



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE  
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,  
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN  
GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN  
LAS MYPES RUBRO RESTAURANTES EN EL DISTRITO  
DE YAMANGO-PIURA, AÑO 2021**

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

**AUTOR**

**GUERRERO CÓRDOVA YEFER LESTEN**

**ORCID: 0000-0001-5052-8856**

**ASESOR(A)**

**PALACIOS DE BRICEÑO MERCEDES RENEÉ**

**ORCID: 0000-0001-8823-2655**

**PIURA – PERÚ 202**

## **EQUIPO DE TRABAJO**

### **AUTOR**

Guerrero Córdova, Yefer Lesten

ORCID: 0000-0001-5052-8856

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

### **ASESORA**

Palacios de Briceño, Mercedes Reneé

ORCID: 0000-0001-8823-2655

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

### **JURADO**

Rosillo de Purizaca, María del Carmen

ORCID: 0000-0003-2177-5676

Salinas Gamboa, José German

ORCID: 0000-0002-8491-0751

Mino Asencio, María Isabel

ORCID: 0000-0003-1132-2243

## **FIRMA DEL JURADO Y ASESOR**

Mgtr. María del Carmen Rosillo de Purizaca

ORCID 0000 0003 2177 5676

### **Presidente**

Dr. José Germán Salinas Gamboa

ORCID 0000-0002-8491-0751

### **Miembro**

Dra. María Isabel Mino Asencio

ORCID: 0000 0003-1132-2243

### **Miembro**

Dra. Mercedes Reneé Palacios de Briceño

ORCID: 0000-0001-8823-2655

### **Asesora**

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios, por ser nuestra guía y darme salud, sabiduría y las fuerzas necesarias en los momentos más difíciles y por poder culminar mis objetivos.

A todos los docentes de la Universidad ULADECH Católica y las Mypes bajo estudio, por abrirme las puertas y brindarme su apoyo incondicional de la información necesaria para poder realizar la presente investigación

## **DEDICATORIA**

A Dios por permitirme poder culminar satisfactoriamente mi carrera profesional

A mi familia por estar a mi lado y brindarme su apoyo en mi formación universitaria

A todos los docentes de mi alma mater ULADECH Católica por ser la guía en el transcurso de todos los ciclos académicos.

## RESUMEN

La presente investigación estableció como objetivo determinar la gestión de calidad y atención al cliente en las Mypes rubro restaurantes en el distrito de Yamango Piura, año 2021. Se empleó la metodología nivel descriptivo, tipo cuantitativa, diseño no experimental y corte transversal. La población para gestión de calidad está conformada por 12 trabajadores de las Mypes, de la misma manera la muestra estuvo representada por 12 elementos y para atención al cliente la población estuvo representada por los clientes, siendo el tamaño muestral 68 clientes. Se utilizó la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario. Los resultados en cuanto a gestión de calidad fueron el 100% de los trabajadores encuestados indicaron, que si tienen una relación adecuada con respecto a las quejas del cliente, el 75% mencionan que la mejora permanente en el servicio si responden a las expectativas de los clientes y para atención al cliente los resultados fueron, el 97% manifestaron que los colaboradores utilizan un lenguaje claro y sencillo al momento de solicitar el producto y servicio. Se concluyó que las Mypes investigadas identifican los principios de la gestión de calidad, y están dados por el enfoque al cliente, toma de decisiones, mejora continua, compromiso de las personas, los beneficios de la gestión de calidad en su mayor parte están dados por aumentar la satisfacción de los consumidores; se identifican que las estrategias de la atención al cliente están dadas por brindarle máxima satisfacción, asimismo, los componentes de atención al cliente están dados por la comprensión y buena comunicación al cliente.

***Palabras clave:*** gestión de calidad, atención al cliente, Mypes

## ABSTRACT

The objective of this research was to determine the quality management and customer service in the Mypes restaurant category in the Yamango Piura district, year 2021. The descriptive level methodology, quantitative type, non-experimental design and cross-section were used. The population for quality management is made up of 12 MSE workers, in the same way the sample was represented by 12 elements and for customer service the population was represented by customers, with a sample size of 68 customers. The survey technique was used and the questionnaire was used as an instrument. The results in terms of quality management were 100% of the workers surveyed indicated that if they have an adequate relationship with respect to customer complaints, 75% mention that the permanent improvement in the service if they respond to the expectations of the For customers and for customer service, the results were, 97% stated that employees use clear and simple language when requesting the product and service. It was concluded that the investigated Mypes identify the principles of quality management, and are given by customer focus, decision-making, continuous improvement, people's commitment, the benefits of quality management are mostly given by increase consumer satisfaction; It is identified that customer service strategies are given to provide maximum satisfaction to himself, in the same way the customer service components are given by understanding and good communication with the customer.

**Keywords:** *Quality management, Customer service, Mypes*

# CONTENIDO

<b>EQUIPO DE TRABAJO</b> .....	ii
<b>FIRMA DEL JURADO Y ASESOR</b> .....	iii
<b>AGRADECIMIENTO</b> .....	iv
<b>DEDICATORIA</b> .....	v
<b>RESUMEN</b> .....	vi
<b>ABSTRACT</b> .....	vii
<b>CONTENIDO</b> .....	viii
<b>ÍNDICE DE TABLAS</b> .....	x
<b>ÍNDICE DE CUADROS</b> .....	xi
<b>ÍNDICE DE GRÁFICOS</b> .....	xii
<b>I. INTRODUCCIÓN</b> .....	1
<b>II. REVISIÓN DE LITERATURA</b> .....	14
<b>2.1 Antecedentes</b> .....	14
2.1.2 Variable gestión de calidad .....	14
2.1.3 Variable atención al cliente .....	20
<b>2.2 Bases teóricas</b> .....	28
2.2.1. Variable 1: Gestión de calidad .....	28
2.2.2. Variable 2: Atención al cliente .....	32
<b>III. HIPÓTESIS</b> .....	36
<b>IV. METODOLOGÍA</b> .....	37
4.1 <i>Diseño de la investigación</i> .....	37
4.2 <i>Población y muestra</i> .....	38
4.3 <i>Definición y Operacionalización de las variables</i> .....	41
4.4 <i>Técnicas e instrumentos</i> .....	43
4.5 <i>Plan de análisis</i> .....	44
4.6 <i>Matriz de consistencia</i> .....	45
4.7 <i>Principios éticos</i> .....	46

<b>V. RESULTADOS</b> .....	48
<b>5.1. Resultados</b> .....	48
5.1.1. Variable gestión de calidad .....	48
5.1.2 Variable atención al cliente .....	51
<b>5.2. Análisis de resultados</b> .....	55
5.2.1. Gestión de calidad .....	55
5.2.2 Atención al cliente .....	59
<b>VI. CONCLUSIONES</b> .....	64
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b> .....	66
<b>ANEXOS</b> .....	69
Anexo1 Cuestionario aplicado a los trabajadores .....	69
Anexo 2 Cuestionario dirigido a los clientes.....	71
Anexo 4 Consentimiento informado .....	72
Anexo 5 Validaciones .....	73
Anexo 6 Matriz indicador pregunta.....	88
Anexo 7 Libro de códigos .....	90
Anexo 7 Libro de códigos .....	91
Anexo 8 Turnitin .....	93
Anexo 9 Documentos de no adeudo.....	94

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Definición y operacionalización de las variables .....	41
Tabla 2 Matriz de consistencia .....	45
Tabla 3 Principios de gestión de calidad .....	48
Tabla 4 Beneficios de gestión de calidad.....	50
Tabla 5 Estrategias de la atención al cliente .....	51
Tabla 6 Componentes de la atención al cliente.....	53

## ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1 Relación de las Mypes rubro restaurantes.....	38
--	----

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Figuras 1 Diagrama en barras que representa a principios de gestión de calidad .....	48
Figuras 2 Diagrama en barras que representa a beneficios de gestión de calidad .....	50
Figuras 3 Diagrama en barras que representa a estrategias de la atención al cliente .....	52
Figuras 4 Diagrama en barras que representa a componentes de la atención al cliente .	54

## I. INTRODUCCIÓN

La presente investigación titulada gestión de calidad y atención al cliente en las Mypes rubro restaurantes en el distrito de Yamango- Piura, año 2021, línea de investigación que proviene de las líneas oficiales de la Universidad ULADECH Católica “gestión de calidad y formalización de las Mypes en el Perú, problemática latente en la actualidad, es por ello que con las investigaciones se busca aportar al conocimiento científico de las organizaciones y por ende saber y conocer los procesos administrativos

En la región Piura cuenta con un millón 858,617 mil habitantes, es el segundo departamento con mayor población en Perú, por lo tanto, la economía peruana registró una tasa de crecimiento de 2,2% en el año 2019, mostrando una evolución positiva por más de dos décadas, sin embargo, este desempeño económico fue el más bajo de los últimos diez años, en los primeros cuatro meses del año 2020, la producción nacional mostró un resultado negativo al disminuir en 13,10%, al ser fuertemente afectado por los efectos de la pandemia del COVID-19 e impactado negativamente sobre el crecimiento económico y el desarrollo social. Se observó un desempeño negativo de la mayoría de los sectores productivos, principalmente de comercio, manufactura, construcción, minería e hidrocarburos, transporte, alojamiento y restaurantes y servicios prestados a empresas, según el Instituto Nacional de Estadístico e Informática (INEI) y el Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego (MIDAGRI, 2018),

Asimismo el 71.3% de los trabajadores tienen algún vínculo con los dueños lo cual demuestra que son empresas familiares. Dentro de los sectores que más predominan son

el sector servicio, con el 50% de Mypes, el comercio con el 32% y el 14% se dedican a la producción. Respecto a las exportaciones solo contribuyen en el 1.8% del total de las exportaciones peruanas, siendo una de las tasas más bajas de Latinoamérica (Luna, 2019) en cuanto a gastronomía ha ganado muchos premios considerados a nivel internacional desde el 2015 y 2016 el mejor destino gastronómico internacional y según España en el 2017 fue elegida el mejor destino culinario de América del Sur según la World Travel Awards estos datos atraen turistas y desarrolla el sector de gastronomía aportando el 4% del PBI de la economía nacional. Siendo importante para la sociedad y para el Estado tener una gastronomía que siga surgiendo a nivel nacional (Comercio 2017).

En el Perú predominan las Micro y Pequeñas Empresas, las cuales se han visto afectadas por las crisis económicas generada por la COVID- 19, de acuerdo con las cifras de la encuesta nacional de hogares (ENAHO) en 2020 publicada por el INEI, el sector privado peruano está conformado principalmente por micro y pequeños negocios, a raíz de la crisis causada por la pandemia, las MYPE fueron afectadas dado como resultado bajas ventas, obteniendo menos utilidades (COMEX PERÚ, 2020) por otra parte también representan el 99.8% del total de las empresas que existen en el país, a causa de la pandemia las micro y pequeñas empresas son las más golpeadas pues sus ingresos disminuyeron al no haber clientes y al no funcionar el 100% hay sectores que fueron más golpeados y muchos de ellos han tenido que reinventarse.

En la presente tesis se vio por conveniente analizar y describir el entorno externo general de las Mypes, llámese factor o entorno político, económico, sociocultural, tecnológico, ecológico y legal. En cuanto al factor **político legal** constituido por el

conjunto de leyes, ordenanzas y reglamentos establecidos por los órganos gubernamentales como Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE), Superintendencia de Administración Tributaria, Superintendencia de Registros Públicos (SUNARP), Ministerio de Industria, Turismo, Ministerio de la Producción (PRODUCE). Estas instituciones emiten normas y regulaciones dirigidas al sector. (Produce, 2019).

Latínez (2017) señala con respecto a la tributación, las Mypes deben elegir el Régimen más conveniente: el Nuevo RUS (Régimen Único Simplificado), Régimen Especial del Impuesto a la Renta (RER) y el Régimen General. En cuanto a los beneficios del Régimen Especial, la microempresa que se acoge a este régimen debe cumplir con: remunerar a sus trabajadores por lo menos la remuneración mínima vital, derecho de descanso, vacaciones de por lo menos quince (15) días calendario de descanso por cada año completo de servicios, jornada de trabajo de 8 horas diarias o 48 semanales, descanso semanal y descanso por días feriados: 24 horas, Ministerio de Trabajo Promoción del Empleo (2016) el sueldo mínimo vital para todos los trabajadores es de novecientos cincuenta y 00/100 soles (S/.950.00). Con respecto a los trabajadores, las MYPE informales, les pagan por debajo del sueldo mínimo vital, trabajan más de ocho (8) horas sin remuneración adicional, no les pagan Compensación por Tiempo de Servicio (CTS), vacaciones ni gratificaciones.

En cuanto al factor **económico**, en el país las micro y pequeñas empresas son el motor de nuestra economía, que representan el 92.7% (5.9 millones) de la totalidad de empresas existentes, contribuyen con el 19% del producto bruto interno (PBI), generan empleo a más de 8.4 millones de peruanos, representando el 46.8% de la población económicamente

activa, según la Gerente General de la Sociedad de Comercio Exterior del Perú (Comex Perú), el 83.3% de los trabajadores en la informalidad en el año 2018, siendo 1.8% mayor al periodo anterior, lo cual representa un desafío enorme al gobierno peruano, para erradicar y disminuir la tasa significativa de la Mypes informales. Por otra parte el Índice de Capacidad Formal de peruanos 2018, nos ubicamos con 0.265, siendo 0 la menor capacidad y 1 la mayor capacidad formal de las 5.9 millones de Mypes en el Perú, de las cuales 985,300 tienen registro unificado de contribuyente (RUC).

