESTION_CALIDAD_CLIENTE_MYPE_CALLA_HUANCA_DESSIREE_YAKELINE.pdf?sequence=4&isAllowed=y)

Mendoza. (11 de Setiembre de 2019). *Gestión de Calidad y Atención al Clientes en los Restaurantes*.

[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/11935/GESTION
CALIDAD_CLIENTE_MYPE_CALLA_HUANCA_DESSIREE_YAKELINE.pdf
f?sequence=4&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/11935/GESTION_CALIDAD_CLIENTE_MYPE_CALLA_HUANCA_DESSIREE_YAKELINE.pdf?sequence=4&isAllowed=y)

Niño Rojas, V. M. (2020). *Metodología de la Investigación: diseño, ejecución e informe*: (2 ed.). Ediciones de la U.

<https://elibro.net/es/lc/elibrocom/titulos/127116>

Ordoñez, (14 de febrero del 2018). *Atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas en el sector servicios*,

rubro actividades de Odontólogos en el Centro Histórico de Trujillo, 2019. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/5932/CLIENTES CALIDAD MEDINA CHUNGA MARY ESTEFANY.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/5932/CLIENTES_CALIDAD_MEDINA_CHUNGA_MARY_ESTEFANY.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Rabanal, (2019). Gestión de Calidad Y Caracterización de la Competitividad de las MYPE sector servicio Gastronómico rubro Restaurantes comida marina de Talara, año 2018.

[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/5932/CLIENTES CALIDAD MEDINA CHUNGA MARY ESTEFANY.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/5932/CLIENTES_CALIDAD_MEDINA_CHUNGA_MARY_ESTEFANY.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Rosas, D. (2019). Atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes y de servicio móvil de comidas, distrito de Huaraz, 2019. [Tesis de Pregrado, Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Huaraz]. Repositorio Institucional ULADECH.

<http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000050433>

Palacios, W. D. (24 de junio de 2020). Competitividad y atención al cliente en las MYPE rubro restaurantes de la urb. Santa Isabel - Piura, año 2019. (U. C. Chimbote, Ed.) Recuperado el 03 de noviembre de 2020, de

<http://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/1430402>

Pastor, B. F. (23 de febrero de 2019). La gestión de calidad y el uso de marketing en la micro y pequeñas empresas del rubro pollerías del Distrito de Sullana, año 2018. ULADECH, Piura. Sullana

[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/16164/GESTION DE CALIDAD MARKETING JARAMILLO HERMOZA DULCE MARIA.pdf? sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/16164/GESTION_DE_CALIDAD_MARKETING_JARAMILLO_HERMOZA_DULCE_MARIA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Perez, A. (25 de Julio de 2019). *Caracterización de La Gestión de calidad y atención al cliente en las MYPE rubro pollería del Distrito de Vice - Sechura año2018*. Obtenido de Caracterización de La Gestión de calidad y atención al cliente en las MYPE rubro pollería del Distrito de Vice - Sechura año2018: e <http://repositorio.uladech.edu.pe/bi>.

- Peralta, (2019). Estrategia de servicio al cliente. Recuperado de <https://ebookcentral//.proquest.com>
- Pincay, Y. M., & Parra, C. (27 de Julio de 2020). Gestión de la calidad en el servicio al cliente de las PYMES comercializadoras. Una mirada en Ecuador. Ecuador. Recuperado de <https://www.eaeprogramas.es/empresa-familiar/como-son-las-pymesenespana>.
- Saldaña, J. V. (2020). gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del Distrito de Santa, 2018. ULADECH, ciencias contables. Chimbote: ULADECH. Recuperado el 16 de mayo de 2020, http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/15154/GESTION_MICROEMPRESAS_ZAVALETA_SALDANA_JOSE_VICTOR.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Sánchez. (20 de Enero de 2019). *Caracterización de la competitividad y calidad de atención al cliente*. Caracterización de la competitividad y calidad de atención al cliente. http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/11935/GESTION_CALIDAD_CLIENTE_MYPE_CALLA_HUANCA_DESSIREE_YAKELINE.pdf?sequence=4&isAllowed=y
- Sosa, (2019). Gestión de Calidad en Atención al Cliente y Propuesta De 87 Mejora En Las Micro Y Pequeñas Empresas del Sector Servicio, Rubro Restaurantes del Distrito de Sayan, Provincia de Huaura, Año 2019. Chimbote, Perú. http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/11935/GESTION_CALIDAD_CLIENTE_MYPE_CALLA_HUANCA_DESSIREE_YAKELINE.pdf?sequence=4&isAllowed=y
- Salardí, J. (2020). Más de 100,000 mipymes podrán usar órdenes de compra como fuente de liquidez. Compras Estatales. http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/11935/GESTION_CALIDAD_CLIENTE_MYPE_CALLA_HUANCA_DESSIREE_YAKELINE.pdf?sequence=4&isAllowed=y

