



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN
TURÍSTICA**

**GESTIÓN DE CALIDAD BAJO EL ENFOQUE EN ATENCIÓN
AL CLIENTE DE LA MYPES, SECTOR SERVICIO, RUBRO
RESTAURANT: CASO BAHIA LOUNGE DEL DISTRITO DE
TUMBES, 2021.**

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

AUTOR

ZAPATA JIMENEZ, SABINA TERESA CECILIA

ORCID: 0000-0002-4909-0292

ASESOR

ESCOBEDO GÁLVEZ, JOSÉ FERNANDO

ORCID: 0000-0002-6443-1497

TUMBES – PERÚ

2021

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

Zapata Jimenez Sabina Teresa Cecilia

ORCID: 0000-0002-4909-0292

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

ASESOR

Escobedo Gálvez, José Fernando

ORCID: 0000-0002-6443-1497

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias Contables,
Financieras y Administrativas, Escuela Profesional de Administración, Tumbes,
Perú

JURADO

Guerrero García, Galvani

ORCID: 0000-0002-3151-806X

Aguilar Chuquizuta, Darwin Ebert

ORCID: 0000-0001-6721-620X

Villarreyes Guerra, Domingo Miguel ORCID:
0000-0001-6769-1959

HOJA DE FIRMA DEL JURADO Y ASESOR

MGTR. GALVANI GUERRERO GARCÍA
PRESIDENTE

MGTR. DARWIN EBERT AGUILAR CHUQUIZUTA
MIEMBRO

MGTR.
DOMINGO MIGUEL VILLARREYES GUERRA MIEMBRO

MGTR. JOSÉ FERNANDO ESCOBEDO GÁLVEZ
ASESOR

AGRADECIMIENTO

Primer lugar agradezco a Dios por permitirme tener y disfrutar a mi familia, gracias a mi familia por apoyarme en cada decisión y proyecto.

Al Mg. José Fernando Escobedo Gálvez gracias por su apoyo por su enseñanzas que nos brindo esta etapa de Taller de Titulación.

DEDICATORIA

Dedico con todo mi corazón mi tesis a mis padres: VICTOR HUGO Y CLAUDINA pues sin ellos no lo habria logrado. Su bendición a diario a lo largo de mi vida me protege y me lleva por el camino del bien. Por eso les doy mi trabajo en ofrenda por tu paciencia y amor padres mios; los amo.

Sabina...

RESUMEN

El estudio tuvo por objetivo de investigación determinar las características de la gestión de calidad y capacitación de las MYPES en el sector servicio rubro Restaurante en el distrito de Tumbes, 2021. Con un problema de investigación: ¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente de la Mypes sector servicio, rubro restaurante Caso “Bahia” en el Distrito de Tumbes, 2021. Con una metodología de investigación de tipo cuantitativo, nivel descriptivo y diseño no experimental, con una población de 10 MyPes dedicada al servicio de hospedajes - Tumbes, 2020, y una muestra de 5 trabajadores, aplicando encuestas como instrumento de recolección de datos, se concluyó que existe un alto nivel de gestión de calidad en relación a la atención al cliente que imparten los trabajadores, mostrando empatía, asertividad y compromiso hacia al cliente; y que los propietarios de los establecimientos de restaurantes se preocupan por las condiciones y necesidades laborales de los trabajadores.

Palabras clave: Gestión de calidad, Atención al Cliente, Restaurant, servicio

ABSTRACT

The research objective of the study was to determine the characteristics of quality management and training of MYPES in the restaurant services sector in the district of Tumbes, 2021. With a research problem: What are the main characteristics of quality management under the focus on customer service in the Mypes service sector, restaurant category "Bahía" Case in the District of Tumbes, 2021. With a quantitative research methodology, descriptive level and non-experimental design, with a population of 10 MyPes dedicated to service accommodation - Tumbes, 2020, and a sample of 5 workers, applying surveys as a data collection instrument, it was concluded that there is a high level of quality management in relation to the customer service provided by the workers, showing empathy, assertiveness and commitment to the client; and that the owners of the catering establishments are concerned about the working conditions and the needs of the workers.

Keywords: Quality management, Customer service, Restaurant, service.

INDICE

Título.....	i
EQUIPO DE TRABAJO.....	ii
HOJA DE FIRMA DEL JURADO Y ASESOR.....	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DEDICATORIA	v
RESUMEN.....	vi
ABSTRACT.....	vii
I. Introducción	1
2. REVISIÓN DE LITERATURA.....	10
2.1. Antecedentes	10
2.1.2. Antecedentes internacionales	10
2.1.2. Antecedentes nacionales	14
2.1.3. Antecedentes locales	16
3. Bases teóricas y conceptuales	18
3.1. La Gestión.....	18
3.1.1. Definición	18
3.1.2. Teoría de la gestión de calidad	18
3.1.3. Principios fundamentales del sistema de gestión de calidad	18
3.1.4. Teoría de la atención al cliente	19
3.1.5. Definición de cliente.....	20
3.1.6. Funciones del servicio al cliente.....	20
3.1.7. Finalidad calidad de servicio	21
3.1.8. La calidad en Empresas del Sector Restaurantes en el mundo	22
3.1.9. La calidad como excelencia.....	22
3.1.10. Beneficios de la Atención al Cliente	23
3.2. Hipótesis.....	24
4. Metodología	25

4.1. Tipo de investigación	25
4.2. Nivel De Investigacion	25
4.3. Diseño de investigación.....	25
4.4. Población y muestra	25
4.5. Definición y operacionalización de variables	27
4.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	30
4.8. Matriz de consistencia	32
4.9. Principios éticos	34
5. RESULTADO	35
5.1. Análisis resultados.....	41
ASPECTOS COMPLEMENTARIOS	48
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	49
Anexo 1: Encuesta	52
Anexo 2: Evidencias del Turnitin	54

I. Introducción

En la presente investigación se pretende determinar las Gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente de la Mypes, sector servicio, rubro restaurant: caso Bahia del distrito de tumbes, 2021, enunciado del problema Para definir el problema se planteó la siguiente interrogante de investigación ¿Cuáles son las principales de la gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente de la Mypes sector servicio, rubro restaurantes: Caso “Bahia” en el distrito de Tumbes, 2021?.

La Micro y Pequeña Empresa Mypes, es el acrónimo utilizado para referirse a ellas y según la definición que consigna las normas peruanas, es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. de servicios (Ley N° 28015, Art 2; Decreto Supremo N° 007-2008-TR, Art. 4).

Así, el Estado promueve el desarrollo integral y el acceso a los servicios empresariales y nuevos emprendimientos a través de las Mypes, para crear un entorno favorable a su competitividad, que ha logrado impulsar el espíritu emprendedor de la población, con bienes y servicios que generan empleo y reducen la pobreza. La gestión de calidad y la atención al cliente son factores imprescindibles que adaptadas al tamaño, la estructura y la naturaleza de sus tareas, coadyudan al desarrollo y éxito de las empresas, ya que al son los que crean la imagen y fortalecen la marca principal que se les brinda a los clientes. Los consumidores cada vez son más exigentes y

esperan de las empresas una gestión profesional enfocada a sus necesidades en los clientes y las empresan comprenden que el valor de la atención centrada en el cliente generará más ingresos y ventas. Sin embargo, en ocasiones el emprendimiento llega a fracasar antes de cumplir un año de funcionamiento debido a múltiples causas principalmente porque no existe un interés genuino en la gestión de calidad, lo cual genera clientes insatisfechos y que las ventas disminuyan y convertirse en un peligro para la sostenibilidad de la empresa al afectar el desarrollo de la misma, por eso, es necesario brindar un buen servicio al cliente. Los inconvenientes que presentan las empresas para realizar una correcta gestión es un tema necesario de investigar, ya que la mayoría de problemas que se presentan en la actualidad están relacionadas con la falta de gestión en el financiamiento, recursos humanos, operación y otras actividades que realizan para cumplir con sus objetivos.

Gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente de las Mypes, sector servicio, rubro restaurante: caso Bahía del Distrito de Tumbes, 2021, enunciado del problema para definir el problema se planteo la siguiente interrogante de investigación ¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente de la Mypes sector servicio, rubro restaurante Caso “Bahía” en el Distrito de Tumbes, 2021?, que realizan para cumplir con sus objetivo general Determinar las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente de la Mypes secto servicio, rubro restaurante: Caso “Bahía” en el Distrito de Tumbes,

El estudio se justifica considerando la importancia del control de calidad en el sector MYPE y la gestión de calidad en la empresa, bajo el enfoque en atención al cliente en prestación de servicio, analizando el caso del restaurant Bahía en el departamento de Tumbes. En cuanto a la importancia social, el estudio identificará los problemas que tiene entre los microempresarios con relación a la

estimación social del funcionamiento como grupo, para mejorar su eficiencia en apoyo a las familias y la población que les alberga. Esta investigación beneficia a la Universidad ya que sirve como un aporte a la investigación futura de los estudiantes interesados en el campo de estudio y como una herramienta de información para los empresarios de Mypes del rubro restaurantes.

La gran mayoría (99.5%) de las empresas de la región latinoamericana son Mypes, y casi nueve de cada 10 compañías son clasificadas como microempresas, y las PYMEs son importantes generadores de empleo (60% del empleo productivo formal), representan alrededor del 3.2% de la producción, mientras que en Europa aportan seis veces más (20% del PIB) a pesar de que tienen una participación similar en términos de la fuerza laboral que emplean. La evaluación del Índice de Políticas Mypes de la OCDE en Perú mostró que el país apoya el desarrollo de las PYMEs, en áreas clave de acceso a financiamiento, servicios de desarrollo empresarial (SDE), innovación, transformación productiva e internacionalización, entre otras, e incluye iniciativas programáticas específicas que lleva a cabo el Ministerio de Producción (PRODUCE), en consonancia con la Agenda de Competitividad 2014 - 2018 con medidas de mejora de la productividad con innovación, conglomerados y cadenas de valor orientadas hacia la exportación. Sin embargo, el Perú se ubica por debajo del promedio del grupo de países AL7.