En el Perú las micro y pequeñas empresas tienen una participación del 24% del Producto Bruto Interno (PBI), asimismo este sector aporta al 85% de la población económicamente activa, generando empleos y mejor calidad de vida en muchos peruanos, según PRODUCE, entre el 50 y 60% de micro y pequeñas empresas son formales y cumplen con los requisitos, sin embargo el otro porcentaje restante la conforman empresas informales las cuales muchas veces se les asocia con temas de trámites que también es un motivo, sin embargo la baja productividad de la mano de obra y el nulo acceso de financiamiento barato son las principales razones por la cual no se formalizan estas Mypes, debido a que solo se constituyen para sobrevivir en el día a día (Chau, 2019)

En nuestro país existen cerca de 220 mil restaurantes dedicados a la venta de alimentos y bebidas, cifra que ha ido a aumento gracias al gran reconocimiento internacional de la gastronomía peruana, sin embargo, más del 50% de empresas que se inauguran mes a mes, cierran antes de los tres meses, debido a que desconocen la responsabilidad de otorgar un buen servicio de calidad en sus comidas. Asimismo el 90% del total de empresas dedicadas a la venta de alimentos y bebidas son micro y pequeñas

empresas, las cuales en su mayoría son informales, del mismo modo apenas el 1.2% de locales (800), cuentan con la acreditación del programa de restaurantes saludables, que lidera el Ministerio de Salud (MINSA), para ello se debe trabajar en un sistema estandarizado de inocuidad alimentaria, que garantice higiene y calidad en el servicio que brindan (Redacción Gestión, 2018). Un rubro también dinámico en Piura es el retail moderno: Plaza del Sol, Real Plaza Piura y el Open Plaza Piura, Maxi bodega, Además, la ordenación de los mercados de abasto, los que albergan a muchos empresarios acostumbrados a ofrecer sus productos en desorden, falta de limpieza e inseguridad.

**Culturalmente** y particularmente en el departamento de Piura contamos con variedad, riqueza y exquisitez de la gastronomía se explica por la diversidad geográfica de Piura, por la confluencia de culturas andinas y costeñas, por la integración de la cultura española, china y otras. Además, Piura ha recibido inmigrantes ingleses, españoles, chinos, quienes han realizado aportes. Por otro lado, gracias a la creatividad del lugareño se obtiene un producto gastronómico que representa un gran atractivo turístico para el mundo. Esto es aprovechado por personas emprendedoras quienes deciden aperturar un restaurante y ofrecer al público productos gastronómicos como: ceviche, chicharrón de pescado, arroz con mariscos, sudados, carne ceca, chilcano, mala rabia, adobo, seco de cabrito, seco de chávalo, chifles, natilla, Chicha, café, bocadillo, otros. (López 2019).

**Tecnológicamente** las Mypes generan más del 70% de la mano de obra nacional, pero son las más excluidas de la economía, pues están consideradas como empresas con infraestructura tecnológica deficiente, con una baja y sigue en descenso, pese a que el 99% de las empresas de Perú son Mypes, sostuvo el presidente del Comité de la Pequeña

Industria (COPEI) de la Sociedad Nacional de Industrias (SIN), Jorge Sánchez Milla (Diario Gestión, 2018). Por otro lado, en la microempresa se encuentra el 20% de la PEA ocupada, con un ingreso mensual promedio fue de S/. 850,00 mientras que para los trabajadores independientes representan 35% de la PEA ocupada, siendo el ingreso promedio de S/. 500 por mes (INEI, 2018)

La tecnología es un factor determinante de la capacidad competitiva de la empresa, dado que posibilita aumentos de la productividad, lo que se refleja en disminución del costo unitario del bien o servicio. Afecta a la estructura de cualquier empresa y su desarrollo tecnológico se ve afectado por el énfasis que dedica a este apartado y la relación de los esfuerzos propios en relación con los que efectúan otras empresas competidoras. Las empresas que operan en un sector o innovan por su cuenta o deben seguir (imitar, copiar, comprar) las innovaciones de los demás, para poder seguir siendo competitivos se debe actualizar. La volatilidad tecnológica es tan alta en algunos sectores que antes de comercializarse un producto ya ha quedado obsoleto, lo que afecta a las Mypes. Guzmán (2018) señaló que diversos empresarios españoles están interesados en invertir en el sector turismo, así como en los rubros hoteles y servicios en el norte del país, lo que significa una amenaza para las Mypes ellas deben de implementar estrategias que les permita ser más competitivas

Por **último factor legal**, Campos (2019) expresa con el fin de promover a las Mypes, se encuentra la Ley de promoción de la competitividad, formalización y desarrollo de la micro y pequeña empresa y del acceso al empleo decente; por ello, el gobierno central, dentro de sus medidas de la Micro y Pequeña Empresa (N° 30056) la misma que

tiene como principal objetivo establecer el marco legal para la promoción de la competitividad, formalización y el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYME). No obstante, los avances para promover la participación de las Mypes en el mercado sobre las compras estatales, aún subsisten importantes barreras que les impiden acceder a ser proveedoras del Estado, especialmente en los procesos de selección públicos, que presentan un mayor valor referencial y por lo tanto son más atractivos por la optimización de costos.

Asimismo se vio por conveniente analizar las 5 fuerzas de Porter tales fuerzas se describen a continuación: **El poder de negociación de los proveedores**, en los restaurantes yamanguinos, digamos que el poder de negociación es moderado debido a que los propietarios se abastecen de sus propios sembríos, estos restaurantes poseen crean sus propias líneas de proveedores con los campesinos, abasteciéndolos de chanco criollo, queso, gallinas criollas, carne de carnero, de res etc.; en cuanto a los tubérculos los campesinos traen a vender en sus caballos, vehículos, por ejemplo la papa, el camote, la zanahoria, las menestras, las hortalizas, todos ellos cosechan en sus tierras; Yamango es un distrito que pertenece a la provincia Morropón, en los restaurantes se ofrecen platos vegetarianos y típicos tales como: Tortillas con queso, tamales de choclo con queso, mote con chanco, cuy asado con papas, seco de cabrito; en bebidas tenemos la chicha de jora, preparada a base de harina de maíz y en olla o tinaja de barro.

Mendoza (2018) señala que en cuanto al **poder de negociación de los clientes**, es importante conocer las necesidades y las características de sus clientes para evaluar cuál es el poder de negociación que se tiene frente a los proveedores. Los compradores como

fuerza competitiva pueden solicitar reducciones en los precios, demandar mayor calidad o más servicios, y enfrentar a los competidores entre ellos, todo a expensas de la rentabilidad de la industria. El poder de cada grupo de compradores depende de su situación en el mercado y de la importancia de sus compras comparadas con el total de ventas de la industria. Sin embargo, en las Mypes piuranas no cuentan con esta ventaja ya que no poseen capacidad de endeudamiento y por lo tanto la compra del producto viene siendo en cantidades reducidas, lo que mayormente toman como ventaja es que utilizan muchos de ellos la estrategia de diferenciación de productos.

**Productos sustitutos.-** En el departamento de Piura se pueden distinguir claramente los productos sustitutos en cuanto al rubro restaurantes exclusivos del extranjero y como también marcas nacionales, en cuanto a franquicias del extranjero tenemos: Tayanti, Bottega Capuccino, Restaurante Paprika Piura, Al Centenario, KFC, Cadenas como Pizza Hut, Chicken & Grill, Mc Donalds, entre otros; direccionados a la clases media alta , y en el mercado local tenemos variedad de restaurantes como la Tomasita, el Nuevo Ajicito, Don Parce, el Ajicito; Don Lucho, Mi Perú y entre los más populares y las famosas cevicherías, siendo atractivo para la industria, que hace que aumente la competencia

Albuquerque (2017) señala que la **rivalidad entre competidores** se presenta en forma de competencia de precios, publicidad, introducción de nuevos productos y aumento de servicios y garantías a los clientes. La rivalidad surge de la presión u oportunidad percibida por algunos competidores por mejorar sus posiciones de mercado. El grado con que la competencia está creando nuevos productos, bajando precios e

incrementando su publicidad tiene un impacto significativo en la rentabilidad de la industria. Si la rivalidad dentro de ella es intensa, el potencial de rentabilidad es bajo.

**Competidores potenciales.-** En la actualidad existen competidores directos, para ello es importante tener en cuenta la ubicación del local; en la realidad vemos la existencia de competidores que ofrecen los mismos platos llámese criollos o típicos; por otro lado existe la competencia indirecta, son todos aquellos restaurantes que ofrecen y venden comidas dirigidas a la misma necesidades y precios equivalentes y están ubicados en la zona donde se encuentra la competencia, es allí donde los colaboradores deben estar preparados para brindar calidad de atención, identificándose con la marca y lograr fidelizar los cliente, estos son puntos difíciles pero posible e importantes para hacer frente al competidor que ya está firme establecido

Sánchez (2017) manifiesta que el emprendedor de las Mypes, se caracteriza por no tener un plan de negocios, cuando contrata al poco personal, lo hace sin conocer exactamente qué funciones asignarle, pues generalmente, es el propietario quien realiza todas las funciones convirtiéndose en multifuncional. Por otro lado, este emprendedor, se caracteriza por no calcular correctamente el tiempo y no llevar un control de sus ingresos y egresos y consumen los ingresos en cuestiones personales, ajenas al negocio. Además, el 91% de los emprendedores peruanos esperan recuperar rápidamente el monto invertido en un tiempo máximo de dos años.

Por otro lado Rivera (2017) señala que también se caracterizan porque han decidido abrir su negocio porque no encuentran trabajo, o porque están insatisfechos en el empleo actual, por lo que no poseen conocimiento técnico ni experiencia para gestionar el

negocio. Así, las Mypes peruanas poseen una administración independiente procedente de la capacidad y experiencia de su propietario(s), operan en un ámbito local, poseen escasa especialización en el trabajo, no emplean técnicas de gestión, dependen en gran medida de la mano de obra familiar, su actividad no es intensiva en capital, pero sí en mano de obra, sin embargo no cuentan con mano de obra fija o estable, tienen acceso reducido a la tecnología, no separan las finanzas del hogar y las de los negocios, tienen un acceso limitado al sector financiero formal, sobre todo debido a su informalidad.

Quesada (2017) señala que las expectativas de desarrollo futuro de Piura se cifran en cultivos de agro exportación como mango, uva, banano orgánico, palto, pimiento piquillo, cacao, limón, café ecológico, entre otros, así como en la caña de azúcar para etanol, panela y el relanzamiento del algodón Pima como parte de un complejo sectorial textil orientado a la producción de prendas finas. Sin embargo, este desarrollo debe enfrentar por un lado las dificultades derivadas de la pequeña producción y el minifundio, y por otro lado, la falta de infraestructura básica adecuada como por ejemplo las vías de acceso a las zonas rurales, cuya concesión y modernización resulta urgente, pues la falta de equipamiento básico como grúas pórtico, elevan los costos de las empresas al obligarlas a recurrir a barcos que dispongan de grúas propias.

Entre los atractivos turísticos, la naturaleza de Piura ofrece siete de los once pisos ecológicos, desde el exuberante trópico hasta los andes, las playas turísticas, el coto de caza El Angolo reconocido por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) como parte integrante de la Biósfera del Noroeste, la 15 reserva de los Cerros de Amotape que llega hasta Tumbes, además del imponente

desierto de Sechura. La cerámica de Chulucanas ha trascendido fronteras siendo actualmente considerada producto bandera del país (Armijos, 2017).

La situación antes descrita permitió enunciar el problema como: ¿Cuáles son las características de la gestión de calidad y atención al cliente en las Mypes rubro restaurantes de Piura, año 2021? problemática que existe en distrito de Yamango-Piura y que, gracias a la ULADECH Católica, sede Piura, escuela de Administración se buscó dar solución a la problemática antes identificada.

Así, el objetivo general que se estableció fue: Determinar las características de la gestión de calidad y la atención al cliente en las Mypes rubro restaurantes en el distrito de Yamango -Piura, año 2021, mientras que los objetivos específicos fueron: (a) Identificar los principios de la gestión de calidad en las Mypes rubro restaurante en distrito de Yamango -Piura, año 2021. (b) Conocer los beneficios de la gestión de calidad en las Mypes rubro restaurantes en el distrito de Yamango -Piura, año 2021; (c) Identificar las estrategias de la atención al cliente en las Mypes rubro restaurante en el distrito de Yamango -Piura, año 2021; (d) Describir los componentes de la atención al cliente en las Mypes rubro restaurante en el distrito de Yamango -Piura, año 2021

La presente investigación se justificó **teóricamente** porque se busca aportar conocimiento científico en cuanto a la temática de gestión de calidad y atención al cliente, demostrando las principales características, asimismo contribuye al crecimiento del conocimiento que servirá como antecedente en la realización de futuros estudios, y además ayudara a los estudiantes de diferentes entidades educativas, universidades y otras como bases para investigaciones, (Meneses, 2016)

La presente investigación se justificó de manera **práctica**, ya que el estudio se realizó con la finalidad de lograr determinar las características de las Mypes del rubro restaurantes en el distrito de Yamango, con el fin de conocerlas y que en un futuro las Mypes se encuentren en la capacidad de diseñar las estrategias pertinentes al contar con un diagnóstico preciso que servirá como input y como guía para futuras investigaciones.

Por otro lado, considerando las características del desarrollo que presenta Piura, es importante que las Mypes del rubro investigado, a nivel de Latinoamérica son una fuerza económica, social y ambiental, y que actualmente se constituye en una de las actividades de mayor generación de empleo y principal fuente de divisas para muchos países. En Perú, la actividad turística ha demostrado tener valor en la economía nacional, ya que se ha convertido en la segunda actividad exportadora más importante de estos últimos años, constituyéndose en una herramienta para alcanzar diversos objetivos de desarrollo, como la generación de empleo descentralizado, la conservación del patrimonio cultural y natural con participación de la sociedad civil y el fortalecimiento de la pequeña y micro empresa.