Suarez. (2 de Enero de 2020). *Gestión de Calidad bajo el Enfoque de Atención al Cliente*,. [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/11935/GESTION CALIDAD CLIENTE MYPE CALLA HUANCA DESSIREE YAKELINE.pdf?sequence=4&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/11935/GESTION_CALIDAD_CLIENTE_MYPE_CALLA_HUANCA_DESSIREE_YAKELINE.pdf?sequence=4&isAllowed=y)

Samsing (3 de junio de 2019). Principios de Atención al Clientes y gestión de calidad en los restaurantes.

[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/11935/GESTION CALIDAD CLIENTE MYPE CALLA HUANCA DESSIREE YAKELINE.pdf?sequence=4&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/11935/GESTION_CALIDAD_CLIENTE_MYPE_CALLA_HUANCA_DESSIREE_YAKELINE.pdf?sequence=4&isAllowed=y)

Saldaña, (2020). Gestión de calidad en atención al cliente de las MYPE del sector servicio rubro Restaurante, Piura, Perú.

[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/11935/GESTION CALIDAD CLIENTE MYPE CALLA HUANCA DESSIREE YAKELINE.pdf?sequence=4&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/11935/GESTION_CALIDAD_CLIENTE_MYPE_CALLA_HUANCA_DESSIREE_YAKELINE.pdf?sequence=4&isAllowed=y)

Torres Gómez, C. A. (2021). Gestión de la atención al cliente/consumidor. Antequera, Málaga: IC Editorial. Recuperado el 25 de junio de 2021, de [https://elibro.net/es/lc/uladech/titulos/113435?fs_q=componentes de atenci%C3%B3n al cliente&fs_page=6&prev=fs](https://elibro.net/es/lc/uladech/titulos/113435?fs_q=componentes_de_atenci%C3%B3n_al_cliente&fs_page=6&prev=fs).

Valdivieso Robledo, K. A. (2018). Caracterización de la competitividad y calidad de atención al cliente en las mype rubro restaurantes de la urb. Santa Ana - Piura año 2018. Piura: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/5833>

Valencia, (2019). Gestión de calidad bajo el enfoque de la formalización de la MYPE pollería pachax del sector servicio en el Distrito de Juliaca 2019. ULADECH, investigación científica. Juliaca: ULADECH.

[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/11935/GESTION CALIDAD CLIENTE MYPE CALLA HUANCA DESSIREE YAKELINE.pdf?sequence=4&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/11935/GESTION_CALIDAD_CLIENTE_MYPE_CALLA_HUANCA_DESSIREE_YAKELINE.pdf?sequence=4&isAllowed=y)

Vargas, (2020). El Servicio al cliente: Más que un querer, un deber. TEC Empresarial, 1(1), 17–19.

[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/11935/GESTION
CALIDAD CLIENTE MYPE CALLA HUANCA DESSIREE YAKELINE.pdf?
f?sequence=4&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/11935/GESTION_CALIDAD_CLIENTE_MYPE_CALLA_HUANCA_DESSIREE_YAKELINE.pdf?sequence=4&isAllowed=y)

Ventura, E. (2019). Gestión de Calidad en la Atención al Cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías en el casco urbano de la ciudad de Chimbote 2018. ULADECH, ciencias administrativas. Chimbote: ULADECH. Recuperado el 16 de mayo de 2020, de <http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/9872/GESTION>

Villalba, B. (2021). Análisis de calidad del servicio y atención al cliente en Azuca Beach, Azuca Bistró y Q restaurant, y sugerencias de mejora. Quito: Repositorio de tesis de Grado y Posgrado.