En Europa, el sub sector de Restaurante a pesar de la gradual concentración en los operadores líderes, la estructura empresarial se caracteriza por la presencia mayoritaria de empresas de pequeño tamaño, dando lugar a una fuerte atomización del negocio. Las diez primeras empresas reunieron una participación conjunta del 11,90% sobre el valor total del negocio en 2019, la cual se situó en el 14,46% al considerar a las veinte primeras. En el número de establecimientos se llega a superar los 80.000 en enero de 2019 y las ventas mantuvieron la tendencia positiva de los ejercicios anteriores, en un contexto de crecimiento del consumo privado por el crecimiento económico; la actividad turística y en el gasto en ocio que sustentaron la tendencia al alza en el número de

ocupados. De esta forma, los ingresos del sector crecieron un 3,1%, hasta superar los 25.300 millones de euros. Los restaurantes con servicio en mesa alcanzaron unas ventas conjuntas de 20.670 millones, un 2,6% más que en 2018, dentro de este segmento destaca el peso de los restaurantes tradicionales, que supuso el 84% del total, mientras que los restaurantes informales acapararon el 16% restante, con los restaurantes sin servicio en mesa, establecimientos de comida rápida y autoservicios tradicionales que se incrementó un 5,2%, en el 2019, hasta los 4.670 millones. sobresaliendo el dinamismo del subsegmento de comida rápida. En los últimos años las ventas del servicio delivery han registrado un significativo crecimiento. Esto se fue dando en paralelo al dinamismo de la demanda, la proliferación de plataformas de reparto y la incorporación de este servicio a un número creciente de establecimientos. Así, en 2019 el servicio delivery representó en torno al 6% del negocio en el conjunto del sector de la restauración. Por otro lado, el 39% de los ingresos totales del sector correspondió ya a locales integrados en cadenas, participación que ha registrado una tendencia al alza en los últimos años. Este significativo crecimiento de las ventas del servicio delivery, en un contexto de creciente incorporación del mismo a la oferta de las principales cadenas que alcanzó el 39% del negocio total en 2019. La situación del sector de restaurantes antes de la pandemia era muy positiva. De hecho, generó unos ingresos totales de 25.340 millones de euros en 2019, tras aumentar a tasas situadas entre el 3% y el 5% en los tres últimos años. En 2020 la pandemia COVID-19 ha tenido un impacto muy negativo en el sector, provocando una fuerte caída de los ingresos. Todo ello debido al cierre temporal de locales, las restricciones en cuanto a movilidad y aforos y a la pérdida de capacidad de gasto de la población ante el deterioro de la coyuntura económica. En 2020 el sector está viéndose muy penalizado por el impacto de la pandemia COVID-19, que ha dado lugar al cierre temporal locales y a diversas limitaciones en cuanto a aforos y horarios, en un contexto de intenso deterioro de la actividad económica. El ejercicio 2020 cerrará previsiblemente con un fuerte descenso del número de restaurantes operativos, tendencia que previsiblemente se prolongará en 2021.

Entre los años 2013 y 2019, el subsector de restaurantes (servicios de comida y bebida) en el Perú ha sido un pequeño pero constante motor de crecimiento para la economía, al reportar tasas de crecimiento positivas para todos los meses desde que se lleva registro (enero de 2013), excepto en marzo de 2017, cuando decreció un 0.8%. En agosto de 2014, se experimentó una desaceleración en el subsector, que comenzó a revertirse en 2018 y en el 2019 alcanza un incremento acumulado del 4.8% entre enero y agosto. El crecimiento de restaurantes se ha visto impulsado por la ampliación física de los negocios, el aumento en la variedad de sus cartas y la alianza estratégica con bancos, supermercados y empresas de telecomunicaciones. Además, en el 2019, se han realizado más de 40 ferias o festivales gastronómicos a nivel nacional y el Perú ha presentado exponentes en 5 ferias gastronómicas internacionales, en España, EE.UU. y Argentina. (Instituto Nacional de Estadística e Informática - INEI, 2019).

De acuerdo con cifras de la Encuesta Nacional de Hogares (Enaho), elaborada por el INEI, en 2019, las micro y pequeñas empresas (Mype) representaron el 95% de las empresas peruanas y emplearon a un 47.7% de la población económicamente activa (PEA), lo que equivale a un crecimiento del 4% en el empleo. Las Mype registran ventas anuales en constante crecimiento y equivalen a un 19.3% del PBI, con un monto un 6% mayor al registrado en 2018.

En julio de este año, el subsector restaurantes (servicios de comidas y bebidas) decreció 67,23% en comparación con similar mes del año 2019 y presentó una variación acumulada de 53,74% de enero a julio del 2020 (INEI) afectando sus ingresos por el cierre temporal a causa de la Emergencia Sanitaria, por la menor actividad en los negocios de pollerías, restaurantes, comida criolla, restaurantes turísticos, café restaurantes, chifas, cevicherías, carnes y parrillas y comidas rápidas; debido a la menor afluencia de clientes, reducción en los horarios de atención presencial, poca cobertura del servicio delivery y el cierre temporal de sucursales; como consecuencia del confinamiento social y las medidas de protección sanitaria. También, se vieron afectados los

negocios de sandwicherías, heladerías, comida internacional, dulcerías y pizzerías; lo cual se vio atenuado por el Decreto Supremo N°157-2020-PCM, que entró en vigencia desde octubre del año 2020 y que autorizó el funcionamiento de restaurantes y servicios afines, con un aforo del 50%, con excepción de los bares. Por otra parte, entre las actividades que presentaron un número mayor de bajas en el III Trimestre 2020, fueron las actividades de servicios de comidas y bebidas (7,8%).

Actualmente, el negocio de comida en la pandemia puede hacer la diferencia si prioriza la atención al cliente garantizando el cuidado de su salud con distintas apps disponibles para entregar la comida evitando el contacto presencial de los clientes. En este sentido, la investigación analiza el caso del restaurante Bahía que tiene una capacidad de 80 comensales al día, con un horario de atención de 8:00 a.m. a 11:00 p.m. y sirven comida variada, aunque se ha observado largo tiempo de espera de servicio que podría estar generando insatisfacción en los clientes. En el restaurante se puede apreciar que el proceso de los platos de la carta dado el mayor número de procedimientos, debido a que se toma en cuenta las previsiones, la selección de cada uno de los procesos para la elaboración de los platos alternativos, es mucho más lento que el requerido para el menú, por lo que interesa conocer que alternativas podrían necesitar los clientes que mejore la gestión de los procesos. En este sentido, cuando Thiel (2008) habla de recetas desde una perspectiva empresarial, podemos ver la importancia de los procesos de control de calidad. Es un trabajo de gastronomía con el propósito de establecer la gestión y la calidad bajo el enfoque en atención del cliente en las MYPES para la competitividad y la sostenibilidad futuras (en Ferrari, 2013, p. 221).

Por lo tanto, en este trabajo se considera importante la aplicación de un sistema de gestión de calidad bajo el enfoque en atención del cliente en las MYPES del sector servicio, rubro restaurantes: Caso “Bahía”, en el sector de servicios. Es necesario estandarizar la gestión en todos los procesos y definir claramente las acciones de los empleados para que los trabajadores puedan atenderlos mejor a través de una estrategia de calidad que maximice el rendimiento.

El arte culinario o gastronómico, se le considera como el sector del turismo que está creciendo con mayor rapidez en los últimos años, constituyéndose los restaurantes en punto de atracción y de llegada al público; por lo consiguiente el sector tiene una importancia creciente en la inversión y el empleo; por otro lado, se conoce que la competencia entre restaurantes crece cada día más. Un factor de mucha importancia en las empresas de restaurantes es la calidad, lo que engloba muchos aspectos que deben ser tomados en cuenta para poder brindar un buen servicio. La calidad permite al restaurante cuidar cada detalle de su servicio, como su infraestructura, la atención al cliente, los insumos que utiliza, entre otros. Asimismo, el nivel de calidad de un restaurante se refleja en la satisfacción del cliente. Este es un punto importante para la integración y el éxito de la empresa. Al evaluar la calidad del restaurante se puede lograr conocer cuáles son las deficiencias y cuáles son los aspectos que requieren mejorar. Como se mencionó anteriormente, el sector culinario se adapta principalmente a las necesidades del público y esta diversidad se refleja en la abundancia de alimentos internacionales y tradicionales. Esto se explica debido a que el efecto del mundo es un mundo cada vez más globalizado y centralizado que ha permitido conocer y acceder a nuevas formas de preparación de alimentos e incluir productos diversos en la oferta de restaurantes. Por esta razón, no es raro encontrar en la zona específica de muchas ciudades destinada a tal fin diversos negocios de restaurantes con posibilidades de degustación de todas partes del mundo. Esta actividad se ve reflejada también en las grandes cadenas de restaurantes, que cada día acumulan mayor experiencia internacional y que han logrado crear una identificación global desde sus servicios culinarios. El Perú, es un país mega diverso, que cuenta con una mega diversidad de atractivos turísticos, tanto naturales como su cultura, rica historia y la gastronomía, heredada de nuestros antepasados. El Turismo en el Perú se constituye en la tercera industria más grande de la nación, detrás de la pesca y la minería. La industria gastronómica es importante porque crea muchos puestos de trabajo y contribuye al PBI. Estas empresas crean alrededor de 80 puestos de trabajo en el país. De esta manera, la industria alimentaria es muy diferente en Japón y MYPES es una empresa

fuerte en esta área. En general, este tipo de actividades son de propiedad familiar, por lo que la gestión se deja en manos del propio propietario. También tienen un número limitado de trabajadores. Como su nombre lo indica, se trata de pequeñas empresas que reflejan el potencial empresarial peruano. Hoy, con el creciente acceso a instituciones financieras e instituciones financieras para iniciar este tipo de negocios, los peruanos tienen más oportunidades para hacer negocios.