De manera **metodológica** la investigación se aplicó la metodología científica, se emplearon fuentes primarias y secundarias para la obtención de los datos, además se ha determinado el tamaño de la población y de la muestra, y se ha diseñado un cuestionario para el recojo de información. Por otro lado se justificó metodológicamente por que se aplicó el método cuantitativo, nivel descriptivo diseño no experimental de corte transversal que de forma ordenada y secuencial demostrando los resultados de la investigación

Según Arias (2018) expresa que en un estudio de investigación existe 4 pasos claves para delimitar que son: Geográfica (Distrito de Yamango, Morropon - Piura),

temporal (2021), psicográfica (Mypes rubro restaurantes) y temática (gestión de calidad y atención al cliente).

Limitaciones encontradas en la investigación, corresponden al aspecto económico y de acceso de información directa con los usuarios y servidores, dada la situación que se está viviendo actual por el post Covid 19

Los principales resultados en cuanto a gestión de calidad fueron el 100% de los trabajadores encuestados indicaron, que si tienen una relación adecuada con respecto a las quejas del cliente, el 75% mencionan que la mejora permanente en el servicio si responden a las expectativas de los clientes y para atención al cliente los resultados fueron, el 97% manifestaron que los colaboradores utilizan un lenguaje claro y sencillo al momento de solicitar el producto y servicio. Se concluyó que las Mypes investigadas identifican los principios de la gestión de calidad, y están dados por el enfoque al cliente, toma de decisiones, mejora continua, compromiso de las personas, los beneficios de la gestión de calidad en su mayor parte están dados por aumentar la satisfacción de los consumidores; se identifican que las estrategias de la atención al cliente están dadas por brindarle máxima satisfacción a mismo, de la misma manera los componentes de atención al cliente están dados por la comprensión y buena comunicación al cliente

## II. REVISIÓN DE LITERATURA

### 2.1 Antecedentes

#### 2.1.2 Variable: gestión de calidad

Salcedo, Martínez, Aguila & Troncoso (2021) realizaron una investigación denominada: *Estrategia de calidad para mejorar la atención a clientes en autoservicio de restaurantes y supermercados*, fue presentada en la Universidad de la Costa Barranquilla, Colombia, en el estudio se planteó, una estrategia de mejora con el objetivo de aumentar los ingresos económicos y el flujo de clientes en la reactivación de restaurantes y supermercados con auto servicio. Mediante la utilización del software Arena versión 16.1 donde se modeló el sistema. En primer lugar, se inició con la recolección de datos en un centro comercial con autoservicio. Luego se construyó un modelo digital del proceso, a este modelo se le incorporó la creación de un canal de atención directo especializado el cual, debería gestionar los pedidos de los clientes para que ellos puedan recoger su orden en un tiempo determinado, sin bajarse de sus automóviles. Los resultados obtenidos de la simulación, muestran que, la estrategia planteada, podría mejorar los ingresos económicos, e incrementaría el flujo de clientes en restaurantes y supermercados de los centros comerciales, además, se podría llegar a reducir la actual dependencia de las empresas de reparto domiciliarios

Quezada (2016) en su trabajo de investigación titulada: *“Propuesta de un modelo de gestión de calidad para la mejora de los restaurantes de la ciudad de Ambato”*, tesis para optar el título profesional de ingeniero en gestión de alimentos y bebida en la Universidad Regional Autónoma de los Andes, Ecuador, cuyo objetivo general fue

proponer un modelo de calidad, para la mejora continua en la presentación de productos y servicios en los restaurantes del Cantón de Ambato, empleó la metodología de la investigación científica, para el desarrollo de este trabajo, mediante la aplicación de encuestas y entrevistas, de la misma forma nos plantea el estudio o análisis de las mismas. Estudio que concluyó, que los restaurantes les falta más conocimiento sobre la gestión de calidad, por lo que se le propone el modelo de gestión de calidad P.D.C.A, que coadyude en la solución de los procesos de producción de empresas dedicadas a la industria de la restauración.

Alemán (2018) en su estudio denominado: *Propuesta para el mejoramiento de la calidad en el área de comercialización y ventas del restaurante Spezia de la ciudad de Quito*, (Tesis de pregrado). Universidad de las Américas, Quito, tuvo objetivo crear un departamento para el área de comercialización y ventas y un manual de calidad para el área de servicio del restaurante SPEZIA Spicy Cuisine el cual se encuentra ubicado en la ciudad de Quito. La metodología utilizada fue investigación descriptiva, como resultado se constató que brinda servicio personalizado y ambiente propicio; se encontró algunas falencias en cuanto al control de lista y pedidos, por otro lado se encontró que no brinda información detallada de sus productos y servicios en su página web; en conclusión en el restaurante SPEZIA se creara una página web al contemplar su trabajo en área de servicios implementar un manual de calidad para mejorar y maximizar los servicios, brindando optima experiencia para el comensal, para ello el personal debe estar motivado y capacitado , para de que esta manera pueda alcanzar los objetivos

Barrientos, (2018) realizó un estudio denominado: *Caracterización del financiamiento y gestión de calidad de las Mypes, sector servicio rubro restaurantes en el distrito de San Jacinto, 2017*, presentado a la Universidad Católica Los ángeles de Chimbote, filial Tumbes. Se consideró como objetivo general determinar las características del financiamiento y gestión de calidad en las Mypes, sector servicio rubro restaurantes en el distrito de San Jacinto, 2017. La metodología empleada fue de tipo descriptiva, nivel cuantitativo, diseño no experimental y de corte transversal, con una población finita conocida para la variable del financiamiento, y en el caso de la variable de gestión de calidad es infinita, siendo la muestra determinada por aplicación estadística de 68 clientes. Con la aplicación de la técnica de encuesta y el instrumento del cuestionario identificando preguntas para el nivel de cada objetivo específico. Se llegó a la siguientes conclusiones, en relación al financiamiento los negocios han iniciado sus actividades con capital propio, el financiamiento de dinero es a corto plazo, la tecnología es escasa, referente a la gestión de calidad existe un nivel medio del cuidado del medio ambiente, el nivel de atención es alto y positivo en beneficio de los clientes, la atención al cliente es de nivel alto y positivo buscan mantener satisfecho al cliente, incluso tratan de identificar anticipadamente las necesidades , gustos y preferencias de sus clientes

Gavedia (2019) con su tesis titulada: *“Gestión de calidad y competitividad de las Mypes del sector servicio-rubro restaurantes campestres Huacho, Provincia de Huaura, Lima 2018”*, la investigación es de tipo descriptivo, cuantitativo y un diseño no experimental de corte transversal en el periodo 2018. La obtención de la muestra se ha considerado total de la población de 14 Mypes del sector servicio-rubro restaurantes

campestres. Se le aplicó la técnica de la encuesta utilizando como instrumento el cuestionario el cual está compuesto de 17 ítems. Además, la correlación de Rho de Spearman es 0.814, de acuerdo a la escala de Likert dicha correlación es positiva y alta, esto demuestra que desarrollando una buena gestión de calidad las empresas serán más competitivas

Trujillo (2019) en su estudio denominado: *“La gestión de calidad y su influencia en los beneficios de las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro restaurantes, de la av. Ancash, distrito de El Agustino, Lima, 2018”*, tuvo como objetivo general determinar la gestión de calidad y su influencia en los beneficios de las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro restaurantes, de la av. Ancash, distrito de El Agustino, Lima, 2018. La metodología es del tipo descriptivo, presenta un nivel cuantitativo, con un diseño no experimental y de corte transversal; la población de estudio fueron los restaurantes ubicados en la Av. Ancash del distrito de El Agustino, Lima, la muestra estuvo conformada por un total de 20 representantes y/o dueños de los restaurantes ubicados en la Av. Ancash del distrito de El Agustino, Lima. Dentro de las principales conclusiones se determinó que las características de la gestión de la calidad en los restaurantes de la Av. Ancash del distrito de El Agustino, un 60% de los administradores de los restaurantes conocen la gestión de calidad y tratan de aplicarlo en sus negocios, el 40% restantes se basan en la experiencia que tienen como encargados de la administración y/o son dueños de los restaurantes donde tratan de planificar, organizar, dirigir y controlar los recursos de la empresa, esto de acuerdo a los años de experiencia en dicho negocio que han venido realizando, tratan de brindar un servicio de calidad que

satisfaga las expectativas de los consumidores, por lo general más del 50% de los administradores de los restaurantes cuentan con una planificación ya definida de actividades a realizar durante el día, dado a la experiencia del administrador distribuyen los recursos verbalmente tratando de que todo funcione a la perfección durante la preparación de los alimentos y durante la atención a los clientes

Medina (2018), en su tesis denominada: *“Caracterización de competitividad y gestión de calidad de las Mypes sector servicio gastronómico rubro restaurantes Comida Marina, Talara, Año 2018”*. El presente trabajo se realizó en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote (Perú) El objetivo de esta presente investigación es determinar la competitividad y gestión de calidad de las Mypes sector servicio Gastronómico rubro Restaurantes comida marina de Talara, año 2018. La metodología fue de tipo de descriptiva, finalmente se concluye, con respecto a los beneficios de la gestión de calidad se llegó a la conclusión que los restaurantes de la AV. B de Talara debido a la totalidad de encuestados se pudo identificar la: Satisfacción al cliente, por la variedad de sus procesos y productos reciclables. Debido a esto siempre están atentos para agradar a sus clientes, para garantizarle una buena estadía y que estos sientan la alegría de regresar pronto, cuando un restaurante ingresa un plato nuevo e innovador al mercado despierta en interés en los consumidores haciendo que esto sea una estrategia potencial, también se reciclan y venden los productos.

Ordinola (2017) realizó una investigación denominada: *“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 2017”*, tuvo como objetivo general

determinar las principales características de la gestión de calidad con uso del marketing del restaurante “Perla del Chira”, del distrito de Marcavelica, provincia Sullana, año 2017. La investigación fue descriptiva, no experimental, se toma como referencia el restaurante “Perla del Chira”. La muestra estuvo conformada por 96 de sus clientes, obteniendo el 57% considera que recibe una buena atención y el 97% considera que el restaurante siempre es fácilmente identificable por su logo, colores o eslogan. Concluyó que el restaurante Perla del Chira se orienta hacia una cultura de buena atención, utilizando los procedimientos adecuados para la preparación de los potajes, además de ello se determinó que el proceso para la atención al cliente es el adecuado, se identificaron beneficios como la satisfacción y comodidad al cliente, además la confianza de los clientes con respecto a las medidas de salubridad e higiene que utiliza el Restaurante, siendo el “ceviche a la maracuyá” su platillo bandera. Y por último se determinó que no se usa la mezcla del Marketing

Dedios (2019) desarrollo una investigación denominada: “*Gestión de calidad y atención al cliente de la Mype 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, el tipo de investigación fue descriptivo, finalmente se concluye que el servicio del restaurant cevichería karaoke Ingrid, utiliza recursos especializados para atender al cliente, aportando un alto valor añadido para éstos. Es por ende que es importante que el restaurant utilice recursos para su ejecución e información, control o gestión para que de una u otra

manera el restaurant tenga una buena productividad. Se concluye que la gerente del restaurant cevichería karaoke Ingrid , tiene en cuenta los valores que mejoran el servicio al cliente , según la encuesta nos dice que sus trabajadores si se sienten a gusto con el restaurant , así mismo se sienten identificados con los objetivos de la empresa , lo cual el restaurant cevichería karaoke Ingrid hace sentir al trabajador como la persona más segura, elevando sus sentimientos a la vez sus trabajadores pone en práctica sus habilidades ,experiencia y confianza a sus trabajadores - clientes por lo que permitirá tener una buena relación con su trabajadores.

### **2.1.3 Variable atención al cliente**

Causado,Charris & Guerrero (2019) realizaron un estudio denominado: *Mejora continua del servicio al cliente mediante ServQual y Red de Petri en un Restaurante de Santa Marta, Colombia*; presentado en la Universidad del Magdalena, Facultad de Ciencias Empresariales y Económicas, se aplica 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. Metodológicamente, la mejora continua se evaluó mediante encuestas de satisfacción del cliente. Además, se registraron tiempos de pedidos, preparación, domicilios y llegadas de clientes, verificados por medio de herramientas informáticas como Input Analyser y Microsoft Excel. Posteriormente, se validó experimentalmente el diseño en simulación en redes de Petri, mediante Visual Basic. Con los resultados obtenidos se lograron mejoras del proceso, que se traducen en recomendaciones, en temas como: incremento en el

personal del restaurante, mayor número de clientes atendidos, mejoras en la eficiencia y eficacia del servicio prestado

Olave, (2018) estudio denominado: *Optimización del proceso de atención al cliente en un restaurante durante períodos de alta demanda*, Universidad de Talca, Talca-Chile, en este trabajo se aborda el problema de la insatisfacción de los clientes de un restaurante debido a los largos tiempos de atención en épocas de alta demanda. Para estos efectos se presenta una metodología de mejora en el modelo de negocios de un restaurante localizado en el puerto de San Antonio, región de Valparaíso (Chile). Para modificar la estrategia de negocio del restaurante se utilizó el modelo BMC (Business Model Canvas) y para modelar el proceso de atención al cliente se ocupó BPMN (Business Process Modeling Notation) y el diagrama SIPOC (Supplier, Input, Process, Output, Consumer). El análisis de los modelos permitió emprender acciones de mejora en el rendimiento del proceso de atención al cliente en tiempos de alta demanda, que posibilitaron una disminución en los tiempos de espera de los clientes en un 20%. Se concluye que el mejoramiento propuesto ha permitido aumentar la cantidad de clientes que el restaurant es capaz de atender, lo que ha traído consigo un fuerte aumento en las ventas y en la rentabilidad del negocio

Rios (2019) realizó una investigación denominada: *Gestión de calidad en atención al cliente y plan de mejora en las Mypes del sector servicio-rubro restaurantes ubicados en el Mall Plaza Trujillo, año 2019*, tuvo como objetivo general: Determinar las características de gestión de calidad en atención al cliente y plan de mejora en las Mypes del sector servicio-rubro restaurantes ubicados en el Mall Plaza Trujillo, año 2019.