[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/11935/GESTION
CALIDAD CLIENTE MYPE CALLA HUANCA DESSIREE YAKELINE
.pdf?sequence=4&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/11935/GESTION_CALIDAD_CLIENTE_MYPE_CALLA_HUANCA_DESSIREE_YAKELINE.pdf?sequence=4&isAllowed=y)

Villanueva, (2021). Calidad y servicio: conceptos y herramientas (3tercera ed.). Bogotá, Bogotá: ECOE Ediciones. Recuperado el 1 de mayo de 2020, de [https://elibro.net/es/ereader/uladech/114317?bfpag=1&bfsearch=calidad&bffol
der=all&prev=bf](https://elibro.net/es/ereader/uladech/114317?bfpag=1&bfsearch=calidad&bffolder=all&prev=bf)

Yunis. (30 de marzo de 2020). Página: EcuRed. Recuperado el 9 de mayo de 2020, de EcuRed: https://www.ecured.cu/Investigaci%C3%B3n_no_experimental

ANEXOS

Anexo 01. Matriz de Consistencia

TÍTULO: PROPUESTA DE MEJORA DE LA GESTION DE CALIDAD Y ATENCION AL CLIENTE EN EL RESTAURANTE ARRIBA PERÚ EN EL DISTRITO DE QUERECOTILLO - SULLANA, 2024.

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLE	METODOLOGÍA
<p>Problema general:</p> <p>¿Cuál es la propuesta de mejora de la gestión de calidad para la atención al Cliente en los restaurantes en el distrito de Querecotillo - Sullana, 2024?</p>	<p>Objetivo general:</p> <p>Elaborar la propuesta de mejora de la gestión de calidad para la atención al cliente en los restaurantes en el distrito de Querecotillo - Sullana, 2024.</p> <p>Objetivos específicos:</p> <ol style="list-style-type: none"> Determinar las características de la gestión de calidad en el restaurante Arriba Perú en el distrito de Querecotillo - Sullana, 2024 Identificar las características de la atención al cliente en el restaurante Arriba Perú del distrito de Querecotillo - Sullana, 2024. Elaborar el plan de mejora de la gestión de calidad para la atención al Cliente en los restaurantes en el distrito de Querecotillo - Sullana, 2024 	<p>Según Collado y Baptista (2019), al desarrollar una investigación de tipo descriptiva no es necesariamente que se formule una hipótesis. Por lo tanto, la presente investigación no se aplicó hipótesis</p>	<p>Variable 1.</p> <p>Gestión de Calidad Dimensiones.</p> <ul style="list-style-type: none"> Principios de la Gestión de Calidad <p>Variable 2.</p> <p>Atención al Cliente Dimensiones.</p> <ul style="list-style-type: none"> Beneficios de la atención al cliente Factores a la atención al cliente 	<p>Tipo: Cuantitativo</p> <p>Nivel: Descriptivo</p> <p>Diseño: No experimental, transversal</p> <p>Poblacion:</p> <p>Población: 11 trabajadores</p> <p>Población: 90 clientes</p> <p>Muestra:</p> <p>Muestra: 11 trabajadores</p> <p>Muestra: 35 clientes</p>

Anexo 02. Instrumento de recolección de información



INSTRUCCIONES: A continuación, le presentamos las preguntas, le solicitamos que frente a ellas exprese su opinión personal, considerando que no existen respuestas correctas ni incorrectas, marcar con un aspa (x) en la hoja de respuestas aquella que mejor exprese su punto de vista, de acuerdo a las siguientes alternativas.

Respecto a la variable: Gestión de calidad

Escala:

Siempre : 5

Casi siempre : 4

A veces : 3

Rara vez : 2

Nunca : 1

Variable	Dimensión	Escala					Alternativa					
		Nunca (1)	Rara vez (2)	A veces (3)	Casi siempre (4)	Siempre (5)						
VARIABLE 1 Gestión de calidad	DIMENSION 1 Principios de la Gestión de Calidad	Nº	Ítems									
		1	¿Usted aplica la innovación de procesos para optimizar, y lograr la competitividad?					1	2	3	4	5
		2	¿Usted considera que mantiene buenas relaciones con sus proveedores?					1	2	3	4	5
		3	¿Para una adecuada toma de decisiones usted analiza los principales problemas?					1	2	3	4	5
		4	¿Generan ideas y calidad de información al motivar la comunicación interna entre trabajadores?					1	2	3	4	5

Respecto a la variable: Atención al Cliente.