Según el Sistema Estadístico de Turismo del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo MINCETUR (2012), la división de los espacios geoeconómicos clasifica a los espacios económicos en tres tipos, zonas dinámicas, estancadas, y marginales. Dentro del departamento de Tumbes, la gastronomía sobre todo los alimentos elaborados a base de pescado y mariscos han logrado una dinámica creciente de desarrollo gracias a su base productiva, manufacturera y de servicios turísticos; esta última tiene gran impacto en las empresas de restaurantes. En Tumbes, dentro de la oferta de planta turística, en el año 2012 se registró un total de 127 restaurantes. El potencial turístico de Tumbes se da principalmente gracias a su herencia cultural y a sus atractivos naturales. La importancia económica del sector turismo radica en su aporte como captador de divisas para el país”.

Según el Plan Estratégico de Desarrollo de Tumbes (diciembre de 2014), a nivel de Tumbes se juegan diferentes roles en el sector turístico y existe un gran interés en el desarrollo de la región. Negocio de catering directo o indirecto; bases del ecoturismo y actividades naturalistas, la pesca submarina, el avistamiento de cetáceos son los destinos finales del turismo de ocio (especialmente juvenil, centros de servicios para actividades pesqueras), servicios y productos para actividades económicas regionales Hubs y centros de administración regional En todos estos roles, las empresas de catering tienen grandes ventajas porque todas las actividades están cubiertas. Sobre todo, se necesita servicio en algún momento. En la ciudad de Tumbes, se sabe que la mayoría de los

restaurantes son eurodiputados de gestión familiar. O, a menudo, las empresas de catering están menos interesadas en mejorar sus servicios porque carecen del equipamiento adecuado para la implementación y gestión del restaurante, es decir, la implementación completa, debido a la falta de estándares. Tenga en cuenta que muchas de estas empresas no están muy interesadas en mejorar sus servicios. No hay aparcamiento privado, mala higiene en el local e incumplimiento de la normativa de seguridad. Asimismo, se entiende que, entre otros temas de calidad que deben abordarse para brindar una mejor imagen y servicio, no existe suficiente inversión en infraestructura y mantenimiento del sitio. Mejor servicio para turistas. Este estudio confirma el sistema de calidad del restaurante familiar "Bahía", que se fortalece gracias a más de 1 años de experiencia en la industria. Estamos especializados en carnes, pescados, cocina nacional e internacional. Situada entre los ángulos de Grau y Bolonia en el centro de la ciudad, la Plaza de Armas se encuentra en el centro de la ciudad, lo que aporta grandes ventajas al establecimiento. También proporciona un entorno atractivo para que los turistas y el público puedan comer. egión.

Este estudio es plausible para formar una base teórica importante para desarrollar habilidades conceptuales en temas de calidad de servicio que proporciona datos estadísticos fiables para caracterizar la calidad de servicio del restaurante que se han recogido utilizando herramientas de recopilación de datos como encuestas que han permitido tener resultados. Probado socialmente la investigación que promueve la Responsabilidad de las pequeñas empresas Para mejorar la calidad del servicio de los restaurantes, Sostenibilidad y rentabilidad. La investigación se justificó dada la importancia del sector MYPE y la gestión de calidad en la empresa, bajo el enfoque en atención al cliente en el sector servicio, analizando el caso del restaurant Bahia del distrito de Tumbes. En cuanto a la importancia social, el estudio identificará los problemas que tiene entre los microempresarios con relación a la estimación social del funcionamiento como grupo, para mejorar su eficiencia en apoyo a las familias y la población que les alberga. El presente estudio beneficiará

a la Universidad debido a que servirá de aporte para futuras investigaciones de estudiantes interesados en el rubro en estudio y además, servirá de instrumento de información para empresarios de MyPE del rubro restaurantes.

2. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. Antecedentes

2.1.2. Antecedentes internacionales

López (2018) publicó su tesis de maestría en administración de empresas en la Universidad de Investigación Católica Santiago de Guayaquil en Ecuador en un estudio de investigación titulado

"Calidad de servicio y satisfacción del cliente en restaurantes Rachy en Guayaquil". Objetivos Totales: La metodología utilizada para investigar la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en la obtención de información a través de Decisión Rachy Restaurant Rachy en Guayaquil mostró insatisfacción y empatía por la respuesta inmediata. Puede ver que existe una correlación positiva entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente. La investigación cualitativa se realiza en entrevistas detalladas para obtener un conocimiento detallado de las variables de investigación. Esto puede mostrar parte de la falta de formación y motivación de la empresa para los empleados, los principales resultados y conclusiones. El 70% de los clientes en la encuesta está de acuerdo en que el equipo es visualmente atractivo en el restaurante y el 67% de los clientes encuestados está de acuerdo en que el equipo está en el restaurante Rachy. Moderno y atractivo, el 49% de los clientes encuestados no considera que el servicio del personal del restaurante sea apropiado y apropiado, El 70% de los clientes encuestados está de acuerdo en que la comida que sirve el restaurante se ve deliciosa, y la encuesta concluye que el servicio al cliente es muy importante para cualquier negocio y de ello depende su éxito o fracaso. Sea siempre feliz para que los clientes de su organización puedan recomendar el lugar por su deliciosa comida y servicios. En cuanto al marco teórico, se han mencionado una serie de teorías y enfoques sobre calidad, calidad del servicio, satisfacción del cliente, características de la calidad, modelos de medición del servicio. Si ha llegado a la conclusión de que necesita una evaluación de la calidad del servicio para ejecutar con éxito su negocio. Además de reducir la brecha de servicio para lograr mayores beneficios económicos. Las encuestas realizadas ayudan a identificar elementos importantes de la calidad del servicio, como rapidez de intervención, instalaciones de tratamiento personalizado, maquinaria de última generación, etc. Y los clientes pueden demostrar que están satisfechos con la fiabilidad de las instalaciones, las comidas, las instalaciones y el personal. Tuve un cliente descontento en el restaurante Rachy. El servicio resultó no ser rápido porque los camareros no fueron tratados personalmente y no estaban capacitados, y el personal del restaurante

era pequeño. Hubo una relación positiva significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente. En otras palabras, cuanto mayor sea la calidad del servicio, mayor será la satisfacción del cliente y menor la calidad del servicio. Como resultado, se reduce la satisfacción del cliente.

Ríos (2017) “Una metodología propuesta para medir la satisfacción del cliente de acuerdo a la norma ISO 9001: 2015 No. 5.1.2 de Organización Educativa Trochas” esta investigación se ganó el título de Experto en Gestión de Productos y Servicios El objetivo general del Servicio de Calidad de la Universidad de Libre de Colombia, Colombia es proponer un método de medición de la satisfacción del cliente en la institución Trochas de acuerdo con los lineamientos de la NTC 9001: 2015 Sección 5.1 Sección 0.2, que permita el desarrollo de proyectos de mejora del servicio. , se completaron dos cuestionarios por método de encuesta basado en el modelo SERVQUAL. Uno es para medir la percepción de los estudiantes y el otro es para estudiantes y profesores. El cuestionario utiliza una escala Likert de 5 puntos, que es descriptiva y cuantitativa. Los principales resultados y conclusiones de la encuesta muestran que el nivel de satisfacción de los docentes con la función del gobierno escolar de capacitar docentes es muy alto, 53% y 53% no están satisfechos con la implementación del examen nacional. satisfacción del cliente, mayor será la conclusión. Velar por el buen funcionamiento de las instalaciones y la calidad de los servicios prestados a través de las actividades de la escuela. Una forma de medir la satisfacción es mediante encuestas. Esta es una herramienta muy importante para identificar áreas de mejora. El estudio también confirma que la mejora de la gestión es un proceso continuo para la organización y que el cliente indica constantemente áreas de mejora en el desempeño actual de la organización. Los estudios se muestran que la atención de padres y maestros en varias reuniones es el nivel más alto de satisfacción de las partes interesadas, en un 72% y excelencia en un 28%. La preocupación de los maestros y de los padres son fortalezas que las instituciones educativas deben mantener y mejorar para brindar un valor agregado.

Quezada (2016) obtuvo el título de Ingeniero Profesional en Gestión de Alimentos y

Bebidas de la Universidad de la Ciudad Andina en un tratado titulado “Propuesta de Modelo de Control de Calidad para el Mejoramiento de Restaurantes en Imbatoshi”. Ecuador; Objetivo común: Proponer un modelo de calidad utilizando metodologías de investigación científica para el desarrollo de este estudio mediante la aplicación de investigaciones y entrevistas para mejorar continuamente la presentación de productos, productos y servicios en la cafetería de Ambat. estudio, o análisis de manera similar, llegamos a una conclusión sobre el tema en el que se basa. Los principales hallazgos y conclusiones son que más (77%) de los gerentes o gerentes de restaurantes creen que la calidad significa satisfacción del cliente, y un porcentaje más alto (65%) de personas dice que la calidad es muy importante para el crecimiento de un restaurante. Significa que piensas eso. Crear un modelo de calidad es ampliamente aceptado por los restauradores y la mayoría de los directivos (56%), y para una buena parte de la población (56%), creo que es importante la motivación de los empleados específica para el buen funcionamiento de un restaurante. Después de realizar un estudio de gestión adecuado, se concluyó que la industria de restaurantes puede alcanzar un cierto nivel de conocimiento para desarrollar soluciones a los problemas encontrados en los restaurantes de Ambat. Para crear un modelo de negocio PDCA, la Propuesta 90 Diagnostics puede identificar cuándo los propietarios o gerentes de empresas alimentarias de EE. UU. Descubrieron problemas de factores de calidad. Ciudad de Ambat. Por esta razón, se ha propuesto el modelo de control de calidad P.D.C.A para apoyar las soluciones de procesos de producción empresarial, especialmente para la industria alimentaria.