Resultados el 100.00% conoce de gestión de calidad. El 43.75% maneja atención al cliente, se relaciona con Muller (2016) afirma 69.23% utiliza atención al cliente. El 59.50% aprenden lento. El 100.00% utilizan la técnica de la evaluación. El 100.00% contribuye al rendimiento del negocio, coincide ligeramente con Muller (2016) menciona 84.60% respondió que sí. El 100.00% afirma que alcanza los objetivos y metas, El 100.00% conoce atención al cliente. El 100.00% emplea la gestión de calidad, el 100.00% respondió que atención es primordial para que el negocio, el 100.00% utiliza la comunicación en el servicio de calidad, el 60.00% indica que la rapidez en la entrega del producto

Samanez, (2019) realizó una investigación denominada: *Determinar las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente del micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro restaurantes del Distrito de Sayán, Provincia de Huaura año 2019*. En cuanto al tipo de investigación fue cuantitativa, nivel descriptivo y diseño de investigación no experimental – transversal – descriptivo. Se tomó una muestra de 30 restaurantes, utilizando la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario; en la cual se llegó a las siguientes conclusiones: el 63% tienen una edad de entre 31 a 50 años, en cuanto al género se obtuvo que el 77% de los encuestados es masculino, con relación al grado de Instrucción se obtuvo que el 37% tiene el grado de instrucción técnica. En cuanto al número de trabajadores el 50% tienen de 6 a 10 trabajadores. En cuanto a la situación legal de los restaurantes el 73% de las MYPES son formales. Con relación al tiempo de permanencia en el rubro se obtuvo que el 54% tiene de entre 4 a 6 años en el mercado. En cuanto a que si están aplicando una gestión de

calidad se obtuvo que el 70% no aplica una gestión de calidad. Con respecto al uso de las técnicas de gestión de calidad se obtuvo que el 37% no usa ninguna técnica de gestión, con respecto a las prioridades para determinar la calidad de su empresa el 53% tienen como prioridad los precios bajos. En relación a la prioridad ante los clientes el 37% tienen como prioridad ante sus clientes los potajes de calidad. En cuanto al momento de contratar al personal el 40% al contratar al personal prefiere dar oportunidad de trabajo a sus amigos. Con respecto al tiempo de capacitación que brinda a sus colaboradores en atención al cliente el 53% no capacitan a sus colaboradores. Con relación a que factores cambiantes se adecuan a su negocio el 57% no se adecua a ningún factor externo cambiante. En cuanto a la contribución de una buena atención de calidad el 43% cree que una buena atención de calidad contribuye a un aumento de ventas para el negocio

Villacorta (2019) investigación titulada: “*Gestión de calidad en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurante, Urbanización los Jardines, Trujillo 2018*, el objetivo fue determinar las características de la gestión de calidad en atención al cliente y plan de mejora en las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio – Rubro Restaurante Urbanización los Jardines, Trujillo 2018. El diseño es no experimental, transversal y descriptivo. La población de muestra fue 11 restaurantes de la urbanización Los Jardines, obteniendo los siguientes resultados. El 91% de los representantes de las Mypes tienen de 1 a 5 trabajadores. El 64% de los representantes de las Mypes encuestadas si conocen el término atención al cliente. El 100% de los representantes aplican la gestión de calidad en el servicio al cliente. El 92% de los empresarios de las Mypes manifiestan que si es fundamental la atención al

cliente para que regrese. El 64% de los representantes de las Mypes utilizan la comunicación. El 82% de los representantes de las Mypes nos manifiestan que brindan una buena atención al cliente. Finalmente, las conclusiones son: El 91% tienen de 1 a 5 trabajadores El 64% conocen atención al cliente. El 100% aplican la gestión de calidad en la atención al cliente. El 92% si es fundamental la atención al cliente para que este regrese. El 82% brindan una buena atención al cliente. El 36% una mala atención se da por una mala organización de los trabajadores.

Orellano, (2018) realizó un estudio denominado: *Nivel de satisfacción de la atención al cliente en el restaurante Mama Juana*, tuvo como objetivo evaluar el nivel de satisfacción de la atención en el restaurante Mama Juana, y así poder conocer que tan satisfechos se encuentran los comensales en relación a la atención que brinda dicho establecimiento. El tipo de investigación es mixto debido que se aplicó encuestas basadas en el modelo SERVPERF a los clientes del restaurante Mama Juana en la ciudad de Chiclayo y se utilizara la técnica de observación para poder analizar el perfil del personal que brinda la atención al cliente en dicho restaurante, el cual se sustentó a través de encuestas, las cuales fueron realizadas a 50 personas, que requieren de este servicio. El diseño de la presente investigación es no experimental, porque se usó una variable independiente. Para la recolección de datos, se utilizó el método ServPerf. Asimismo, se utilizaron como técnicas las fichas bibliográficas, textuales, resumen y comentario. Los datos fueron procesados mediante el programa “Excel 2018”, que permitió tener gráficos estadísticos. Se obtuvo como conclusión mayor capacitación para el personal, menos rotación del mismo e incrementar la seguridad para la realización de transacciones en el

establecimiento, además de lograr entregar los productos en el tiempo promedio requerido en un establecimiento como lo es el rubro de “Mama Juana”.

Valdiviezo (2018) con su investigación titulada: “*Caracterización de la competitividad y calidad de atención al cliente en las MYPE rubro restaurantes de la Urb. Santa Ana - Piura año 2018*”, tuvo como objetivo determinar qué características de la competitividad y calidad de atención al cliente existen en las Mypes del rubro restaurantes de la Urb. Santa Ana – Piura, año 2018. Para cumplir con este objetivo se empleó la metodología de tipo descriptivo, con un nivel cuantitativo, se utilizó un diseño no experimental, y de corte transversal, el recojo de la información se realizó con la técnica de la encuesta, con el instrumento del cuestionario, plan de análisis de SPSS versión 21 y Excel 2010. La población para la variable competitividad es infinita igual para la variable de calidad de atención al cliente, de lo cual se obtuvo como muestra 385 clientes de las 8 Mypes del rubro restaurante que existen en la Urb. Santa Ana, quienes de manera voluntaria y aplicando la técnica de la encuesta llenaron un cuestionario de 29 preguntas cerradas, obteniéndose como resultados que : 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 aceptable (93%). Teniendo así como conclusión general de este estudio que la competitividad de las MYPES del rubro Restaurantes de la Urb. Santa Ana – Piura Finalmente como conclusión principal de la investigación se debe mencionar 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 buena atención al cliente, los altos niveles de satisfacción en los clientes y sobre todo los productos y servicios de calidad brindados.

Villalta (2019) investigación denominada: “*Caracterización de la atención al cliente y capacitación de las MYPE rubro restaurantes de la calle Tacna del mercado de Piura, año 2017*”; presentó como objetivo general establecer las características de la atención al cliente y la capacitación de las Mypes del rubro restaurantes de la calle Tacna del centro de Piura, año 2017. Se empleó la metodología de investigación de tipo descriptiva, de nivel cuantitativo y con diseño no experimental de corte transversal, siendo los resultados agrupados de acuerdo a los objetivos. La población estuvo conformada por 04 Mypes, basado en una muestra para la variable atención al cliente fueron 160 clientes y para la capacitación fueron 32 trabajadores, se empleó la técnica de la encuesta, utilizando como instrumento. Como conclusiones respecto a los factores de la atención al cliente, la mayoría de los clientes consideran adecuada la capacidad de respuesta de atención, que se emplean materia prima e insumos de calidad, y que se cuenta con personal calificado para la atención. En cuanto a las estrategias de atención al cliente; que la mayoría de clientes se muestran satisfechos con la atención, evidencia esfuerzos por fidelizar a los clientes, se cuenta con diversidad de platos en la carta y que los precios son accesibles. Respecto a las necesidades de capacitación, determinó que las Mypes rubro restaurantes no planifican las capacitaciones, y muchas veces las capacitaciones no se relacionan con las metas u objetivos de los restaurantes. En relación a los medios de

capacitación; que se identificaron por la mayoría de los trabajadores fueron los textos o separatas en la capacitación; también recibieron materiales didácticos detallados; la gran mayoría manifestó que sí se utilizaron materiales interactivos que facilitaron su aprendizaje.

Chunga (2019) realizó una investigación denominada: *Gestión de calidad y atención al cliente en las Mypes rubro restaurante, calle san Martín, Sechura (Piura) año 2018*, tuvo como objetivo general, determinar cuáles son las características de la gestión de calidad y atención al cliente en las Mypes rubro restaurante, calle San Martín, Sechura (Piura) año 2018, la metodología presenta un tipo descriptivo, nivel cuantitativo y un diseño no experimental de corte transversal, la población de la investigación está conformada por las 04 Mypes rubro restaurante, calle San Martín, Sechura (Piura), donde la muestra para la variable gestión de calidad está conformada 26 trabajadores de las Mypes y para la variable atención al cliente está conformada por 119 clientes. La técnica de recolección de datos es la encuesta mediante el instrumento el cuestionario, elaborado con diferentes preguntas para los trabajadores y clientes, estas preguntas son de escala nominal agrupadas de acuerdo a las variables gestión de calidad y atención al cliente. Luego de las aplicaciones de análisis de los resultados se concluyó: que los trabajadores de los restaurantes indican que es importante atender adecuada al cliente, ya que los clientes son cada vez más rígidos, no solo buscan la calidad o el precio, sino que también una adecuada atención, un servicio inmediato y un trato personalizado, además llevan un apropiado control de sus productos, estos restaurantes deben seguir innovando con nuevos platos turísticos y de otras regiones que sean agradables, con el propósito de que los

clientes accedan al producto y servicio que ofrecen, la credibilidad permite que el consumidor recurra continuamente por la seguridad y confianza que le transfiere

## **2.2 Bases Teóricas**

### **2.2.1. Variable 1: gestión de calidad**

Riesco (2018) menciona que la gestión de calidad es el conjunto de las tareas y herramientas que adquieren como objetivo impedir las desviaciones como también los errores en el trascurso de fabricación y en los productos. Asimismo, tenemos que evitar los errores ante que ocurran, además de nada sirve reprender los errores si no aprendemos de ellos.

Martínez (2018), indican que el ISO 9001, es adaptable a cualquier sector contiene las obligaciones de una empresa, tanto privada como también publica, corresponde cumplir para establecer con éxito el sistema de gestión de calidad. Accede a que la organización que cuenta con esa alegación integra los requisitos del consumidor según unas discreciones internacionales. Que se maneja con tres propósitos: perfeccionar el funcionamiento de la parte interna de la empresa conseguir la certificación, o conforme los resultados establecidos para concertar los criterios con el consumidor.

#### **2.2.1.1. Principios de gestión de calidad**

Delgado (2018) menciona que los principios de la gestión de calidad son las grandes condiciones que se manejan en las empresas. Estos principios no se pueden clausurar, en el instante que se efectuó esta norma ISO 9001 la organización no debe disgustarse. Por lo tanto, para que esta norma logre ser útil en las empresas tiene que

tomarse como una técnica de referencias, asimismo los principios de la gestión de calidad son las siguientes:

**-Enfoque al cliente:** La dirección primordial de la gestión de la calidad es verificar y cumplir con las obligaciones del consumidor, como también conocer sus expectativas.

**Liderazgo:** Los líderes establecen dirección, propósito, a la vez crear circunstancias en que los individuos consigan los objetivos de la empresa, siempre habrá una persona quien asuma todas las responsabilidades, mantenga al equipo motivado y enfocado en los resultados deseados.

**-Compromiso de las personas:** Los individuos empoderados, proporcionados, a la vez comprometidos con la empresa son principales ejecutores para desarrollar la capacidad de la empresa, logrando formar y facilitando a los trabajadores, manteniendo una comunicación constante.

**Enfoque basado en procesos:** Se logran resultados previsibles de forma más eficiente o eficaz cuando las tareas se entienden y se formalizan como técnicas interrelacionadas que actúan como un método coherente

**Mejora:** Las empresas con triunfo poseen una orientación hacia la mejora, es decir, la mejora continua viene hacer, un enfoque con el fin de mejorar el proceso operativo de la empresa que se basa en la reducción de los costos, este proceso de mejora permanente nos ayuda a mejorar la eficiencia y la calidad de la empresa.

**Toma de decisiones basada en la evidencia:** Las decisiones establecidas en las investigaciones e indagación obtienen mayor posibilidad de alcanzar los resultados esperados.

**Gestión de las relaciones:** Para el éxito las empresas negocian los fragmentos interesados adecuados, como son los proveedores. Las relaciones con el cliente son el objetivo clave para la organización, los empleados son los primeros en contestar y atender al cliente.

### **2.2.1.2. Beneficios de gestión de calidad**

Romero (2019) menciona que el sistema de gestión de calidad es una herramienta primordial para perfeccionar los métodos de elaboración de las compañías, asimismo, adquirir la satisfacción y lealtad del consumidor. Por lo tanto, al implementar este sistema en todas las empresas nos conlleva a una serie de beneficios en la cual son las siguientes:

-Potenciar la imagen de la organización, constantemente busquemos desarrollar la calidad del perfil de las empresas.