Escala:

Siempre : 5

Casi siempre : 4

A veces :3

Rara vez :2

Nunca :1

Variable	Dimensión	Escala					Alternativa				
		Nunca (1)	Rara vez (2)	A veces (3)	Casi Siempre (4)	Siempre (5)					
		Nº	Ítems								
VARIABLE 2 Atención al Cliente	DIMENSION 1 Beneficios de la atención al cliente	1	¿El restaurant les ofrece información clara y precisa a sus clientes?				1	2	3	4	5
		2	¿El personal posee habilidades y conocimiento del funcionamiento en la atención al cliente?				1	2	3	4	5
		3	¿Te sientes satisfecho con los alimentos que consume en el restaurante?				1	2	3	4	5
		4	¿El restaurant cumple con los beneficios que les brinda a sus clientes?				1	2	3	4	5
	DIMENSION 2 Factores a la atención al cliente	5	¿Considera que la atención que les ofrece el restaurant es la adecuada?				1	2	3	4	5
		6	¿Te sientes satisfechos con la atención que les brinda los trabajadores?				1	2	3	4	5
		7	¿Las instalaciones en el restaurant son adecuadas para sus clientes?				1	2	3	4	5
		8	¿ Frente a una queja o reclamo el personal brinda una solución rápida y efectiva?				1	2	3	4	5

Anexo 03. Ficha Técnica de los instrumentos



Carta de Presentación al Experto

CARTA DE PRESENTACIÓN

Magister / Doctor: Guido Elmer Uribe Cornelio.

Presente. -

Tema: PROCESO DE VALIDACIÓN A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS

Ante todo, saludarlo cordialmente y agradecerle la comunicación con su persona para hacer de su conocimiento que yo: Viera Rojas Lenyn William estudiante del programa académico de ADMINISTRACION de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, debo realizar el proceso de validación de mi instrumento de recolección de información, motivo por el cual acudo a Ud. para su participación en el Juicio de Expertos.

Mi proyecto se titula: **PROPUESTA DE MEJORA DE LA GESTION DE CALIDAD Y ATENCION AL CLIENTE EN EL RESTAURANTE ARRIBA PERÚ EN EL DISTRITO DE QUERECOTILO - SULLANA, 2024.** y envío a Ud. el expediente de validación que contiene:

- Ficha de Identificación de experto para proceso de validación
- Carta de presentación
- Matriz de consistencia
- Matriz de operacionalización de variables
- Ficha de validación

Agradezco anticipadamente su atención y participación, me despido de usted.

Atentamente,

Firma de estudiante

DNI N°: 73943916

Ficha de Identificación del Experto para proceso de validación

Nombres y Apellidos: Uribe Cornelio, Guido Elmer.

N° DNI / CE: 70117561

Edad: 34 Años

Teléfono / celular: 986136871

Email: UComelioG@hotmail.com

Título profesional: Administración

Grado académico: Maestría

Doctorado: _____

Especialidad:

Magister en Administración.

Institución que labora:

Independiente

Identificación del Proyecto de Investigación o Tesis

Título:

PROPUESTA DE MEJORA DE LA GESTION DE CALIDAD Y ATENCION AL CLIENTE EN EL RESTAURANTE ARRIBA PERÚ EN EL DISTRITO DE QUERECOTILO - SULLANA, 2024

Autor:

Viera Rojas Lenyn William.

Programa académico:

Administración



Firma del Experto



Huella digital del experto

FICHA DE VALIDACIÓN*

TÍTULO: PROPUESTA DE MEJORA DE LA GESTION DE CALIDAD Y ATENCION AL CLIENTE EN EL RESTAURANTE ARRIBA PERÚ EN EL DISTRITO DE QUERECOTILO - SULLANA, 2024.