Sánchez (2017) en su trabajo de investigación denominado “Evaluación de la calidad de servicio al cliente en el restaurante pizza burger diner de Gualan, Zacapa”, tesis para obtener un título profesional en administración de la Universidad Rafael Landívar en México. Nos esforzamos por crear una identidad global desde la cocina. para: Una evaluación de la calidad del servicio al cliente en Pizza Burger Diner en Guarín. El método que utilizo es el método ServQual, y la brecha entre los indicadores de calidad del servicio y la insatisfacción del cliente depende de las diferencias

en las expectativas y percepciones. Además, se realizó una evaluación de 360 grados para determinar las percepciones de empleados y gerentes de restaurantes, y se calcularon 70 clientes, 14 colegas y 4 gerentes utilizando una fórmula de tamaño de muestra para una población conocida. En total, el tamaño de muestra utilizado fue de 88 personas. El dispositivo está diseñado para contener 22 preguntas para medir la percepción y 22 preguntas para medir las expectativas. El principal resultado y conclusión es la dimensión de confianza más esperada (4,66), que está más cerca de 5 y representa el valor más alto en la escala Likert utilizada. Le sigue la dimensión de respuesta (4.60), la dimensión de empatía (4.57), la dimensión de confiabilidad (4.53) y finalmente la dimensión de factor tangible (4.45), y La calidad del servicio al cliente de Pizza Burger Diner Restaurant es la siguiente: Puede concluir. Gualán evalúa expectativas y percepciones de acuerdo con el enfoque de calidad de servicio ServQual. Según la valoración realizada, el restaurante Pizza Burger Diner Gualán tiene un índice de calidad de servicio ICS de 0,18, lo que indica la insatisfacción del cliente con el servicio recibido. Se determinó que la brecha de insatisfacción media era -0,17. La dimensión o variable más insatisfecha es tangible (-0,22), seguida de respuesta (-0,21), empatía (-0,16), confiabilidad (-0,14) y confiabilidad (-0,13). Estos valores indican que ninguna de las cinco variables o dimensiones superó las expectativas del cliente. Con base en calificaciones de 360 °, los empleados comprenden las expectativas del cliente y mantienen una relación directa y duradera con el cliente. No soy gerente. Según Zeithaml, Parasuraman y Berry (1993), esta diferencia fomenta comportamientos que satisfacen necesidades y expectativas, porque los gerentes no comprenden las expectativas del cliente y no saben qué valoran en el servicio demuestra que es difícil.

.1.2. **Antecedentes nacionales**

Luna, K. (2016) en su tesis titulada Caracterización de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio– rubro restaurantes en el distrito de nuevo Chimbote, 2013, tiene como conclusiones: La mayoría (60,9%) de los representantes de la micro y pequeñas

empresas del sector servicio - rubro restaurantes de Nuevo Chimbote, son de género masculino, la mayoría absoluta (52,2%) tienen la edad entre 18 a 30 años, la mayoría relativa (47,8%) tiene el grado de instrucción universitaria y la mayoría relativa (43,5%) cuenta como administrador 3 años en el rubro. La mayoría absoluta (69,6%) de las micros y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes de Nuevo Chimbote están formalizadas, la mayoría absoluta (65,2%) se desarrollan con un personal entre 1 a 5 trabajadores, pero en su mayoría absoluta (65,2%) mantienen a sus trabajadores en condición informal. La totalidad de empresarios del sector servicio - rubro restaurantes de Nuevo Chimbote, consideran que no cuentan con estándares de calidad ISO, pero la mayoría (60,9%) aplican una gestión administrativa lo cual la mayoría absoluta (56,5%) los ha llevado adoptar una técnica de mejora continua, la mayoría absoluta (78,3%) realiza capacitaciones orientadas al servicio del cliente, la mayoría relativa (39,1%) tienen prioridad el precio ante sus proveedores.

Según Arenas (2016) en la tesis de investigación titulada “Caracterización de la satisfacción del cliente y competitividad de las MYPE servicio rubro pollo a la brasa la arena, 2016” publicado en la ciudad de Chimbote, tuvo como objetivo general “Conocer las características que tiene la satisfacción del cliente y la competitividad de las MYPE servicio rubro pollo a la brasa del C.P. la arena, 2016”, en este estudio uso una metodología del presente estudio fue descriptiva transversal, con un diseño de investigación no experimental cuantitativa y como principales falencias se tuvo, que los consumidores no se sienten complacidos, este es una gran motivo de sobra por el cual no hay una buena atención pero a su vez ofrecen un buen plato y en sabor destacan en la variación de precios es adecuado, pero tiene una deficiencia en la atención del personal porque el tiempo de espera es muy largo, el ambiente en que ofrecen el servicio no es el adecuado de igual forma la limpieza. Dado a todo se obtuvo como las principales conclusiones que las pollerías tengan en constante capacitación y preparación al personal para brindar un óptimo servicio y no solo dependa

del sabor se preocupen en la constante tendencia de la decoración de local y sobre todo la limpieza logrando superar las expectativas de los consumidores. Orientándonos así para nuestra tesis de investigación en relación a nuestra segunda variable en conjunto al rubro de los restaurantes de pollos a la brasa.

Carcausto (2016) en su tesis titulada “Relación entre calidad de servicio y satisfacción del cliente en el Hotel Sakura de la ciudad de Juliaca 2016”, 14 publicado en la ciudad de Juliaca tuvo como objetivo general “Determinar la relación entre calidad de servicio y satisfacción del cliente en el hotel Sakura de la ciudad de Juliaca 2016”, la metodología que se aplicó fue un diseño transaccional donde la investigación es de tipo no experimental donde se concluyó que el tema de estudio y los resultados se recalca que existe una vinculo positiva entre la “calidad de servicio y la satisfacción de cliente en el hotel Sakura de Juliaca, 2016”, en vista que los resultados del valor del coeficiente de correlación entre ambas variables y sus respectivas dimensiones fueron positivas, obteniendo como conclusión que los clientes del hotel Sakura se encontraron muy satisfechos con la calidad de servicio obtenida por parte del hotel. Puesto que a presente tesis menciona a ambas variables, vemos relevante para nuestro trabajo de investigación

.1.3. **Antecedentes locales**

Flores (2019) En su trabajo de investigación realizado con la finalidad de evaluar la Calidad de Servicio que brinda el Restaurante Piscis, en la Ciudad de Tumbes, para lo cual se empleó ciertos estándares relacionados con las buenas prácticas de atención, lo que permitió identificar las principales características de la calidad de servicio en el mencionado restaurante, así mismo, se empleó una encuesta diseñada por el investigador, la cual se aplicó a 68 clientes de este restaurante ,para conocer sus percepciones respecto a la calidad de servicio del restaurante, concluyendo que si bien es cierto, los propietarios del local están implementando medidas para mejorar la calidad de

los productos y servicios que ofrecen, aún existen muchas debilidades tanto a nivel de propietarios como del personal que no permiten que el servicio sea de óptima calidad.

Dios (2018) En su análisis sobre la Caracterización de la administración de la calidad y la Competitividad en las MYPES del Rubro Restaurantes del Distrito de Corrales, la cual se realizó para identificar las principales características en cuanto a los procesos de gestión de la clase y la competitividad de estos restaurantes, para lo cual se aplicó una encuesta diseñada por el inspector, a 68 clientes de dichos restaurantes. Los resultados obtenidos demuestran que por el contrario la generalidad de los compradores encuestados(79%) consideran que el servicio ofrecido en los restaurantes es adecuado, y que cuentan con personal individual preparado que brinda un trato gentil e información acabada y razonable sobre los mercancías ofrecidos; incluso existe un destacado porcentaje (56%) de los compradores que consideran que aún hay ciertos aspectos que no permiten que la ralea del servicio sea óptima ,como la equipamiento, ambientes de los locales, en los cuales no se invierte para innovar y mejorar la atención del servicio.

Según Fajardo (2016). En su estudio, “Categoría MYPES de Características Competitivas y Calidad de los Colegios Privados, 2016”, el objetivo fue caracterizar tanto los aprendizajes MYPES como las variables estudiadas en el Colegio Privado de Tumbes. La investigación es descriptiva, cuantitativa y no empírica. Incluye 20 centros de formación y considera una muestra de 76 docentes. Utilizamos técnicas de investigación y entrevistas para recopilar información. A partir de los resultados obtenidos, es importante utilizar su estrategia competitiva, utilizar su ventaja comparativa, modernizar su estrategia para atraer nuevos clientes y obtener una mejor formación sin abandonar a sus clientes existentes. También cree que la infraestructura y las cualidades de los docentes son esenciales para brindar comodidad y una educación de calidad y siempre deben ser educados.

3. Bases teóricas y conceptuales

3.1. La Gestión

3.1.1. Definición

La gestión se apoya y funciona a través de personas, por lo general equipos de trabajo, para poder lograr resultados, pero estas personas deben buscar nuevos conocimientos que le permita estar a la vanguardia de la globalización, de lo contrario la empresa quedara con el trabajo de antaño con su gestión y administración tradicional que no se adecua a la realidad.

3.1.2. Teoria de la gestión de calidad.

Sernaque (2018) muestra que la definición de gestión se refiere a la acción y la consecuencia de gestionar o gestionar algo. En este sentido, hay que decir que la gestión la ejecución de procesamientos de previsión de negocio o actividades deseables relacionadas con el gobierno que aplican todos los conocimientos de gestión para gestionar adecuadamente los recursos de una empresa. De esta manera, el pensamiento organizacional se refiere al uso de tecnología avanzada por resolver problemas y demostrar compromiso. El empresario utiliza todos los conceptos de gestión para gestionar los recursos de la empresa y solucionar los problemas que presenta la empresa en principios fundamentales del sistema de gestión de calidad.

3.1.3. Principios fundamentales del sistema de gestión de calidad

Bueno (2016) Control de calidad se refiere a la aplicación de herramientas para mejorar la calidad de procesos, productos, servicios, etc. Capacidad para proporcionar productos que cumplan con los requisitos del cliente y las normativas aplicables, como las aplicables a las aplicaciones mencionadas anteriormente, como se describe en la norma ISO 9001 (2015).