-Mejorar la calidad de los servicios y productos, este sistema nos ayuda a observar con detalle cualquier proceso y precisar instrucciones detallados a normalizar para asegurar la elaboración de un servicio o también producto, asimismo nos facilita instrumentos útiles para estudiar, investigar ese proceso, con el fin de mejorarlo.

-Mejorar el sistema de trabajo para hacerlo más eficaz, como también más competitivo, al detallar los procedimientos de nuestra labor, obtendremos hacer las cosas excelentes logrando eliminar los errores del trabajo.

-Aumentar la satisfacción de los consumidores, es el objetivo primordial de toda empresa, como también es importante indagar los niveles de gusto, hacia el consumidor, cubriendo los intereses como el precio y calidad.

-Elevar la motivación y satisfacción de los miembros de la organización.

### **2.2.1.3. Importancia de la gestión de calidad**

Riquelme (2017) menciona que la gestión de calidad es muy importante para cualquier organización o empresa ya que nos ayuda hoy en día a someter a la reflexión dentro de nuestras técnicas, con el fin de llegar hacia el objetivo, de llevar a cabo los procesos completamente planeados, en los que sepamos en el momento de actuar durante las actividades, procedimientos, recursos, situaciones y asimismo ante una desviación de los requisitos establecidos, para poder establecer mecanismos para el seguimiento y la mejora de los mismos.

### **2.2.1.4. Calidad de servicio**

Silva (2018) determina que la calidad de servicio es multidimensional en el sentido de que las necesidades de los consumidores sean diversas como también múltiples, ya que contienen exteriores como la aptitud y satisfacción para el diseño, uso, seguridad por lo tanto, la calidad es una de las primordiales formas de desigualar los servicios de una organización, es facilitar, de una forma estable, una calidad del servicio que supere a la competencia, la clave es superar las perspectivas de los consumidores, asimismo, la calidad, consiste en el vínculo de particularidades de un servicio y un bien que indemnizan los escasos y posibilidades de los consumidores.

### **2.2.2. Variable 2: Atención al cliente**

La atención al cliente, es el servicio relacionado por una compañía con la finalidad de adaptarse con los clientes y consumidores y complacer sus necesidades, por lo tanto, es un instrumento eficaz para interactuar con los consumidores ofreciendo asesoramiento apropiado para afirmar el buen uso correcto de un servicio (Porporatto2017).

Raffino (2018) indica que el cliente es cualquier individuo que tiene un deseo o una necesidad, por lo tanto, tiene que utilizar y pedir los productos ofrecidos por una persona u organización que brinda el servicio. En pocas palabras podemos determinar que la atención al cliente consiste en la prestación, que facilitan y proveen las organizaciones que distribuyen servicios, a sus clientes para que asimismo tengan una información claramente con ellos. Un cliente viene hacer el que otorga un producto o ya sea un servicio mediante una transacción financiera.

#### **2.2.2.1. Estrategias de la atención al cliente**

López (2019) menciona que, al diseñar nuevas estrategias de atención al cliente, nos ayuda a crecer más la empresa, es primordial para mantener un plan de éxito. A continuación, veremos las nueve estrategias que debemos de tener en cuenta

*-Brinda tu ayuda:* Es muy resaltante saber las quejas de los consumidores a través de las personas precisas, atender continuamente sus sugerencias, quejas y tener en cuenta indicaciones, para que así el consumidor aprecie la calidad en el servicio que brindamos.

*-Actúa con rapidez:* Lo que más estima el cliente es que lo atiendas lo más rápido posible, no hagas esperar a los clientes, ya que el cliente lo que más valora es la rapidez a la hora de solucionar sus molestias o dudas.

*-Utiliza un idioma efectivo:* Al no poder ayudar, brinda opciones otorgándoles el lapso preciso para que se sientan atendidos.

*-Personaliza la confianza al cliente:* Tus consumidores no pretenden apreciar un número en tu lista de relaciones. Desean que los conozcas y pretenden sentirse significativos.

*-Expresa profesionalidad:* Ser profesional alcanza traducirse en ser honorables, como también consiste en la manera de desarrollar actividades con un compromiso y responsabilidad, en pocas palabras se refiere a que si prometes algo lo cumples.

*-Satisfacción:* Al tener un buen servicio obtienes una excelente fidelización hacia tus consumidores, es por ello que debes de brindar tu disposición a prolongar la relación con tu comprador con el fin de que es una parte fundamental de la estrategia.

*-Utiliza patrones de medición:* Establece patrones que impidan valoraciones relativas, esto nos proporciona a llevar una investigación mucho más honesta, hacia el incremento de tu negocio

*-El cliente es el centro de la organización:* Menciona que el cliente es importante para llegar hacia el beneficio o éxito de la empresa, es por ello que las Mypes dependen de sus consumidores por lo que deberían satisfacer sus necesidades y expectativas.

### **2.2.2.2. Componentes de la atención al cliente**

Mondragón (2018) indica que cuando se conoce la satisfacción del consumidor, todos los individuos de la organización tienen que colaborar y ayudar con las necesidades del cliente, solicitadas a cualquier reclamo o cualquier otro motivo, a continuación, conoceremos los componentes del buen servicio al consumidor.

- *Seguridad*: ofrecer al consumidor cero peligros, riesgos, dudas en el servicio.
- *Credibilidad*: un contexto de confianza expresa seguridad incondicional.
- *Comunicación*: comunicar a los consumidores manejando un lenguaje corporal.
- *Comprensión al cliente*: tener una excelente comunicación para que el consumidor pronuncie lo que desea, como lo quiere y cuando lo desea.
- *Accesibilidad*: las vías de contacto con el consumidor son muy importantes para ofrecer un buen servicio al cliente. Estas vías nos ayudan a identificar las quejas, los reclamos, malos comentarios hacia el producto adquirido.

### **2.2.2.3. Principios de atención al cliente**

Samsing (2019) menciona que los principios requieren atención, tanto la clientela como también los individuos del equipo destinado hacia este trabajo. Además, la organización requiere cubrir las necesidades del consumidor, también debe solucionar los problemas, es por eso que es muy primordial capacitar a los trabajadores de la empresa. Estos principios evitan que los trabajadores posean malas cualidades con los usuarios, los principios son los siguientes ya que te ayudara a perfeccionar la atención al cliente.

- ✓ Constituir una comunicación firme y educada.
- ✓ Tener cuidado con las cualidades y la apariencia.

- ✓ Brindar la información conveniente y oportuna.
- ✓ Tener en cuenta las necesidades.
- ✓ Contagiar el entusiasmo y ganar la confianza.

#### **2.2.2.4. Importancia de saber mirar, escuchar y preguntar al cliente**

Domínguez (2015) menciona lo siguiente:

*-Mire:* cuando escuche a cualquier persona, debe de evitar desviar la mirada del participante. Si esta distraída, su mente igual estará. Mayormente nos complace hacer dos cosas al mismo tiempo, se dice que el 100% la mente logra concentrarse en una sola tarea, mientras tome atención de varias cosas, hay muchas posibilidades de que deje de atender algunos detalles resaltantes de lo que están hablando, es por ello que se debe de oír correctamente y tomar atención a una sola cosa.

*-Escuche:* Jamás debe interrumpir a un comprador mientras converse.

*-Pregunte:* Estar atento solicita la concentración de procesar lo que usted oye para corresponder hacer las interrogaciones oportunas. Cuando la persona hace preguntas, afirma al individuo con quien conversa, que usted está preparado para estudiar, manejar y analizar las actividades asignadas.

### **III. HIPÓTESIS**

Según **Yzaguirre** (2019) menciona que las investigaciones descriptivas enumeran las propiedades de los fenómenos estudiados, por lo tanto, no es necesario establecer hipótesis, dado que se trata solo de mencionar las características de la situación problemática.

## IV. METODOLOGÍA

### 4.1 *Diseño de la investigación*

Martínez (2018) determina que el nivel de investigación es **descriptivo**, en la cual consiste en la descripción de un hecho, fenómeno a investigar, tal como es y a la vez como se encuentra en el momento de realizar la investigación, buscando detallar las propiedades importantes para evaluar y medir los aspectos, componentes o dimensiones; en la presente investigación solo se describió las variables de estudio gestión de calidad y atención al cliente tal como se encontraron en la realidad.

Balladares (2018) determina que el tipo de investigación es **cuantitativo**, porque esta metodología radica en el contraste de teorías, definiendo una población de estudio. Es por ello que para obtener un estudio cuantitativo es necesario tener una teoría ya fundada. Además, la metodología científica necesita de recolección y el estudio de datos para obtener las preguntas de la investigación y así planear la hipótesis, asimismo se basa en la medición y cuantificación numérica de las variables estudiadas que son: gestión de la calidad y atención al cliente de las Mypes rubro restaurantes del distrito de Yamango-Piura, Año 2021

El diseño que se aplicó en la investigación es **no experimental**, es el que se realiza sin manipular en forma deliberada ninguna variable ya que se observaron los fenómenos tal y como se manifestaron en el contexto natural, también fue de **corte transversal** porque que se midió a la vez la prevalencia de la exposición y del efecto en una muestra poblacional en un solo momento temporal; es decir, este diseño permite

estimar la magnitud y características de las variables en un momento dado (Hernández Sampieri, 2016)

#### **4.2 Población y muestra**

Las unidades de análisis del presente estudio de investigación estuvo conformado por 3 Mypes rubro restaurante ubicadas en el distrito de Yamango, ubicadas Calle progreso s/n, Yamango (Piura), se detalla a continuación.

**Cuadro 1 Relación de Mypes rubro restaurantes**

<b>Mypes</b>	<b>Dirección</b>	<b>Propietarios</b>	<b>Trabajadores</b>
Restaurante N.C.F	Yamango/Piura-S/N	N°-1	5
Restaurante N.K.L	Yamango/Piura-S/N	N°-2	4
Restaurante N.F.A	Yamango/Piura-S/N	N°-3	3

Elaboración: propia.

##### **4.2.1. Población**

Fauna (2018) indica que una población es un conjunto infinito o también finito de entes (objetos, individuos, organizaciones, etc.) que tienen características comunes. **P1:** Para la variable gestión de calidad, la población de estudio considerada estuvo conformada por los trabajadores de la Mypes, al ser esto en la cual la población es finita. **P2:** Para la variable atención al cliente se ha considerado a los clientes, con una población infinita, en la cual se desconoce la cantidad de clientes.

##### **4.2.2. Muestra**

Martín (2017) menciona que la muestra viene hacer un subgrupo de la población, en la cual es un subconjunto de elementos que corresponden a ese conjunto determinado

en sus particularidades de la población. **M1:** La muestra para la variable gestión de la calidad, está conformada por los trabajadores, según la información proporcionada, por lo tanto, el número de persona son 12, ya que solo son 3 Mypes del rubro restaurante, ubicadas Calle progreso s/n, Yamango (Piura), datos obtenidos por las Mypes.

Córdova (2016) indica que si una población finita es menor e igual a 50, la muestra es igual ( $N=n$ ), es decir ( $12=12$ ), la población es igual a la muestra.

**M2:** La muestra para la segunda variable atención al cliente, está conformada por los clientes, con una población infinita, en la cual se tomó una muestra de 68 personas. Pino (2016), Señala que la muestra es el subconjunto que se extrae de una población, es decir significa una parte de la población. Al tener una población desconocida en cuanto a clientes, se utilizó la siguiente formula:

$$n = (z^2 p-q)/e^2$$

**Dónde:**

P = probabilidades de concurrencia: (0.50)

q = probabilidades de no concurrencia: (0.50)

e = Que equivale al 10% del margen de error (0.1)

Z = Que equivale al 90% al grado de confianza (1.645)

n = Factor valor por determinar

Entonces la muestra se determinó de la siguiente manera:

$$n = ( [1.645]^2 \times 0.50 \times 0.50 ) / [0.10]^2$$

$$n = (2.706025 \times 0.50 \times 0.50) / 0.01$$

$$n = 0.67650625 / 0.01$$

$$n = 67.650625$$

$$n = 68 \text{ personas}$$

**Criterio de inclusión:**

-Para las variables tomadas, las características que se tomaron en cuenta dentro de la población son las personas propias como el dueño, trabajadores y los clientes de la Mypes en el rubro de restaurante además que participen en la investigación.

-Trabajadores laborando más de dos meses.

- Cliente de ambos géneros, dentro del rango de 18- 60 años de edad

**Criterio de exclusión**

-Personas que sean menores de edad.

-Trabajadores laborando menos de un mes.

-Clientes que no están en capacidad de brindar información y que no disponen de tiempo.