	Variable 1:Gestion de calidad	Relevancia		Pertinencia		Claridad		Observaciones
		Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	
	Dimensión 1: Principios de la gestión de calidad							
1	¿Usted aplica la innovación de procesos para optimizar, y lograr la competitividad?	X		X		x		
2	¿Usted considera que mantiene buenas relaciones con sus proveedores?	X		X		X		
3	¿Para una adecuada toma de decisiones usted analiza los principales problemas?	X		X		X		
4	¿ Generan ideas y calidad de información al motivar la comunicación interna entre trabajadores?	X		X		X		
	Variable 2: Atención al cliente							
	Dimensión 1: Beneficios de la atención al cliente							
1	¿El restaurant les ofrece información clara y precisa a sus clientes?	X		X		X		
2	¿El personal posee habilidades y conocimiento del funcionamiento en la atención al cliente?	X		X		X		
3	¿Te sientes satisfecho con los alimentos que consume en el restaurante?	X		X		X		
4	¿El restaurant cumple con los beneficios que les brinda a sus clientes?	X		X		X		

Dimensión 2: Factores de la atención al cliente.							
1	¿Considera que la atención que les ofrece el restaurant es la adecuada?	X		X		X	
2	¿Te sientes satisfechos con la atención que les brinda los trabajadores?	X		X		X	
3	¿Las instalaciones en el restaurant son adecuadas para sus clientes?	X		X		x	
4	¿Frente a una queja o reclamo el personal brinda una solución rápida y efectiva?	X		X		X	

Recomendaciones:

Opinión de experto: Aplicable (x) Aplicable después de modificar () No aplicable ()

Nombres y Apellidos de experto: Dr / Mg: Uribe Cornelio Guido Elmer

DNI: 70117561



Huella digital del experto



Carta de Presentación al Experto

CARTA DE PRESENTACIÓN

Magister / Doctor: José Martin Lazo Sánchez.

Presente. -

Tema: PROCESO DE VALIDACIÓN A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS

Ante todo, saludarlo cordialmente y agradecerle la comunicación con su persona para hacer de su conocimiento que yo: Viera Rojas Lenyn William estudiante del programa académico de ADMINISTRACION de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, debo realizar el proceso de validación de mi instrumento de recolección de información, motivo por el cual acudo a Ud. para su participación en el Juicio de Expertos.

Mi proyecto se titula: **PROPUESTA DE MEJORA DE LA GESTION DE CALIDAD Y ATENCION AL CLIENTE EN EL RESTAURANTE ARRIBA PERÚ EN EL DISTRITO DE QUERECOTIHO - SULLANA, 2024.** y envío a Ud. el expediente de validación que contiene:

- Ficha de Identificación de experto para proceso de validación
- Carta de presentación
- Matriz de consistencia
- Matriz de operacionalización de variables
- Ficha de validación

Agradezco anticipadamente su atención y participación, me despido de usted.

Atentamente,

Firma de estudiante

DNI N°: 73943916

Ficha de Identificación del Experto para proceso de validación

Nombres y Apellidos: José Martin Lazo Sánchez.

N° DNI / CE: 02778943

Edad: 55 Años

Teléfono / celular: 969294427

Email:
martinlazosanchez@hotmail.com

Título profesional: Administración

Grado académico: Maestría (x)

Doctorado: _____

Especialidad:

Maestro en Administración con mención en Gerencia Empresarial.

Institución que labora:

Universidad Cesar Vallejo – Escuela de Administración sede Piura

Identificación del Proyecto de Investigación o Tesis

Título:

**PROPUESTA DE MEJORA DE LA GESTION DE CALIDAD Y ATENCION AL
CLIENTE EN EL RESTAURANTE ARRIBA PERÚ EN EL DISTRITO DE
QUERECOTILO - SULLANA, 2024**

Autor:

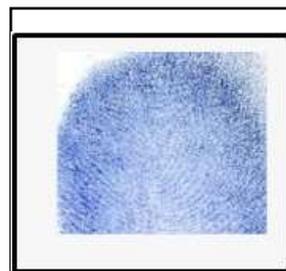
Viera Rojas Lenyn William.

Programa académico:

Administración



Firma del Experto



Huella digital del experto

FICHA DE VALIDACIÓN*

TÍTULO: PROPUESTA DE MEJORA DE LA GESTION DE CALIDAD Y ATENCION AL CLIENTE EN EL RESTAURANTE ARRIBA PERÚ EN EL DISTRITO DE QUERECOTILO - SULLANA, 2024.