- Enfoque del sistema para la Gestión.

- Enfoque al cliente.
- Liderazgo empresarial ○ Enfoque basado en procesos.
- Participación del personal.
- Mejora continua.
- Enfoque basado en hechos para la toma de decisiones.
- Relaciones mutuamente beneficiosas con el proveedor.

Por lo general las micro y pequeñas empresas están alejadas de este tema, debido a su pequeño tamaño, y bajo conocimiento en gestión de calidad, no obstante, es importante resaltar que la Norma ISO 9001, brinda la infraestructura, procedimientos, procesos y recursos necesarios para apoyar a las empresas a controlar y mejorar su desempeño y conducirles hacia la eficiencia, servicio al cliente y calidad en el producto.

3.1.4. Teoría de la atención al cliente

Rojas (2017) describe los elementos básicos de la gestión empresarial. Naturaleza: El comportamiento de compra de los clientes es intrínsecamente complejo debido a factores como la personalidad, el impacto social, la motivación, la percepción, el aprendizaje, las creencias y las actitudes. influencia: La influencia social influye directamente en la decisión de compra de un cliente y se divide en influencia de rol, influencia de grupo, influencia de clase social, influencia cultural e influencia cultural de minorías. Regulaciones: Algunas empresas tienen regulaciones relacionadas con el servicio al cliente, y algunas de las características comunes de estas regulaciones son: Descripción del servicio. Misión de información; trámite, tramitación y resolución de quejas y solicitudes.

3.1.5. Definición de cliente

Arrascue y Segura (2016) Libro de marketing de clientes Arrascue e Segura (2016) ¿Quién se llevó a mi cliente? Designación: la palabra cliente proviene del griego antiguo y designa a un dependiente. Es decir, mis clientes son personas con requisitos específicos para las categorías o gestión que mi organización puede acomodar. Cultura S.A. En el Diccionario de Marketing, encontramos que cliente es un término que caracteriza a un individuo o grupo que realiza una compra. Puede comprar en su nombre y realmente apreciar los excelentes productos que ha comprado, o puede comprar para otros cuando se trata de piezas juveniles. En última instancia, será la parte más importante de la población de la organización.

Claves para una mejor atención al cliente

- Chamorro (2016) Algunas claves para mejorar la atención al cliente.
- Clientes, ante todo. Es fácil, pero debe repetirse como un mantra en toda la organización, especialmente en aquellos involucrados en el servicio al cliente.
- Escuchar activamente significa que el receptor está dispuesto a escuchar, se centra en lo que dice el emisor y está listo para responder.
- La escucha activa es quizás el factor más importante en el éxito del proceso de servicio al cliente.
- Enviar imágenes. Confianza. Incansable y profesional.

3.1.6. Funciones del servicio al cliente

Chávez (2016) afirma que la atención al cliente actúa como un puente entre el cliente y la empresa que brinda el servicio o producto. Los clientes esperan un servicio al cliente útil, intuitivo y eficiente. Por este motivo, la empresa debe realizar las siguientes funciones:

- Educación. La función principal del servicio al cliente es brindar capacitación a los clientes, ayudar a los clientes a resolver los problemas que enfrentan y, al mismo tiempo, presentar una impresión positiva de su negocio.
- Actualizar. El Servicio de atención al cliente actualizará y cambiará la información de la cuenta del cliente, ingresará la información de pago y eliminará la cuenta a solicitud del cliente o según lo requieran los términos del acuerdo.
- Tipos. El servicio de atención al cliente trabaja con los clientes directamente, por teléfono o por correo electrónico o programas de chat.
- Multitareas. A los agentes de servicio al cliente a menudo se les pide que realicen varias tareas mientras escuchan los problemas de los clientes. Puede revisar la información del cliente, evaluar el estado de la cuenta, la información y las notas, y luego proporcionar comentarios rápidos y precisos a sus clientes.
- Venta. El servicio al cliente puede solicitar al agente que brinde servicios o productos adicionales al cliente después de que se resuelva el problema.

3.1.7. Finalidad calidad de servicio

Sernaque (2018) El hecho de que la justificación de la esencia de la gestión se entienda como un lado bueno de la distinción de la Fundación con el objetivo de satisfacer los deseos de sus clientes es un acuerdo que concierne al conjunto de la asociación y le permite conocer " las causas. Aléjese de todo para reducir costos y retener a los consumidores. Esta es posiblemente la forma más segura de conocer gente por un tiempo. El concepto de valor no tiene nada que ver con el lujo o el alto costo. Los gerentes de calidad tienen que lidiar con el hecho de que los clientes tienen que pagar. La asociación que crea los reguladores estatales genera confianza en los clientes, de modo que los mayores costos se reconocen mejor frente a los desafíos y se contrarrestan adecuadamente en caso de un retiro.

3.1.8. La calidad en Empresas del Sector Restaurantes en el mundo

Freyre et al. (2015) En todo el mundo, muchas encuestas se han orientado a la calidad. Los datos no solo son infinitos, sino que también se extienden a muchas afirmaciones conocidas. Sin embargo, para ser justos, la búsqueda de valor en los restaurantes está, hasta cierto punto, rodeada tanto por la adicción a los moteles como por la industria de la amistad, claramente basada en la naturaleza misma de la gestión física. El departamento de restauración tiene ciertas cualidades y elementos en el departamento de gestión. Becerra y Domínguez (2010) describieron el problema del segmento de restaurantes. Se están investigando los tipos de restaurantes que buscan galerías y restaurantes fríos en la ciudad de Mérida. Calidad de gestión, directorios, costos y condición son las variables evaluadas. Los resultados muestran un estado inusual de lealtad del consumidor. La intuición del cliente y del gerente introdujo la 5 a diferencia en términos de cumplimiento.

La calidad de las empresas de la industria alimentaria peruana. Es sorprendente que los países que están construyendo cocinas muy fuertes y vibrantes en estos días no sigan este procedimiento en una época definida de control de calidad en un entorno donde las cocinas se construyen y los propietarios dirigen el lugar. Básico. En pocas palabras, en lugar de presentar una idea de restaurante, en realidad fortalece lo que el mundo está comenzando a tener de manera dinámica: la cocina peruana es una de las mejores del mundo. Como señala RPP Noticias (2014), Gastón Acurio, uno de los expertos culinarios más prestigiosos del Perú, es considerado un súper chef por el noble diario The Washington Post, gracias a su ingenio. Cocina peruana y en general latinoamericana.

3.1.9. La calidad como excelencia

Hende (2017) Tanto la calidad como la perfección se caracterizan como lo mejor en el sentido absoluto. Desde esta perspectiva, ganar valor sugiere que la asociación debe contribuir de

una manera que produzca los mejores resultados. La calidad es generalmente la mejor y plana, por lo que los mejores artículos pueden considerarse valiosos. Entre los beneficios de aplicar esta definición a las asociaciones que brindan excelentes productos y servicios a los consumidores se encuentra la dedicación cuando los trabajadores se dan cuenta de que están produciendo o suministrando los mejores y mejores productos. Estamos orgullosos de que nuestros clientes compren pedirlos prestados. Mejor servicio.

3.1.10. Beneficios de la Atención al Cliente

Fernández (2016) nos dice que brindar una atención de calidad beneficia a las empresas de la siguiente manera:

- Primero, la lealtad y la lealtad a la marca, que brinda productos y servicios de alta calidad a los clientes.
- Marketing cruzado. Una buena experiencia de cliente significa que la puerta a la venta de diversos productos y servicios está abierta.
- Recomiende, conozca, brinde un servicio honesto y cree increíbles promociones gratuitas para empresas centradas en el cliente.
- Mejorar la motivación y el clima laboral cuando un servicio al cliente inadecuado "quema" a los empleados y los deja con constantes quejas y argumentos de clientes insatisfechos.
- La falta de atención debido a quejas y devoluciones que consumen mucho tiempo conduce a una mayor productividad al agotar los recursos de la empresa utilizados en diferentes áreas.
- Si los clientes reciben la atención adecuada y no pierden tiempo haciendo cola o llamando, tienden a pagar costos más altos, lo que mejora las ganancias.
- Incrementar las ventas aumentando la frecuencia y repetición de las actividades de la empresa.

Las empresas de servicio al cliente inadecuadas reducen los costos de venta porque necesitan buena publicidad y costos de publicidad para cambiar continuamente a los clientes perdidos y distinguir entre negatividad verbal.

Mejorar la imagen y el nombre de la empresa.

Finalmente, se puede decir que los clientes de hoy necesitan más supervisión y más esfuerzo para llamar su atención. Por tanto, las empresas deben aplicar herramientas de control de calidad. Uno es cuando los clientes perciben el negocio, el sobre y sienten el valor y la importancia.

3.2. Hipótesis

Según (Hernández, Fernández y Baptista, 2014) las hipótesis indican lo que estamos buscando o tratado de probar y se definen como explicaciones tentativas del fenómeno investigado, formuladas de manera de proposiciones. En esta investigación no se plantea una hipótesis dado que es una investigación descriptiva ya que consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas.

4. Metodología

4.1. Tipo de investigación

La investigación fue de tipo cuantitativa, ya que se busca cuantificar la información respecto a las características de las variables gestión y atención al cliente, mediante los instrumentos de recolección de datos y el análisis que se utilizará para discutir los resultados; ya que mediante el instrumento de recolección de datos se obtendrá información que servirá para describir las variables de estudio, su situación problemática y las posibles propuestas para mejorar las deficiencias descritas.

4.2. Nivel De Investigacion

El nivel de investigación es descriptivo, ya que se describirán las características de las variables gestión de calidad y atención al cliente basadas y detalladas según sus dimensiones e indicadores.

4.3. Diseño de investigación

El diseño que se utilizó en esta investigación es el diseño simple – no experimental – transversal; descriptivo porque se recolectarán datos de la realidad natural: porque no se manipularán deliberadamente ninguna de las variables de estudio y transversal, porque la recolección de datos se realizará en un solo momento sin alterar las respuestas obtenidas.