### 4.3. Definición y Operacionalización de las variables

Tabla 1: Definición y operacionalización de las variables

Variable	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores	Definición operacional	Escala	Fuente
Gestión de calidad	La gestión de calidad es el conjunto de las tareas y herramientas que adquieren como objetivo impedir las desviaciones como también los errores en el transcurso de fabricación y en los productos. Asimismo, tenemos que evitar los errores ante que ocurran, además de nada sirve reprender los errores si no aprendemos de ellos. (Riesco, 2018)	Principios	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Enfoque al cliente</li> <li>-Liderazgo</li> <li>- Participación del personal.</li> <li>- Enfoque basado en procesos.</li> <li>- Mejora continua</li> <li>- Enfoque basado en hechos para la toma de decisión.</li> <li>-Gestión de las relaciones</li> </ul>	La dimensión principios de la gestión de calidad se medirá con sus indicadores: enfoque al cliente, liderazgo, compromiso de las personas, enfoque a procesos, mejora, toma de decisiones basada en la evidencia, gestión de las relaciones.	Nominal	Trabajadores
		Beneficios	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Potenciar la imagen de la organización.</li> <li>-Mejorar la calidad de los servicios y productos - Mejorar el sistema de trabajo</li> <li>- Aumentar la satisfacción de los consumidores</li> <li>- Elevar la motivación y satisfacción de los miembros de la organización.</li> </ul>	La dimensión beneficios de la gestión de calidad se medirá con sus indicadores: potenciar la imagen de la organización, mejorar la calidad de los servicios y productos, mejorar el sistema de trabajo, aumentar la satisfacción de los consumidores, elevar la motivación y satisfacción de los miembros de la organización	Nominal	Trabajadores
	La atención al cliente, es el servicio relacionado por una compañía con la finalidad de adaptarse con los clientes e	Estrategias	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Ofrece ayuda de forma activa.</li> <li>- Actúa con rapidez.</li> <li>- Utiliza un idioma efectivo</li> </ul>	La dimensión estrategias del servicio al cliente se medirá con sus indicadores: brinda tu ayuda, actúa con urgencia ante cualquier problema,		

Atención al Cliente	consumidores y complacer sus necesidades, por lo tanto, es un instrumento eficaz para interactuar con los consumidores ofreciendo asesoramiento apropiado para afirmar el buen uso correcto de un servicio o también producto (Porporatto, 2015).		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Personaliza el trato al cliente</li> <li>- Expresa profesionalidad</li> <li>- Satisfacción</li> <li>- Utiliza patrones de medición.</li> <li>- Cliente</li> </ul>	habla el lenguaje del cliente, utiliza un idioma efectivo, personaliza la confianza al cliente, expresa profesionalidad, satisfacción, utiliza patrones de medición, el cliente es el centro de la organización	Nominal	Cliente
		Componentes	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Seguridad.</li> <li>- Credibilidad.</li> <li>- Comunicación.</li> <li>- Comprensión al cliente. -</li> <li>Accesibilidad.</li> </ul>	La dimensión componentes de la atención al cliente se medirá con sus indicadores: seguridad, credibilidad, comunicación, comprensión al cliente, accesibilidad.	Nominal	Cliente

Fuente: Elaboración propia

#### **4.4 Técnicas e instrumentos**

Para realizar la presente investigación se utilizó la técnica de la encuesta; La encuesta consiste una técnica propuesta a adquirir datos de distintas personas con el fin de conocer estados de opinión, características o hechos específicos en la cual las opiniones le interesan al investigador. (Barco, 2017)

El recojo de los datos se alcanzó a través del cuestionario estructurado, ya que se constituyó de varias preguntas siendo un total de 28 preguntas divididas en 15 preguntas para la variable gestión de calidad y 13 preguntas para la variable atención al cliente, estuvo estructurado de preguntas cerradas para los diferentes trabajadores de las Mypes y clientes que acuden frecuentemente a las diferentes establecimientos del rubro restaurantes, del distrito de Yamango -Piura, con el fin de poder obtener sus aportes y así poder realizar el informe final de investigación. Para gestión de calidad se aplicó un cuestionario por cada trabajador el tiempo fue de 4 horas; el investigador fue el mismo que aplico la encuesta; en atención al cliente se aplicó un cuestionario por cada cliente de la Mypes el tiempo para aplicar el cuestionario fue aproximadamente 6 horas por día empleando 2 días, teniendo en cuenta que para cada entrevistado el tiempo de demora fue de 10 minutos aproximadamente por cada entrevistado

#### **4.5. *Plan de análisis***

Para el recojo de datos de la presente investigación se efectuó con los representantes de las Mypes del rubro restaurantes, para conseguir la autorización con los trabajadores y los clientes, a la misma vez aplicarles las preguntas (cuestionarios), en la cual estuvieron adecuadamente validados por expertos. Para obtener los resultados del presente estudio de investigación se ejecutó un plan de análisis para la recopilación de los datos, se tabularon y se presentaron por medios de gráficos, teniendo en cuenta las dimensiones de cada variable, además dichos resultados indican los objetivos de la investigación. Se empleó estadística descriptiva, calculando los porcentajes y frecuencias en la cual se recurrió el programa Excel. Este trabajo de investigación se realizó con total transparencia y veracidad al momento de realizar la recolección de datos de la población en estudio; además se puso énfasis en la autenticidad, originalidad de los resultados obtenidos, la confidencialidad de las encuestas aplicadas fue de estricto carácter y honestidad, respetando los autores de las teorías en todo momento.

#### 4.6 Matriz de consistencia

Tabla 2: Matriz de consistencia

Título	Problema	Objetivos	Variables	Hipótesis	Metodología
Gestión de calidad y la atención al cliente en las Mypes rubro restaurantes en el distrito de Yamango - Piura, año 2021	¿Cuáles son las características de la gestión de calidad y atención al cliente en las Mypes rubro restaurantes en el distrito de Yamango -Piura, año 2021	General: Determinar la gestión de calidad y la Atención al cliente en las Mypes rubro restaurantes en el distrito de Yamango -Piura, año 2021.	Gestión de calidad	Según Yzaguirre (2019), menciona que esta investigación es descriptiva enumeran las propiedades de los fenómenos estudiados, por lo tanto, no es necesario establecer hipótesis, dado que se trata solo de mencionar las características de la situación problemática	<b>Tipo de investigación:</b> Cuantitativo  <b>Nivel:</b> Descriptivo  <b>Diseño:</b> No experimental – corte transversal  <b>Población</b> <b>P1:</b> Trabajadores de las Mypes <b>P2:</b> Clientes  <b>Muestra</b> <b>M1:</b> 12 trabajadores <b>M2:</b> Conformada por 68 clientes <b>Técnica:</b> Encuesta <b>Instrumento:</b> Cuestionario
		(a) Identificar los principios de la gestión de calidad en las Mypes rubro restaurante en distrito de Yamango - Piura, año 2021.			
		(b) Conocer los beneficios de la gestión de calidad en las Mypes rubro restaurantes en el distrito de Yamango -Piura, año 2021	Atención al cliente		
		(c) Identificar las estrategias de la atención al cliente en las Mypes rubro restaurante en el distrito de Yamango -Piura, año 2021.			
		(d) Describir los componentes de la atención al cliente en las Mypes rubro restaurante en el distrito de Yamango -Piura, año 2021.			

Elaboración propia

#### **4.7. Principios éticos**

En esta investigación se tomó en cuenta los principio éticos que guían la investigación basado en el Código de Ética para la Investigación versión 004 aprobado por acuerdo del Consejo Universitario, Res.0037-ULADECH del 13 de Enero del 2021, el cual es de obligación para todos los estudiantes egresados, y docentes de la Universidad Católica ULADECH. **Principio de integridad científica.** El investigador se dirigió a dichos establecimientos cumpliendo todos los protocolos de bioseguridad. El investigador les informo del objetivo de la presente investigación, señalándoseles que su identidad sería anónima y confidencial, informándoseles sobre el procedimiento de la información, que una vez obtenida será solo para información académica (ULADECH, 2021), Además se practicó el principio ético de **Libre participación y derecho a estar informado**, los involucrados en esta investigación no han sido coaccionados ni forzados en ningún momento a participar de esta investigación, ellos ha elegido ser partícipes en forma voluntaria haciéndoles llegar en un primer momento el consentimiento informado (ULADECH, 2021).

**Principio de protección a las personas,** en un inicio de la investigación se le ha presentado el consentimiento informado a los participante, firmado el investigador y el participante, conjunto con el instrumento de recolección de información, informándoseles a cada uno del propósito dicha investigación, se le comunico también que la información no causara ningún perjuicio alguno más por lo contrario, a sismo se le comunicó al participante que todos los datos recogidos quedaran en la biblioteca virtual Uladech Católica para generaciones futuras

**Justicia**, el trato que se brindó al participante fue equitativos, es decir a todos se les trato de las misma manera por igual a todos los participantes en este proceso de recolección de datos, con referencia a la aplicación de los cuestionarios se aplicaron a todos por igual, en algunos casos se les brindó orientación e información. Informándoseles que la investigación una vez aprobada podrán conocer los resultados a través del acceso por medio de la biblioteca virtual Uladech

## V. RESULTADOS

### 5.1. Resultados

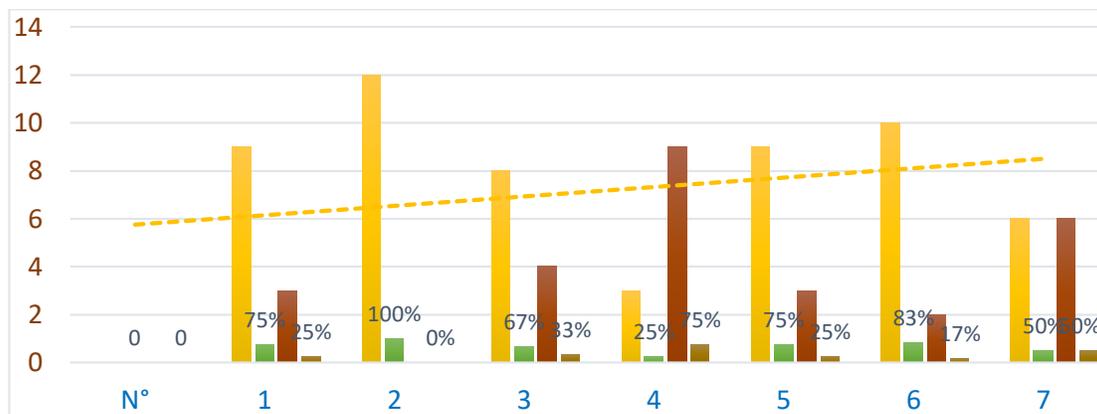
#### 5.1.1. Variable gestión de calidad

**Objetivo A: identificar los principios de la gestión de calidad en las Mypes rubro restaurantes del distrito de Yamango- Piura 2021**

**Tabla 3**  
*Principios de gestión de calidad*

N°	Ítem	Si		No		Total	
		f	%	f	%	n	%
1	¿Consideran que el liderazgo que se ejerce en la empresa prioriza el servicio al cliente?	9	75	3	25	12	100
2	¿Considera que es importante atender adecuadamente al cliente?	12	100	0	0	12	100
3	¿La empresa incentiva la participación del personal para alcanzar los objetivos?	8	67	4	33	12	100
4	¿Se realizan procesos para el logro de la mejora continua de la empresa?	3	25	9	75	12	100
5	¿La mejora permanente en el servicio responde a las necesidades y expectativas detectadas en los clientes?	9	75	3	25	12	100
6	¿Ayuda o participa en el proceso de la toma de decisiones para la empresa?	10	83	2	17	12	100
7	¿La relación que mantiene con sus clientes, respecto a las quejas y sugerencias es la adecuada?	6	50	6	50	12	100

*Nota: resultados de cuestionario aplicado a los trabajadores*



*Figuras 1 diagrama en barras que representa a principios de gestión de calidad*

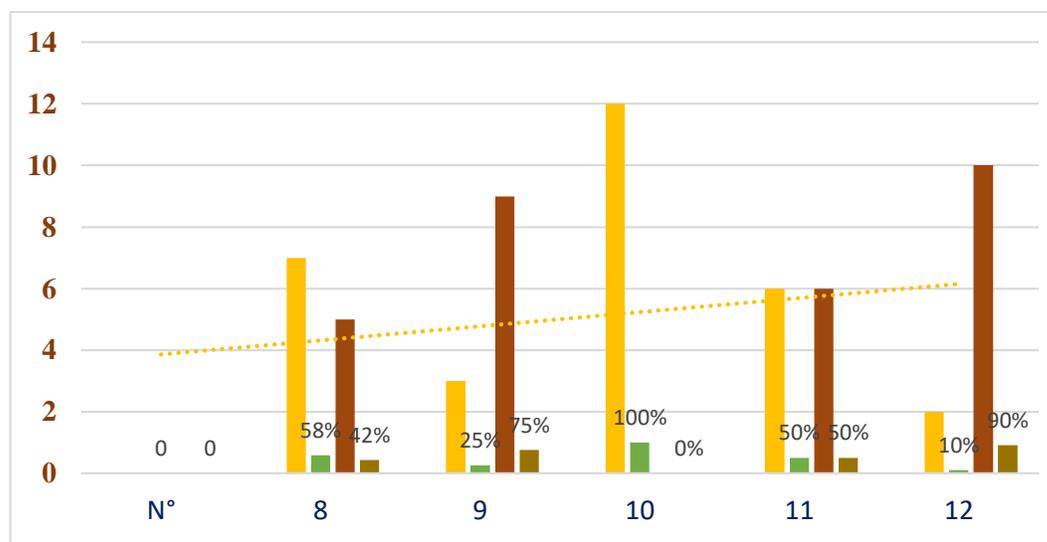
En la tabla 3 y figura 1 denominadas principios de gestión de calidad, se puede apreciar que el total de los trabajadores encuestados que el 75% si consideran que el liderazgo que se ejerce dentro de la empresa se prioriza el servicio al cliente, mientras que el 25% dicen lo contrario, el 100% de los trabajadores encuestados de los restaurantes respondieron que, si es importante atender adecuadamente al cliente, el 67% de los trabajadores, mencionaron que, el restaurante incentiva la participación del personal para alcanzar los objetivos, mientras que 33% dicen lo contrario, el 25% de los trabajadores encuestados mencionaron que el restaurante si realiza procesos para el logro de la mejora continua de la empresa y el 75% mencionaron lo contrario, el 75%, mencionan que la mejora permanente en el servicio si responden a las expectativas de los clientes y el 25% dijeron lo contrario, el 83% de los trabajadores, mencionaron que si participan en el proceso de la toma de decisiones para las Mypes mientras tanto que el 16% dicen lo contrario, el 100% de los trabajadores encuestados indicaron, que si tienen una relación adecuada con respecto a las quejas del cliente ya que lo clientes son mayor mente conocidos de la zona.