	Variable 1: Gestión de calidad	Relevancia		Pertinencia		Claridad		Observaciones
		Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	
	Dimensión 1: Principios de la gestión de calidad							
1	¿Usted aplica la innovación de procesos para optimizar, y lograr la competitividad?	X		X		x		
2	¿Usted considera que mantiene buenas relaciones con sus proveedores?	X		X		X		
3	¿Para una adecuada toma de decisiones usted analiza los principales problemas?	X		X		X		
4	¿ Generan ideas y calidad de información al motivar la comunicación interna entre trabajadores?	X		X		X		
	Variable 2: Atención al cliente							
	Dimensión 1: Beneficios de la atención al cliente.							
1	¿El restaurant les ofrece información clara y precisa a sus clientes?	X		X		X		
2	¿El personal posee habilidades y conocimiento del funcionamiento en la atención al cliente?	X		X		X		
3	¿Te sientes satisfecho con los alimentos que consume en el restaurante?	X		X		X		
4	¿El restaurant cumple con los beneficios que les brinda a sus clientes?	X		X		X		

Dimensión 2: Factores de la atención al cliente.							
1	¿Considera que la atención que les ofrece el restaurant es la adecuada?	X		X		X	
2	¿Te sientes satisfechos con la atención que les brinda los trabajadores?	X		X		X	
3	¿Las instalaciones en el restaurant son adecuadas para sus clientes?	X		X		x	
4	¿Frente a una queja o reclamo el personal brinda una solución rápida y efectiva?	X		X		X	

Recomendaciones:

Opinión de experto: Aplicable (x) Aplicable después de modificar () No aplicable ()

Nombres y Apellidos de experto: Dr / Mg: José Martin Lazo Sánchez

DNI: 02778943.



Firma del experto



Huella digital del experto



Carta de Presentación al Experto

CARTA DE PRESENTACIÓN

Magister / Doctor: Carlos David Ramos Rosas

Presente. -

Tema: PROCESO DE VALIDACIÓN A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS

Ante todo, saludarlo cordialmente y agradecerle la comunicación con su persona para hacer de su conocimiento que yo: Viera Rojas Lenyn William estudiante del programa académico de ADMINISTRACION de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, debo realizar el proceso de validación de mi instrumento de recolección de información, motivo por el cual acudo a Ud. para su participación en el Juicio de Expertos.

Mi proyecto se titula: **PROPUESTA DE MEJORA DE LA GESTION DE CALIDAD Y ATENCION AL CLIENTE EN EL RESTAURANTE ARRIBA PERÚ EN EL DISTRITO DE QUERECOTILO - SULLANA, 2024.** y envío a Ud. el expediente de validación que contiene:

- Ficha de Identificación de experto para proceso de validación
- Carta de presentación
- Matriz de consistencia
- Matriz de operacionalización de variables
- Ficha de validación

Agradezco anticipadamente su atención y participación, me despido de usted.

Atentamente,

Firma de estudiante

DNI N°: 73943916

Ficha de Identificación del Experto para proceso de validación

Nombres y Apellidos: Carlos David Ramos Rosas.

N° DNI / CE: 03694324

Edad: 45 Años

Teléfono / celular: 9606566364

Email: cramosrG@uladech.edu.pe

Título profesional: Administración

Grado académico: Maestría x

Doctorado:

Especialidad:

Maestro en Administración con mención en Gestión Pública.

Institución que labora:

Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Universidad Cesar Vallejo.

Identificación del Proyecto de Investigación o Tesis

Título:

**PROPUESTA DE MEJORA DE LA GESTION DE CALIDAD Y ATENCION AL
CLIENTE EN EL RESTAURANTE ARRIBA PERÚ EN EL DISTRITO DE
QUERECOTILO - SULLANA, 2024**

Autor:

Viera Rojas Lenyn William.

Programa académico:

Administración



Lic. Adm. CARLOS DAVID RAMOS ROSAS
REG. UNIC. DE COLEG. Nº03509

Firma del Experto



Huella digital del experto

FICHA DE VALIDACIÓN*

TÍTULO: PROPUESTA DE MEJORA DE LA GESTION DE CALIDAD Y ATENCION AL CLIENTE EN EL RESTAURANTE ARRIBA PERÚ EN EL DISTRITO DE QUERECOTILO - SULLANA, 2024.