M → O

4.4. Población y muestra

4.4.1. Población

La población para las variables de investigación es infinita y estuvo constituida por los clientes del restaurante Bahia Lounge, Tumbes.

Tabla 1.

Población de investigación

Detalle	REGIMEN	# Propietario	# Trabajadores
Restaurant Bahia Lounge	MYPE	1	5

Fuente: Elaboración propia.

4.4.2. Muestra

Se considera una muestra se tomará la muestras probabilística considerando un total promedio de 16 clientes.

4.5. Definición y

Es una estructura organizacional que consta de

Se describirá la variable atención de cliente de acuerdo a sus dimensiones e

Los utensilios (bandeja y cubiertos) con los que se ingiere la comida son prestados con adecuada limpieza.

La empresa cuenta con el programa de atención al cliente.

Explique brevemente el proceso del servicio de atención al cliente que brinda su restaurant.

¿Qué tipo de control de calidad utiliza para medir el servicio que brinda en su restaurant?

Likert
Nominal

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición	ITEM
			Tangibles	<p>El restaurant cuenta con una infraestructura en buenestado y moderna.</p> <p>Los empleados del restaurante tienen una apariencia limpia y agradable.</p> <p>Las instalaciones físicas del restaurant onvisualmente atractivas.</p>		<p>¿Cree usted que es importante tomar en cuenta las sugerencias y recomendaciones del cliente?</p>

operacionalización de variables

Tabla 2. Operacionalización de la variable

Gestión De
Explíqueme brevemente que

Fiabilidad

El servicio del restaurant responde a la necesidad

Ordinal

Calidad	planificación, características	indicadores del cliente. Los empleados de muestran estar capacitados para	Opción tipo de proceso utiliza para organización y permitiendo determinar control del desarrollo sus	múltiple tener una buena del sistema y demás respecto al grupo de responder a
	actividades, relacionadas con la calidad que se basan en procesos, responsables de quienes participan en ella.	estudio.	Capacidad de respuesta	El restaurante ofrece un servicio adecuado. Los empleados siempre están dispuestos en ayudar a sus clientes Los empleados de muestran estar capacitados para ofrecer un pronto servicio.
	las preguntas de los clientes	administración.		Explique qué tipo y cada cuanto tiempo reciben capacitación el personal con que cuenta en su restaurant. ¿Cómo califica la calidad del producto o potaje que sirve en su negocio? Describa como es el protocolo de bienvenida que ofrece su personal de atención al cliente.

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición	ITEM
----------	-----------------------	------------------------	-------------	-------------	--------------------	------

¿Conoce las ofertas que la

empresa realiza a diferencia de la competencia?

<p>Atención al cliente</p> <p>los clientes son el tesoro de cualquier actividad económica, sin ellos no sería posible ninguna venta. Por lo tanto, vamos a ver qué es el cliente, no sólo a través de su definición, sino también del peso que tiene como destinatario de los productos y servicios. Un cliente es una persona o empresa que adquiere un producto o servicio para sí o para otras personas de forma voluntaria</p>	<p>Es más que una serie de actividades y procesos destinados a mejorar aquellos elementos de una organización para el logro de la satisfacción de los clientes, mediante una buena atención al cliente desarrolladas por las organizaciones encaminadas a identificar las necesidades de los clientes en la compra para satisfacerlas, logrando de este modo cubrir sus expectativas, y por tanto, crear o incrementar la satisfacción de nuestros clientes.</p>	<p>Procesos</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Planificar <input type="radio"/> Controlar <input type="radio"/> Mejorar <input type="radio"/> Elementos <hr/> <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Organización <input type="radio"/> Cumplimientos <hr/> <p>Logros</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> El restaurante ofrece un servicio adecuado. <input type="radio"/> Los empleados siempre están dispuestos en ayudar a sus clientes <input type="radio"/> Los empleados de muestran estar capacitados para ofrecer un pronto servicio. 	<p>Likert Nominal Ordinal Opción múltiple</p> <p>¿La empresa se preocupa por el servicio que usted necesita como cliente? ¿El servicio que le brinda va de acuerdo a lo que paga usted?</p> <p>¿Está el personal de servicio al momento que usted solicite su ayuda? ¿Considera que el servicio que la brindaron es poco profesional?</p> <p>¿Eñ trato que le brinda la empresa es agradable?</p> <p>¿Utiliza las redes sociales para contractar empresas que brindan algún servicio?</p>
---	--	--	--

Según Díaz (2014)

4.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para el estudio se recolectaron los datos durante el año 2021. Para ello, se solicita la autorización del propietario del Restaurant Bahia Lounge – Tumbes, para la aplicación de las encuestas a los clientes; una vez autorizado se presentó el estudio, sus objetivos y se solicitó el consentimiento informado, previa firma del consentimiento se procedió a realizar el recojo de los datos. Para la recolección de datos se empleará el instrumento de cuestionario, donde el investigador realizará las preguntas y resolverá la encuesta en función a las respuestas que los clientes manifiesten.

El cuestionario utilizado no necesita validación por juicio de expertos, debido a que se utiliza un instrumento ya validado en la investigación de *Meneses, M. (2019) Caracterización de la gestión de calidad, en atención al cliente de las mypes, sector servicio – rubro restaurant: caso “Plaza Restaurant”, Cañete, 2018.*

4.7. Plan de análisis

Se recolectaron las siguientes co-variables de *características de los clientes* como edad, sexo (femenino/masculino), grado de instrucción (Educación básica/Técnico/Universitaria/Posgrado);

4.8. Matriz de consistencia

Tabla 3. *Matriz de consistencia.*

PROBLEMA	HIPOTESIS	OBJETIVO	VARIABLE	METODOLOGÍA
¿Cuáles las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente de la Mypes sector servicio, rubro restaurantes: Caso "Bahia" en el distrito de Tumbes, 2021?	Para investigaciones de nivel descriptivo no necesariamente se formula hipótesis; por lo tanto, para mi investigación no se formulará hipótesis de investigación. (Hernández, Fernández y Baptista, 2017)	<p>Objetivo General:</p> <ul style="list-style-type: none"> Determinar las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente de la Mypes sector servicio, rubro restaurante: Caso "Bahia" en el Distrito de Tumbes <p>Objetivos específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> Describir las principales características de la micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes: Caso "Bahia" en el distrito de Tumbes, 2021. Identificar la calidad de servicio en la atención al cliente de las MYPES del sector servicio, rubro restaurantes: Caso "Bahia" en el distrito de Tumbes, 2021. Evaluar el nivel de empatía en la satisfacción del cliente de las MYPES del sector servicio, rubro restaurantes: Caso "Bahia" en el distrito de Tumbes, 2021. Identificar el nivel de solución de conflictos en la satisfacción del cliente de las MYPES del sector servicio, rubro restaurantes: Caso "Bahia" en el distrito de Tumbes, 2021. 	Gestión de calidad	<p>Tipo: Cuantitativo Nivel: Descriptivo Diseño: No experimental Población: Infinita y está constituida por los Clientes Muestra: 100 clientes</p>

4.9. Principios éticos

Durante la ejecución del presente estudio se respetaron los principios para investigación en humanos, autonomía, justicia y confidencialidad (Organización de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la Cultura, 2017); velando por el cumplimiento de las expectativas que presenta la investigación; se aplicó principios éticos como ***Protección de personas:*** se respetó la dignidad de todas las personas que estuvieron involucradas en la presente investigación, como fue el caso de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas(restaurantes) en la ciudad de Huaraz, toda información obtenida de ellos fue de carácter confidencial, los cuales fueron usados solamente para esta investigación. Así mismo su participación fue voluntaria y pudieron disponer de cualquier información que requirieron. Para la recolección de información se utilizó medios y herramientas digitales para proteger a las personas de posibles contagios del Covid 19 por el que aun atravesamos. ***Cuidado del medio ambiente y la biodiversidad:*** en la investigación no se tuvo contacto directo con el medio ambiente, plantas ni animales, por ello no se alteró ni genero efectos adversos que pudieron alterar de alguna forma su existencia. ***Libre participación y derecho a estar informado:*** la personas quienes formaron parte de la investigación tuvieron alcance sobre las finalidades y propósitos de la investigación por medio del consentimiento informado; así como, de participar voluntariamente y dar el consentimiento para el tratamiento de sus datos personales durante la investigación del proyecto. ***Beneficencia no maleficencia:*** durante la investigación se aseguró el bienestar de las gerentes participantes, respetando la integridad de cada uno de ellos sin causar daños ni posibles efectos adversos que puedan de alguna manera causarles daños; más por

el contrario promover el bien informado. **Justicia:** se trabajó todos los datos recopilados con total transparencia, sin realizar manipulación de los resultados obtenidos actuando con criterio racional adecuado. En caso se obtenga un resultado beneficioso no será bajo el prejuicio de las personas que participaron en la investigación. Por último, se trató de igual forma a todas las personas quienes formaron parte de la investigación durante todo este proceso. **Integridad física:** antes, durante y después de la investigación se actuó con transparencia, justicia, respeto y responsabilidad, se tomó durante todo el proceso buenas prácticas con conductas responsables. La investigación no causó daño íntegro hacia las personas y se realizó el correcto procedimiento de cada uno de sus pasos, transmitiendo ideas con total consistencia moral. (Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, 2021)

5. RESULTADO

Tabla 4.