**Objetivo B: conocer los beneficios de la gestión de calidad en las Mypes rubro restaurantes del distrito de Yamango- Piura 2021**

**Tabla 4**  
*Beneficios de gestión de calidad*

N°	Ítem	Si		No		Total	
		f	%	f	%	n	%
1	¿Ud. Toma en cuenta la misión, visión, objetivos y políticas de la empresa?	7	58	5	42	12	100
2	¿El restaurante aplica algún diagnóstico de la mejora continua en atención al cliente y en la elaboración (cocción) del menú que ofrece?	3	25	9	75	12	100
3	¿Realiza o elaboran el inventario diario para validar la existencia de productos?	12	100	0	0	12	100
4	¿El restaurante aplica estrategias para que los clientes se sientan satisfechos?	6	50	6	50	12	100
5	¿Ud. Como colaborador del restaurante recibe algún incentivo, aparte de su sueldo por sus acciones realizadas día a día?	2	10	10	90	12	100

Nota: resultados del cuestionario aplicado a los trabajadores



Figuras 2 diagrama en barras que representa a beneficios de gestión de calidad

En la tabla 4 y figura 2 denominadas beneficios de la gestión de calidad, se observó que el 58% de los trabajadores encuestados mencionaron la misión, visión, objetivos y políticas de la empresa y el 42% dijeron lo contrario, el 75% de los encuestados señaló que los dueños de los restaurantes hacen algún diagnósticos en atención al cliente y en la elaboración (cocción) del menú que ofrece y 25% opinó lo contrario, el 100% de los trabajadores manifestó que elaboran el inventario diario para validar la existencia de productos, el 50% de los encuestados señaló que el restaurante aplica estrategias para que los clientes se sientan satisfechos y la mitad dijo no aplican y el 90% de los encuestados señaló que no recibe algún incentivo

### 5.1.2 Variable atención al cliente

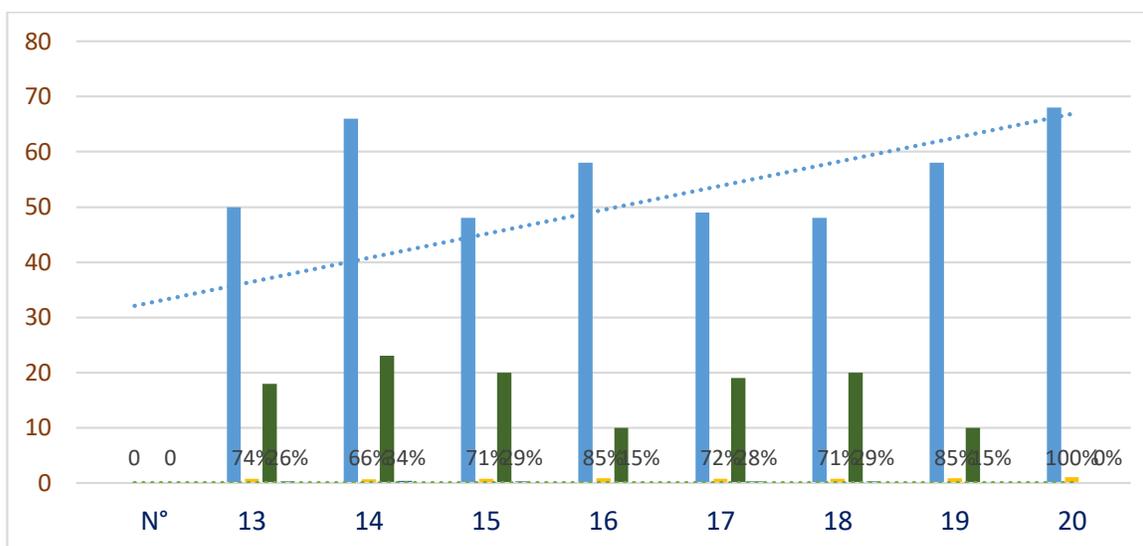
**Objetivo C: estrategias de la atención al cliente en las Mypes rubro restaurantes del distrito de Yamango- Piura 2021**

**Tabla 5**  
*Estrategias de la atención al cliente*

N°	Ítem	Si		No		Total	
		f	%	f	%	N	%
1	¿Los empleados del restaurante muestran interés y disponibilidad para ayudarlo en lo que necesita?	50	74	18	26	68	100
2	¿Los colaboradores actúan con rapidez a la hora de resolver sus dudas?	66	66	23	34	68	100
3	¿El empleado habla de forma clara y entendible al momento de ofrecerle el producto del restaurante?	48	71	20	2	68	100
4	¿Frecuentaría el lugar, después de haber consumido en el restaurante?	58	85	10	15	68	100
5	¿Se siente a gusto con el servicio que ofrece el restaurante?	49	72	19	28	68	100

6	¿Percibe un ambiente que muestra calidad y profesionalismo?	48	71	20	29	68	100
7	¿Le ofrecen promociones en algunos productos al ser cliente del restaurante?	58	85%	10	15%	68	100
8	¿Cree usted que el restaurante debe seguir innovando con nuevos platos turísticos y de otras regiones que se han agradables?	68	100%	0	0%	68	100

Nota: resultado del cuestionario aplicado a los clientes



Figuras 3 diagrama en barras que representa a estrategias de la atención al cliente

En la tabla 5 y figura 3 denominadas estrategias de atención al cliente, se observó que el 74% de los clientes encuestados mencionaron que los empleados de las MYPE si muestran interés y disponibilidad para ayudarlo en lo que necesita, por otro lado, el 26% dicen lo contrario, el 66% de los clientes encuestados, manifestaron que las MYPE si actúan con rapidez a la hora de resolver sus dudas, mientras que el 34%, indican lo contrario, el 71% los clientes encuestados, mencionaron que los empleados de la MYPE hablan de forma clara y entendible al momento de ofrecer el producto, mientras que el 29% dijeron lo contrario, el 85% de ellos, mencionaron que, si frecuentaría el lugar, después de haber consumido en el restaurante y el 15% dijeron

lo contrario, el 72% de ellos, mencionaron que, si consideran que el restaurante debe de atender llamadas telefónicas y hacer entregas a domicilio, el 28% dijeron lo contrario, el 71% de los clientes encuestados, respondieron que si muestra calidad y profesionalismo dentro de las MYPES y el 29% muestran lo contrario, el 85% de los clientes encuestados, mencionaron que el restaurante si les ofrece promociones del producto y el 15% indicaron lo contrario y el 100 % considera importante la innovación

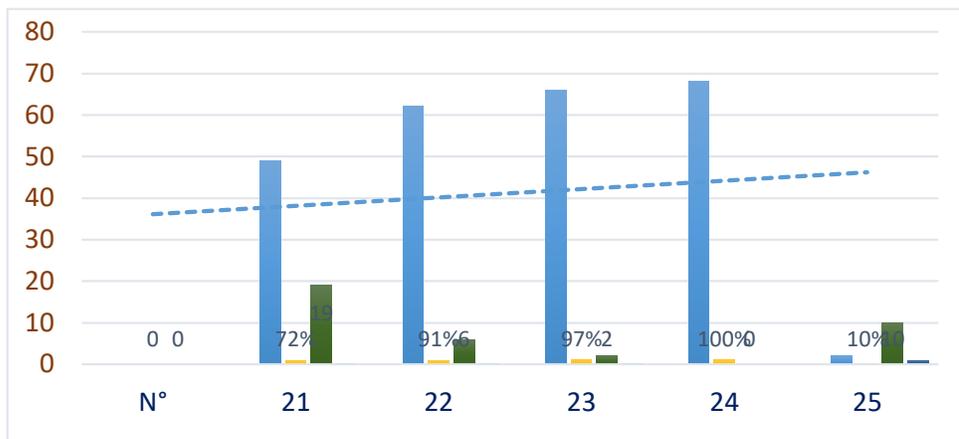
**Objetivo D: describir los componentes de la atención al cliente en las MYPE rubro restaurantes del distrito de Yamango- Piura 2021**

**Tabla 6**

*Componentes de la atención al cliente*

N°	Ítem	Si		No		Total	
		f	%	f	%	N	%
1	¿El personal del restaurante resolver sus dudas, quejas acerca del producto y servicio adquirido?	49	72	19	28	68	100
2	¿Cree Ud. que el restaurante le genera credibilidad y confianza?	62	91	6	9	68	100
3	¿Cree Usted que el equipo de atención al cliente le brinda comunicación y respuesta inmediata al momento de entrevistarse con el cliente?	66	97	2	3	68	100
4	¿Tiene Ud. conocimiento que todo establecimiento y empresa deberá de habilitar un libro de reclamos que este es regulado por el Código de Protección y Defensa del Consumidor?	68	100	0	0	68	100
5	Cree Ud. Que los colaboradores brindan buena comunicación a sus clientes	58	10	10	90	68	100

Nota: resultado del cuestionario aplicado a los clientes



Figuras 4 diagrama en barras que representa a componentes de la atención al cliente

En la tabla 6 y figura 4 denominadas componentes de la atención al cliente, se observó que el 72% de los clientes encuestados, manifestaron que el personal de las Mypes si resuelven sus dudas acerca del producto, mientras que el 28% indican lo contrario, el 91% los clientes encuestados, mencionaron que ellos como clientes recurre a empresas que más confianza le trasmiten, el 97% de los clientes encuestados, utilizan un lenguaje adecuado al momento de solicitar el producto y el 3% indico lo contrario, el 100% de los clientes encuestados, mencionaron que si tiene conocimientos que todo establecimiento y empresa deberá de habilitar un libro de reclamos que este es regulado por el Código de Protección y Defensa del Consumidor y el 90% de clientes señalan que mantienen buena comunicación con el colaborador

## **5.2. Análisis de resultados**

### **5.2.1. Gestión de calidad**

#### **Objetivo A: identificar los principios de la gestión de calidad en las Mypes rubro restaurantes del distrito de Yamango- Piura 2021**

En la tala 3 y figura 1 denominada: “*Principios de gestión de calidad*” del indicador “liderazgo”, se observó que el 75% si consideran que el liderazgo que se ejerce dentro de la empresa si prioriza el servicio al cliente, mientras que el 25% dicen lo contrario, Delgado (2018) quien indican que los lideres establecen dirección, propósito, a la vez crean circunstancias en que los individuos consigan los objetivos de la empresa, siempre habrá una persona quien asuma todas las responsabilidades, mantenga al equipo motivado y enfocados en los resultados deseados, Gavedia (2019) concluyó que aplicó la escala de Likert dicha correlación es positiva y alta, esto demuestra que desarrollando una buena gestión de calidad las empresas serán más competitivas

En el indicador *enfoque al cliente*, se observó que el 100% de los trabajadores encuestados de los restaurantes respondieron que, si es importante atender adecuadamente al cliente, esto coincide con el autor Núñez (2017) menciona que es importante la satisfacción de los clientes que se obtiene al ofrecer productos de calidad, es importante que los propietarios se esmeren por cumplir plenamente con satisfacer las necesidades y expectativas de los mismos, así como esmerarse en mantener el orden de los productos ofrecer variedad en cuanto a precios que esté al alcance de los diferentes clientes, según Castro (2019), quien resalta que las Mypes deben de seguir llevando un adecuado control sobre los beneficios de la satisfacción de sus clientes, ya que esto nos conlleva a conocer más a sus clientes y por otro lado saber cuáles son sus gustos y preferencias. Además, un

buen servicio al cliente es fundamental porque permite ser la diferencia de la empresa, brindar un buen servicio es más importante que el precio ya que los consumidores pagarían más dinero, por sentirse más valorados.

En el indicador *Compromiso de las personas*, se observó que el 67% de los trabajadores, mencionaron que, el restaurante incentiva la participación del personal para alcanzar los objetivos, mientras que 33% dicen lo contrario, esto coincide con el autor Castro (2019), quien resalta que los beneficios que brinda la gestión de calidad es mejorar la imagen, maximizar la satisfacción del cliente, mayor participación de los empleados, se recomiendan que deben de tener estrategias de gestión de calidad, en la cual los beneficios que les brinda, hacen que sean mejores y mantener una relación entre los clientes y trabajadores.