	Variable 1: Gestión de Calidad	Relevancia		Pertinencia		Claridad		Observaciones
		Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	
	Dimensión 1: Principios de la Gestión de Calidad							
1	¿Usted aplica la innovación de procesos para optimizar, y lograr la competitividad?	X		X		x		
2	¿Usted considera que mantiene buenas relaciones con sus proveedores?	X		X		X		
3	¿Para una adecuada toma de decisiones usted analiza los principales problemas?	X		X		X		
4	¿ Generan ideas y calidad de información al motivar la comunicación interna entre trabajadores?	X		X		X		
	Variable 2: Atención al Cliente							
	Dimensión 1: Beneficios de la Atención al cliente.							
1	¿El restaurant les ofrece información clara y precisa a sus clientes?	X		X		X		
2	¿El personal posee habilidades y conocimiento del funcionamiento en la atención al cliente?	X		X		X		
3	¿Te sientes satisfecho con los alimentos que consume en el restaurante?	X		X		X		
4	¿El restaurant cumple con los beneficios que les brinda a sus clientes?	X		X		X		

Dimensión 2: Factores de la Atención al Cliente.							
1	¿Considera que la atención que les ofrece el restaurant es la adecuada?	X		X		X	
2	¿Te sientes satisfechos con la atención que les brinda los trabajadores?	X		X		X	
3	¿Las instalaciones en el restaurant son adecuadas para sus clientes?	X		X		x	
4	¿Frente a una queja o reclamo el personal brinda una solución rápida y efectiva?	X		X		X	

Recomendaciones:

Opinión de experto: Aplicable (x) Aplicable después de modificar () No aplicable ()

Nombres y Apellidos de experto: Dr. / Mg: Carlos David Ramos Rosas

DNI: 03694324


 Lic. Adm. CARLOS DAVID RAMOS ROSAS
 REG. UNIC. DE COLEG. Nº 03509



Confiabilidad de Gestión de Calidad

VARIABLE 1: GESTION DE CALIDAD					
ITEMS					
CLIENTES	1. ¿Se aplica la innovación de procesos para optimizar, y lograr la competitividad.?	2.¿Mantiene una buena relación con sus proveedores?	3.¿Para la toma de decisiones se analiza los principales problemas?	4.¿Se Generan ideas y calidad de información al motivar la comunicación interna entre los trabajadores?	Total
1	3	4	4	3	15
2	4	4	3	4	15
3	4	4	4	4	16
4	4	4	4	3	15
5	4	4	4	4	16
6	3	4	4	4	15
7	4	3	3	4	14
8	4	4	4	4	16
9	4	4	4	4	16
10	4	4	4	4	16
11	4	4	4	4	16
TOTAL					170

Alfa de Cronbach Gestion de Calidad

Se ha realizado la prueba con SPSS utilizando Alfa de Cronbach

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	11	100.0
	Excluido ^a	0	0.0
	Total	11	100.0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
0.922	4

Como se puede observar el valor de Alfa de Cronbach es de 0,922 por lo que se puede verificar que el instrumento para recoger datos es de confiabilidad aceptable.

Confiabilidad de Atención al Cliente

CLIENTES	VARIABLE 2: ATENCION AL CLIENTE								
	ITEMS								
	5.¿El restaurant ofrece información clara y precisa a sus clientes ?	6.¿El personal posee habilidades y conocimiento del funcionamiento en atención al cliente?	7.¿Se siente satisfecho con los alimentos que consume en el restaurante?	8.¿El restaurant cumple con los beneficios que les brinda a sus clientes?	9.¿Considera que la atención que se les ofrece el restaurant es la adecuada?	10.¿Se siente satisfecho con la atención que les brinda el restaurant?	11.¿El restaurante si cuenta con las instalaciones y herramientas adecuadas para sus clientes ?	12.¿Frente a una queja o reclamo el personal brinda una solución rápida y efectiva?	Total
1	4	4	4	4	4	4	4	4	32
2	4	4	4	4	4	4	3	3	30
3	4	4	4	3	4	4	4	4	31
4	4	4	4	4	4	4	4	3	31

5	4	3	4	4	4	4	4	4	31
6	4	4	4	4	4	4	4	4	32
7	4	4	4	4	4	4	4	4	32
8	4	4	4	4	4	4	4	3	31
9	4	4	4	4	4	4	4	4	32
10	4	4	4	3	3	3	3	4	28
11	4	3	4	4	4	4	4	4	31
12	4	4	3	4	3	3	3	3	27
13	4	4	4	4	4	4	3	3	30
14	4	4	4	4	4	4	4	3	31
15	4	4	4	4	4	4	3	3	30
16	4	4	4	4	3	3	2	3	27
17	4	4	4	4	4	4	4	3	31
18	4	4	4	4	4	4	4	4	32
19	4	4	4	4	4	4	4	4	32
20	4	4	4	4	4	4	4	4	32
21	4	3	4	4	4	4	4	4	31
22	3	3	3	3	3	3	3	3	24