Dimensión de Tangibles

<u>Dimensión</u>	<u>Ítems</u>	<u>Opción</u>	<u>1-16</u>	<u>TOTAL</u>	<u>%</u>	<u>TOTAL</u>
Tangibles	¿Cree usted que es importante tomar en cuenta las sugerencias y recomendaciones del cliente?	Siempre	16		100.00	
		Casi siempre	0		0.00	
		A veces	0	16	0.00	100.00
		Casi nunca	0		0.00	
		Nunca	0		0.00	
	Explique brevemente el proceso del servicio de atención al cliente que brinda su restaurant.	Siempre	6		37.5	
		Casi siempre	10		62.5	
		A veces	0		0.00	
		Casi nunca	0	16	0.00	100.00
		Nunca	0		0.00	

Nota: La tabla describe las respuestas obtenidas de los trabajadores respecto a la Gestión de Calidad y su dimensión Tangibles en las MyPe del rubro Restaurante en el distrito de Tumbes, 2021.

Tabla 5.*Dimensión de Fiabilidad*

<u>Dimensión</u>	<u>Ítems</u>	<u>Opción</u>	<u>1-16</u>	<u>TOTAL</u>	<u>%</u>	<u>TOTAL</u>	Fiabilidad
¿El tipo de control de calidad que utiliza para medir el servicio que brinda en su restaurante es el apropiado?		Siempre	16		100.00		
		Casi siempre	0		0.00		
		A veces	0	16	0.00	100.00	
		Casi nunca	0		0.00		
		Siempre	5				
		Casi siempre	11		68.75		
¿El tipo de proceso utilizado para tener una buena administración es el adecuado?.		A veces	0		0.00		
		Casi nunca	0	16	0.00	100.00	
		Nunca	0		0.00		
						0.00	
		Nunca	0		31.25		

Nota: La tabla describe las respuestas obtenidas de los trabajadores respecto a la Gestión de Calidad y su dimensión Fiabilidad en las MyPe del rubro Restaurante en el distrito de Tumbes, 2021.

Tabla 6.*Dimensión de Capacidad de respuesta*

Dimensión	Ítems	Opción	1-16	TOTAL	%	TOTAL
Capacidad de respuesta	¿Cada cuánto tiempo reciben capacitación el personal con que cuenta en su restaurant?	Siempre	9	56.25	43.75	
		Casi siempre	7			
			0		0.00	
			4		25.00	
	¿El protocolo de bienvenida que ofrece su personal de atención al cliente es el adecuado?	Siempre	15		93.75	
		Casi siempre	1	16	6.25	100.00
		A veces	0		0.00	
		Casi nunca	0		0.00	
		Nunca	0		0.00	
			A veces	0	16	0.00
¿El producto o potaje que sirve en su negocio es calificado de buena calidad?	Siempre	12		75.00		
	Casi siempre	0	16	0.00	100.00	
	A veces	0		0.00		
	Casi nunca	0		0.00		
	Nunca	0		0.00		

Nota: La tabla describe las respuestas obtenidas de los trabajadores respecto a la Gestión de Calidad y su dimensión Fiabilidad en las MyPe del rubro restaurante en el distrito de Tumbes, 2021.

Tabla 7.*Dimensión de Actividades*

Dimensión	Ítems	Opción	1-16	TOTAL	%	TOTAL
		Siempre	10		62.50	
	¿Conoce las ofertas que la empresa realiza a diferencia de la competencia?	Casi siempre	6	37.50		
		A veces	0	16	0.00	100.00
		Casi nunca	0		0.00	
		Nunca	0		0.00	
Actividades	¿La empresa se preocupa por el servicio que usted necesita como cliente?	Siempre	4		25.00	
		Casi siempre	12		75.00	
		A veces	0	16	0.00	100.00
		Casi nunca	0		0.00	
		Nunca	0		0.00	

Nota: La tabla describe las respuestas obtenidas de los trabajadores respecto a la Atención al Cliente y su dimensión Actividades en las MyPe del rubro restaurante en el distrito de Tumbes, 2021.

Tabla 7.

Dimensión de Logros

Dimensión	Ítems	Opción	1-16	TOTAL	%	TOTAL
Logros	¿El servicio que le brinda va de acuerdo a lo que paga usted?	Siempre	5		62.50	
		Casi siempre	11		37.50	
		A veces	0	16	0.00	100.00
		Casi nunca	0		0.00	
		Nunca	0		0.00	25.00
	¿Está el personal de servicio al momento que usted solicite su ayuda?	Siempre	4		75.00	
		Casi siempre	12		100.00	
		A veces	0	16	0.00	
		Casi nunca	0		0.00	
		Nunca	0		0.00	

Nota: La tabla describe las respuestas obtenidas de los trabajadores respecto a la Atención al Cliente y su dimensión Logros en las MyPe del rubro restaurante en el distrito de Tumbes, 2021.

5.1. Análisis resultados

En lo que respecta al objetivo general de la investigación: “Determinar las principales gestiones de calidad bajo el enfoque en atención al cliente de la Mypes, Sector Servicio, Rubro Restaurant: Caso Bahía Lounge Del Distrito De Tumbes, 2021” Determinando las características:

A partir de las entrevistas aplicadas a los propietarios, personal y clientes del Restaurante Bahía, hemos determinado que una de las estrategias que adoptan para mejorar el control de calidad es tener en cuenta las recomendaciones y reconocimientos, tanto de los colaboradores como de los usuarios, respecto a como mejorar su producto para satisfacer las necesidades de sus clientes. Debido a esto, monitorean constantemente al personal de cocina y siguen la receta para ver los insumos utilizados para preparar el guiso. Cuando se trata de servicio al cliente, el personal del Restaurante El Bahía ha perfeccionado sus habilidades a través de cursos de capacitación mensuales, para comprender los conceptos básicos del servicio al cliente y tener una manera amigable y cómoda de tratarlos. Etiqueta de recepción, excelentes presentaciones, montaje de

decoraciones, principalmente para atraer turistas a nuestra región, rapidez en el servicio, amabilidad y desarrollo de otros valores, empatía en el trato con los clientes nacionales y extranjeros.

En lo que respecta al primer objetivo específico de la investigación: “Describir la Gestión De Calidad Bajo El Enfoque En Atención Al Cliente De La Mypes, Sector Servicio, Rubro Restaurant: Caso Bahía Lounge Del Distrito De Tumbes, 2021”.

Describiendo las características de la Gestión de Calidad:

- a) El personal del restaurante comprende que es necesario utilizar estrategias para mejorar el control de calidad. Por ello, tenemos en cuenta sus sugerencias para mejorar el servicio que se brinda en el restaurante. Al satisfacer las necesidades de nuestros clientes, podremos lograr nuestros objetivos de control de calidad.
- b) Los servicios brindados son personalizados con opciones adicionales para ayudar a los huéspedes a sentirse cómodos durante su estadia y consumo. Tales como, tener buenas opciones de pago y baños limpios. En este sentido, el control de calidad que emplean puede ser juzgado como dirigido específicamente a mejorar el servicio al cliente, satisfacer sus necesidades y proporcionar productos que cumplan con sus especificaciones según solicitud del público o del cliente.
- c) La organización de los empleados puede explicar los dos problemas de tecnología o herramientas de gestión implementadas en el restaurante y, al asignar habilidades y responsabilidades, las operaciones diarias que se realizan en cada restaurante, se pueden planificar y gestionar las áreas de este enfoque (cocina , atención, cajas, etc.).

- d) Entendemos que la calidad del producto o guiso es muy importante para la satisfacción del cliente. Por otro lado, las encuestas a los clientes lo ayudan a medir las expectativas de sus usuarios sobre el producto o paquete que le ofrece su restaurante. Asimismo, la investigación ayuda a implementar los cambios y mejoras que deben realizarse para lograr la satisfacción general del cliente.
- e) Para un mejor servicio, es fundamental capacitar a los empleados. En este caso, Restaurant Bahía tiene en cuenta este proceso de aprendizaje y ayuda a desarrollar las habilidades de los empleados que trabajan en la empresa.

En lo que respecta al segundo objetivo específico de la investigación: “Describir la Gestión De Calidad Bajo El Enfoque En Atención Al Cliente De La Mypes, Sector Servicio, Rubro Restaurante: Caso Bahía Lounge Del Distrito De Tumbes, 2021”.

Describiendo las características de la Atención al Cliente

- a. Resulta que la aceptación del cliente y los saludos del restaurante son puntos muy importantes en el proceso de comunicación, como saludar a los usuarios, sonreír, mostrar compasión y enseñarles a cocinar un guiso. En este caso, el camarero juega un papel muy importante porque crea un vínculo entre el cliente y el restaurante.
- b. Entre los elementos tangibles, los uniformes son el elemento tangible y cuando se asocian con los empleados se desempeñan bien en la atención al cliente, por lo que los encuestados califican muy bien la ropa presentada por el personal. Es importante a medida que mejoramos la imagen del restaurante y ganamos popularidad entre la población.

- c. A medida que aumenta el número de clientes y aumenta el número de turistas que quieren conocer la hermosa prefectura, creemos que la expansión futura es necesaria, y necesitamos planificar este proyecto para recaudar fondos y lograr metas futuras.
- d. El restaurante se enfoca en la decoración de la estructura acorde al entorno turístico, que representa los destinos turísticos más importantes de nuestro estado. Esta es una característica que tiene un impacto significativo en la dieta, especialmente en el conocimiento y el gusto de los platos típicos por parte del visitante a Tumbes.
- e. Esta virtud se aprende de los niños y es aún más importante en el sector servicios, por lo que los empleados muestran amabilidad con sus clientes, tanto dentro como fuera de la empresa, en cualquier momento y lugar. De acuerdo a lo indicado en el proceso de atención al cliente del Restaurant Bahía, podemos decir que sí cuenta con personal activo y rápido, lo que hace que exista rapidez tanto en la atención al cliente como en la elaboración del potaje. Es por ello que toma en consideración esta cualidad al personal nuevo, ya que sería de muy mala imagen que un negocio arruine su reputación por la demora en la atención o entrega de un producto.

6. CONCLUSIÓN

Uso general

En este estudio, en MYPE Atención al Cliente, División Servicio-Restaurante Categoría: Caso "Restaurante Bahía", Tumbes, se identificaron las características del control de calidad en 2021. Restaurante Plaza toma en cuenta las sugerencias y recomendaciones de los clientes a través de investigaciones realizadas a cabo por los clientes para la mejora continua del control de calidad, gestión del control de calidad entrante, productos y equipos y organizar capacitaciones mensuales. Por tanto, el foco está en el cliente, la herramienta de gestión está en la organización. Todo esto contribuye a la mejora constante del control de calidad.

Para la atención al cliente, desde el momento en que el cliente ingresa al restaurante hasta que sale del restaurante, utiliza el método de comunicarse con el cliente a través de la hospitalidad, la amabilidad, la empatía, la rapidez en el servicio y la capacidad de lidiar con los problemas. La cocina y el personal de atención al cliente tienen una buena presentación, un interior y un ambiente

cómodos, y el número de clientes aumenta día a día, por lo que hay planes para ampliar el restaurante en el futuro.

6.2. Primer objetivo específico

Este estudio ayudó a explicar las características del control de calidad de la MSE, categoría de restauración terciaria: Estudio de caso “Restaurante Bahía”, Tumbes, 2021. Por lo tanto, gestionan el control de calidad de los insumos para brindar asesoramiento y recomendaciones a los clientes a través de investigaciones que tienen en cuenta lo que están haciendo para mejorar continuamente el control de calidad. Los propietarios añaden su valor para lograr la satisfacción del cliente, los productos y suministro de menaje de cocina para sus necesidades que sea de su interés. son las herramientas de gestión que utilizan a diario. Todo esto permite una mejora adicional, teniendo en cuenta los principios de control de calidad centrados en el cliente. Jefe; compromiso de las personas; enfoque basado en procesos; más completo; tomar decisiones basadas en evidencia; responsable de relaciones. Por otro lado, vemos que las cuentas que llevan son manuales, es decir, no cuentan con ningún software por lo que el trabajo administrativo está más actualizado para la toma de decisiones y la transferencia de cheques.

6.3. Si existe una relación flexible con el caso “Restaurante Bahía”, Tumbes, 2021: Categoría Restaurante puede describir las características de atención al cliente, área de servicio MYPE. El estudio de este estudio se refiere al segundo objetivo específico

Este objetivo debe ser limpio para que coincida con los colores del logotipo del restaurante, ropa y uniformes, necesarios para una amplia gama de servicios al cliente. La imagen que reciben es importante y permite distinguir a los empleados de cada área (cocina, camareros, personal, etc.).

El logotipo de la empresa se mostrará claramente en algunos uniformes, el nombre del propietario del uniforme será claramente visible para que los clientes puedan solicitar servicios y brindar información de manera segura. Para el personal de cocina, por regla general, se requieren uniformes adicionales, incluidos guantes y sombreros. El personal de servicio al cliente siempre muestra amabilidad tanto del personal de servicio como de los dueños de las tiendas y presenta una buena imagen frente a los clientes que están satisfechos con el servicio y la amabilidad.

Comprar ingredientes para preparar guisos y productos frescos cada día considerando la cantidad de personas que vienen al restaurante y no tenerlo afecta las demoras en el servicio.

Están considerando cambios en la infraestructura de sus instalaciones y están considerando solicitar los fondos necesarios para implementar las ideas que tienen. Recuerda que necesitas mejorar tu enfoque para conseguir más clientes, generando así más ingresos y logrando tus objetivos.

Las decoraciones que utilizaron han llamado la atención de los turistas que llegan a Tumbes para disfrutar de platos de autor como sopa seca y carapulcra.

Los pedidos se aceptan manualmente y con bolígrafos y blocs. Es decir, no utilice medios electrónicos para esta actividad.

ASPECTOS COMPLEMENTARIOS

RECOMENDACIONES

1. Durante la investigación, se señaló que es necesario aplicar o implementar herramientas de gestión adicionales como el uso de Software o aplicación informática para mantener la cuenta en orden, y así, disponer de la información más actual para la toma de decisiones.
2. Para gestionar mejor la calidad de los productos y servicios, es muy importante considerar estándares de calidad como ISO9000 que nos ayudan a mejorar continuamente.
3. Dado que el sistema de pedido de guisos actualmente se realiza de forma manual, las tecnologías de la información y la comunicación como el uso de una tableta para pedir comida más rápido y el uso de aplicaciones para que la orden llegue de inmediato sería útil para mejorar el servicio.

4. Evalúe a sus empleados antes de contratarlos para ver si conocen las tareas que realizan, como el servicio al cliente, la velocidad del servicio y evitar problemas en el futuro.
5. Continuar con los cursos de capacitación mensuales que ofrece Restaurante Bahia para asegurar que el nivel de servicio al cliente no disminuya.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bueno. (2016). Financieras Y Administrativas. *Mayra Yanira Gomez Moran*, 1-33. Recuperado de [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/823/CONTROL INTERNO ADMINISTRATIVO SANCHEZ ADANAQUE ENID YAQUELINE.pdf?sequence=1](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/823/CONTROL_INTERNO_ADMINISTRATIVO_SANCHEZ_ADANAQUE_ENID_YAQUELINE.pdf?sequence=1)
- Freyre, A., COLOMA, M., VALERIA, C., BENZAQUEN, A., & CASAS, D. (2015). Calidad En Restaurantes Clasificados Por Tenedores Según Reglamento De Restaurantes En Perú, 2014.
- Hende. (2017). La calidad del servicio al cliente en el restaurante sky room, las musas, en la ciudad de Chiclayo, 2016.

http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/1119/1/leyva_gc_r.pdf

Indice de Políticas PYME: América Latina y el Caribe 2019 Políticas para PYMEs

competitivas en la Alianza del Pacífico y países participantes de América del Sur.

OCDE - AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE 2019 © OCDE/CAF 2019

<https://www.oecd.org/latin-america/Indice-PoliticasyPYME-LAC-Mensajes-Principales.pdf>

Instituto Nacional de Estadística e Información-INEI. (2020) Boletín Demografía Empresarial

<https://www.inei.gob.pe/biblioteca-virtual/boletines/encuesta-mensual-del-sectoreservicios-8536/1/>

Lopez. (2018). Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante RACHY'S de la ciudad de Guayaquil, 1-125.

Perez. (2014). La calidad del servicio al cliente y su influencia en los resultados económicos y financieros de la empresa restaurante campestre sac - Chiclayo periodo enero a septiembre 2011 y 2012 financieros de la empresa restaurante campestre sac - Chiclayo periodo, 1-121. Recuperado de www.conocimientosweb.net/descargas/article1087.html

Rojas. (2017). Implementación de un sistema CRM para la mejora en la gestión de atención al cliente para una empresa del sector servicio, 100. Recuperado de http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/cybertesis/6626/Rojas_ml.pdf;jsessionid=0D33A860119C03F26641FFC82D6B497E?sequence=1

Sernaque. (2018). Gestión basada en el enfoque de atención al cliente de las micro y pequeñas

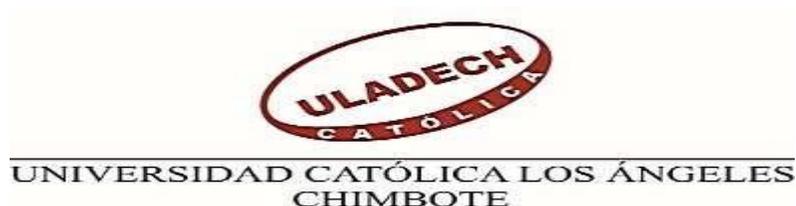
empresas del sector servicio – rubro restaurantes del distrito de la esperanza, año 2017 y propuestas de mejora. *Repositorio Académico USMP*, 124. Recuperado de

Sumario del Informe Especial “Cadenas de Restaurantes” del Observatorio Sectorial DBK de

INFORMA <https://www.dbk.es/es/informes-especiales/cadenas-restaurantes>

Anexo 1: Encuesta

INSTRUCCIONES:



El presente Test tiene como objetivo recabar información relacionada con la investigación titulada: “GESTIÓN DE CALIDAD BAJO EL ENFOQUE EN ATENCIÓN AL CLIENTE DE LA MYPES, SECTOR SERVICIO, RUBRO RESTAURANT: CASO BAHIA LOUNGE DEL DISTRITO DE TUMBES, 2021”. Por lo que se solicita que las preguntas que a continuación se le presentan sean contestadas marcando un aspa (X), frente a la interrogante.

De antemano les agradecemos su participación.

ITEM	CATEGORIAS	SUB CATEGORIAS	PREGUNTAS
			¿Cree usted que es importante tomar en cuenta las sugerencias y recomendaciones del cliente?
	Sistema de		Explique brevemente el proceso del servicio de atención al cliente que brinda su restaurant.
		Control de Calidad	¿Qué tipo de control de calidad utiliza para medir el servicio que brinda en su restaurant?
	Gestión de Calidad		Explíqueme brevemente que tipo de proceso utiliza para tener una buena administración.
		Herramientas de Gestión Producto	¿Cómo califica la calidad del producto o potaje que sirve en su negocio?
		Capacitación	Explique que tipo y cada cuanto tiempo reciben capacitación el personal con que cuenta en su restaurant.

Atencion al Cliente	Protocolo de comunicación	<p>Describa como es el protocolo de bienvenida que ofrece su personal de atención al cliente.</p> <hr/> <p>Explique cual es la presentación del personal que labora en su restaurant</p>
	Elementos Trangibles	<p>Explique el plan de cambios que ha pensado realizar en la infraestructura de su local</p> <hr/> <p>Explique que detalles tomo en cuenta para la decoración de restaurant.</p>
	Amabilidad	<p>Explique como practican la amabilidad en la atención al cliente en su restaurant.</p>
	Rapidez en el servicio	<p>Explique el proceso que sigue para atender al cliente y el tiempo que demora en la atención.</p>

Fuente: *Meneses, (2019) Caracterización de la gestión de calidad, en atención al cliente de las mypes, sector servicio – rubro restaurant: caso “Plaza Restaurant”, Cañete, 2018.*

Anexo 2: Evidencias del Turnitin