23	3	3	3	3	3	3	3	3	24
24	3	3	3	3	3	3	3	3	24
25	3	3	3	4	4	3	3	3	26
26	3	3	3	3	3	3	3	3	24
27	3	3	4	4	4	3	3	3	27
28	3	3	3	4	3	3	3	3	25
29	3	3	3	4	3	3	3	3	25
30	3	4	3	3	3	3	3	3	25
31	4	4	3	3	3	3	3	3	26
32	3	3	3	3	3	3	3	3	24
33	3	4	3	3	3	3	3	4	26
34	4	3	3	3	3	3	3	3	25
35	4	4	4	4	4	3	3	4	30
Total	0.215510204	0.233469388	0.233469388	0.215510204	0.24	0.249795918	0.297142857	0.24	999

Alfa de Cronbach de Atención al Cliente

Se ha realizado la prueba con SPSS utilizando Alfa de Cronbach

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	35	100.0
	Excluido ^a	0	0.0
	Total	35	100.0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
0.903	8

Como se puede observar el valor de Alfa de Cronbach es de 0,903 por lo que se puede verificar que el instrumento para recoger datos es de confiabilidad aceptable.

Anexo 4. Formato de Consentimiento Informado



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 y es dirigido por Lenyn William Viera Rojas, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. El propósito de la investigación es: Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomaráde 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 del WhatsApp, Si desea, también podrá escribir al correo para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

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

Nombres y apellidos: _____

Fecha: _____

Correo electrónico: _____

Firma del participante: _____

Firma del investigador: _____



Chimbote, 11 de junio del 2024

CARTA N° 0000000939- 2024-CGI-VI-ULADECH CATÓLICA

**Señor/a:
RESTAURANTE "ARRIBA
PERU" QUERECOTILLO -
SULLANA**

Presente. -

A través del presente reciba el cordial saludo a nombre del Vicerrectorado de Investigación de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, asimismo solicito su autorización formal para llevar a cabo una investigación titulada PROPUESTA DE MEJORA DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN EL RESTAURANTE "ARRIBA PERU" EN EL DISTRITO DE QUERECOTILLO - SULLANA,

2024., que involucra la recolección de información/ fue de 11 Trabajadores y 90 clientes, a cargo de LENYN WILLIAM VIERA ROJAS,

perteneciente a la Escuela Profesional de la Carrera Profesional de ADMINISTRACIÓN, con DNI N° 73943916, durante el período de 02-04-2024 al 10-04-2024.

La investigación se llevará a cabo siguiendo altos estándares éticos y de confidencialidad y todos los datos recopilados serán utilizados únicamente para los fines de la investigación.

Es propicia la oportunidad para reiterarle las muestras de mi especial consideración.

Atentamente.

*Dr. Willy Valle Salvatierra
Coordinador de Gestión de Investigación*

DECLARACIÓN JURADA

Yo, Viera Rojas Lenyn William, identificado (a) con DNI, 73943916 con domicilio real en (Calle, Av. Jr.) Calle Inclán, Distrito de Querecotillo, Provincia de Sullana, Departamento de Piura.

DECLARO BAJO JURAMENTO,

En mi condición de (estudiante/bachiller) BACHILLER con código de estudiante 0403181031 de la Escuela Profesional de ADMINISTRACION, Facultad de CIENCIAS E INGENIERIA de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, semestre académico 2024-1:

1. Que los datos consignados en la tesis titulada **PROPUESTA DE MEJORA DE LA GESTION DE CALIDAD Y ATENCION AL CLIENTE EN EL RESTAURANTE ARRIBA PERÚ EN EL DISTRITO DE QUERECOTILO - SULLANA, 2024**. Serán reales.

Doy fe que esta declaración corresponde a la verdad

06__de _ABRIL_ de 2024



Firma del estudiante/bachiller
Digital

DNI N^a 73943916

Huella