En el indicador “*Enfoque basado en procesos*”, se observó que el 25% de los trabajadores encuestados mencionaron que el restaurante si realiza procesos para el logro de la mejora continúa de la empresa y el 75% mencionaron lo contrario. Según el autor Dedios (2019) quien indica que el gerente del restaurante tiene en cuenta los valores que ayudan a mejorar el servicio al cliente, en la cual según las encuestas realizadas obtuvo que los trabajadores se sienten a gusto con el restaurante, como también el restaurante hace sentir al trabajador como la persona más segura e importante, poniendo en conocimiento sus habilidades y experiencias, por otra parte Ordinola (2017) el restaurante Perla del Chira se orienta hacia una cultura de buena atención, utilizando los procedimientos adecuados para la preparación de los potajes, además de ello se determinó que el proceso para la atención al cliente es el adecuado, se identificaron beneficios como la satisfacción y comodidad al cliente

El indicador *mejora*, se pudo apreciar que el total de los trabajadores encuestados el 75% mencionan que la mejora permanente en el servicio si responden a las expectativas de los clientes y el 25% dijeron lo contrario, esto coincide con el autor Delgado (2018), quien indica que las empresas con triunfo poseen una orientación hacia la mejora. Es decir, la mejora continua viene hacer un enfoque con el fin de mejorar el proceso operativo de la empresa que se basa en la reducción de los costos, este proceso de mejora permanente nos ayuda a mejorar la eficiencia y la calidad de la empresa, el autor medina (2018) concluyó se busca la satisfacción al cliente, por la variedad de sus procesos y productos reciclables. Debido a esto siempre están atentos para agradar a sus clientes, para garantizarle una buena estadía y que estos sientan la alegría de regresar pronto

Con respecto al indicador *toma de decisiones*, se pudo apreciar que el total de los trabajadores encuestados el 75% mencionan que la mejora permanente en el servicio si responden a las expectativas de los clientes y el 25% dijeron lo contrario. Esto coincide con el autor Delgado (2018), quien indica que las empresas con triunfo poseen una orientación hacia la mejora. Es decir, la mejora continua viene hacer un enfoque con el fin de mejorar el proceso operativo de la empresa que se basa en la reducción de los costos, este proceso de mejora permanente nos ayuda a mejorar la eficiencia y la calidad de la empresa. Se constató que brinda servicio personalizado y ambiente propicio; se encontró algunas falencias en cuanto al control de lista y pedidos, Alemán (2018) el personal debe estar motivado y capacitado, para de que esta manera pueda alcanzar los objetivos

Indicador “*Gestión de las relaciones*”, se observó que el 83% de los trabajadores, mencionaron que, si participan en el proceso de la toma de decisiones para las Mypes

mientras tanto que el 16% dicen lo contrario. Según Erazo (2018), menciona que las decisiones establecidas en las investigaciones e indagación obtienen mayor posibilidad de alcanzar los resultados esperados.

**Objetivo B: conocer los beneficios de la gestión de calidad en las Mypes rubro restaurantes del distrito de Yamango- Piura 2021**

En la tala 3 y figura 2 denominada: *Beneficios de la gestión de calidad*, en el indicador *Potenciar la imagen de la organización*, se observó que el 58% de los trabajadores encuestados mencionaron que conocen la misión, visión, objetivos y políticas de la empresa y el 42% dijeron lo contrario, el hallazgo encontrado es parecido con el estudio de Romero (2019) que indica que al potenciar la imagen de la organización, constantemente busquemos desarrollar la calidad del perfil de las empresas, por otro lado Dedios (2019) con concluyó en una empresa los trabajadores se deben identificarse con los objetivos de la empresa

Indicador *Mejorar la calidad de los servicios y productos*, se observó que el 75% de los encuestados señalaron que los dueños de los restaurantes hacen algunos diagnósticos en atención al cliente y en la elaboración (cocción) del menú que ofrece y 25% opinó lo contrario. Resultados parecidos al estudio de Ordinola (2017) quien concluyó con referencia de las Mypes rubro restaurantes que están utilizando los procedimientos adecuados para la preparación de los potajes, por otro lado Romero (2019) señala que mejorar la calidad de los servicios y productos, este sistema nos ayuda a observar con detalle cualquier proceso y precisar instrucciones detallados a normalizar para asegurar la elaboración de un servicio o también producto

En indicador *Mejorar el sistema de trabajo*, se observó que el 100% de los trabajadores manifestó que elaboran el inventario diario para validar la existencia de productos, resultados que es parecido con el estudio de Trujillo (2019) que concluyó que los administradores de los restaurantes conocen la gestión de calidad y tratan de aplicarlo en sus negocios, por otro lado en autor Romero (2019) señala que mejorar el sistema de trabajo conllevará a ser más eficaz, como también más competitivos, al detallar los procedimientos de nuestra labor.

El indicador *aumentar la satisfacción de los consumidores*, se observó que el 50% de los encuestados señalaron que el restaurante aplica estrategias para que los clientes se sientan satisfechos y la mitad dijo no aplican, hallazgo que no coincide con la investigación del autor Medina (2019) quien su estudio identificó la satisfacción al cliente, por la variedad de sus procesos y productos reciclables, Romero (2019) indica que aumentar la satisfacción de los consumidores, es el objetivo primordial de toda empresa; El indicador *Elevar la motivación y satisfacción de los miembros de la organización*, se observó que el 90% de los encuestados señalo que no recibe algún incentivo, QuestiónPro (2019) los incentivos son formas de motivar y compensar al trabajador el buen desempeño de su fuerza laboral, tales como reconocer su logros, darles algún benéficos; etc.

### **5.2.2 Atención al cliente**

**Objetivo C: describir las estrategias de la atención al cliente en las Mypes rubro restaurantes del distrito de Yamango- Piura 2021**

En la tabla 5 y figura 3 denominada: “*Estrategias de atención al cliente*”, en el indicador “*Brinda tu ayuda*”, se observó que el 74% de los clientes encuestados

mencionaron que los empleados de las Mypes si muestran interés y disponibilidad para ayudarlo en lo que necesita, el 26% dicen lo contrario, López (2019) menciona que al diseñar nuevas estrategias de atención al cliente, nos ayuda a crecer más la empresa, es primordial para mantener un plan de éxito, por otro lado Olave (2018) señala que el mejoramiento propuesto ha permitido aumentar la cantidad de clientes que el restaurant es capaz de atender, lo que ha traído consigo un fuerte aumento en las ventas y en la rentabilidad del negocio

El indicador “*Actúan con rapidez*” se observó que el 66% de los clientes encuestados, manifestaron que las Mypes si actúan con rapidez a la hora de resolver sus dudas, mientras que el 34%, indican lo contrario, Rios, (2019) señala que mejoramiento propuesto ha permitido aumentar la cantidad de clientes que el restaurant es capaz de atender, lo que ha traído consigo un fuerte aumento en las ventas y en la rentabilidad del negocio, López (2019) señala que actúa con rapidez es que más estima el cliente, que lo atiendas lo más rápido posible no se debe esperar.

El indicador “*Personaliza la confianza al cliente*” se observó que el 71% los clientes encuestados, mencionaron que los empleados de la Mypes hablan de forma clara y entendible al momento de ofrecer el producto, mientras que el 29%, manifiesta lo contrario, Olave (2018) menciona que la atención al cliente es muy importante para que el consumidor regrese, así mismo utilizan el instrumento de confianza, además aseguran que es un factor fundamental para la buena atención logrando fidelizar a los consumidores del restaurante, por otro lado López (2019) utilizar un idioma efectivo al no poder ayudar, brinda opciones y otorgarles el lapso preciso para que se sientan atendidos.

El indicador “*expresa profesionalismo*”, se observó que el 71% de los clientes encuestados, respondieron que si muestra calidad y profesionalismo dentro de las Mypes y el 29% muestran lo contrario, Orellano Castro, (2018) señala que se debe capacitar al personal y facilitar su aprendizaje, por otro lado López (2019) expresar profesionalidad alcanza traducirse en ser honorables, como también consiste en la manera de desarrollar actividades con un compromiso y responsabilidad

En indicador el “*El cliente es el centro de la organización*”, se observó que El 85% de los clientes encuestados, mencionaron que el restaurante si les ofrece promociones del producto y el 15%, Chunga (2019) el propósito de que los clientes accedan al producto y servicio que ofrecen, la credibilidad permite que el consumidor recurra continuamente por la seguridad y confianza que le transfiere, López (2019) menciona que el cliente es importante para llegar hacia el beneficio o éxito de la empresa, es por ello que las MYPES dependen de sus consumidores por lo que deberían satisfacer sus necesidades y expectativas.

**Objetivo D: describir los componentes de la atención al cliente en las Mypes rubro restaurantes del distrito de Yamango- Piura 2021**

En la tabla 6 y figura 4 denominadas: “*Componentes de la atención al cliente*” con el indicador “seguridad”, se observó que el 72% de los clientes encuestados, manifestaron que el personal de las Mypes si resuelven sus dudas acerca del producto y servicio, mientras que el 28% indican lo contrario, Villalta (2018) menciona que cuando empresa muestra pocas quejas, quiere decir que son resultados de manera directa y el tiempo adecuado, además señala que un restaurante debe contar

con un libro de reclamaciones, aquí se registran las quejas y reclamos por algún inconveniente que se dan en la adquisición de un producto o servicio se debe encontrar en todos los establecimientos comerciales, es obligatorio presentar a los clientes de manera virtual y físico

En el indicador “credibilidad” se observó que el 91% los clientes encuestados, mencionaron que el restaurante les brinda y les tramite la credibilidad y confianza el 9% indican lo contrario, Valdiviezo Robledo (2018) indica que es fundamental la confianza que se desarrolla entre el cliente y el empleado o trabajador, al ser respetuoso y agradable ellos sienten que están empezando a conocerte, tienes que tener la confianza con el cliente otorgándole el seguimiento y estableciendo de una compra increíble. Es por ello que deben de ganarse al cliente y de esa forma que ellos volverán a buscarnos, Mondragón (2019) un contexto de confianza expresa seguridad incondicional

El indicador “comunicación” se observó que el 97% de los clientes encuestados señalaron que los empleados utilizan un lenguaje adecuado, fluido al momento de entrevistarse con el cliente, Villacorta (2019) los clientes determinan la atención al cliente ya que evalúan la capacidad de respuesta del equipo de atención al cliente, además tienen en cuenta la calidad de los productos, marca, calidad del servicio, la ambientación del local, se debe en todo momento de motivar y capacitar al personal para brindar una adecuada atención al cliente. Por otro lado en autor Mondragón (2018) señala que comunicar a los consumidores es manejando un lenguaje corporal ya que es tipo y forma básica de transmitir comunicación que a través de los gestos se transmite información

El indicador “accesibilidad” se observó que el 100% de los clientes encuestados señalaron que si tienen conocimiento que todo establecimiento y empresa deberá de habilitar un libro de reclamos que este es regulado por el Código de Protección y Defensa del Consumidor, (Mondragón, 2018) las vías de contacto con el consumidor son muy importante para ofrecer un buen servicio al cliente. Estas vías nos ayudan a identificar las quejas los reclamos, malos comentarios hacia el producto adquirido; En el indicador “comprensión al cliente” Se observó que el 100% de los clientes encuestados, mencionaron que no mantiene ningún contacto con el restaurante, la cual permita conocer las fallas detectadas. Mondragón (2018), indica que las vías de contacto con el consumidor son muy importantes para ofrecer un buen servicio al cliente. Estas vías nos ayudan a identificar las quejas los reclamos, malos comentarios hacia el producto adquirido

## **VI. CONCLUSIONES**

En las Mypes rubro restaurantes distrito de Yamango –Piura año 2021, en su mayor parte se identifican con los principios de la gestión de calidad, y están dados por el enfoque al cliente, toma de decisiones, liderazgo, mejora continua, compromiso de las personas; en una minoría aplica el enfoque basado en los procesos y la gestión de las relaciones, por lo que se recomienda mejorar la relación con los proveedores, socios y demás partes de interés

Los beneficios de la gestión de calidad en las Mypes en su mayor parte están dados por aumentar la satisfacción de los consumidores, mejorar la imagen de la empresa, la productividad, el rendimiento y mejorar el control de calidad de los productos y servicios, en una minoría aplica la motivación, satisfacción de los miembros de la organización y la mejora continua, por lo que se recomienda incluir los procesos necesarios para mantener la mejora continua y mejorar los niveles de eficiencia y eficacia.

En las Mypes rubro restaurante en el distrito de Yamango -Piura, año 2021; se identifica que las estrategias de la atención al cliente están dadas por brindarle máxima satisfacción al cliente, consideran al cliente el centro de la organización, aplican la comunicación efectiva sencilla y clara, actúan con rapidez y eficacia personalizando al cliente expresando su ayuda y en una minoría expresan profesionalismo, por lo que se recomienda a las Mypes capacitar a su personal en atención al cliente

Los componentes de atención al cliente están dados por la comprensión y buena comunicación al cliente, buzones de sugerencias, quejas, reclamos, seguridad,

credibilidad, confianza, comunicación y cortesía, y una gran minoría muestra profesionalismo y elementos tangibles, se recomienda capacitar al colaborador y dar importancia a los elementos intangibles

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- MINCETUR. (2017). Reglamento de restaurantes., Obtenido de Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.
- Montoya, A. (23 de octubre de 2017). El portal del capital humano. Obtenido de El portal del capital humano:  
<http://www.infocapitalhumano.pe/recursoshumanos/articulos/como-Lograr-el-ansiado-alineamiento-organizacional/>
- Peñuelas, R. (2019). Métodos de investigación. Sinaloa: Universidad Autónoma de Sinaloa.
- Porter, M. (2019). Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors. Buenos Aires: McGraw Hill.
- PROCESS MANAGMENT. (Diciembre de 2017). Obtenido de PROCESS MANAGEMENT: <http://www.nicolpinilla.com/2018/12/Alinear-Procesos-conEstrategia-Organizacional.html?m=0>
- Saavedra, C. (2017). El arrendamiento financiero (leasing) en la gestión Financiera de la micro y pequeñas empresas (MYPES) en el distrito de la Victoria. Lima: Universidad San Martín de Porras.
- Sáenz, M. (16 de marzo de 2018). Observatorio de recursos humanos. Obtenido de Observatorio de recursos humanos:  
<http://www.observatoriorh.com/gestion/unintangible-clave-en-la-eficiencia-el-valor-del-alineamiento-organizacional.html>
- Sepúlveda, B. y. (2018). Plan estratégico para el desarrollo del turismo rural Comunitario en la Región Cusco. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Siliceo, A. (2016). Capacitación y desarrollo de personal. México: Editorial LIMUSA, S.A.
- Tello Pacheco, M. (01 de diciembre de 2019). Falta de confianza y rechazo a asociatividad impide que las MYPES despeguen. La República, pág.

- Terán Sánchez, G. (julio de 2018). MAC.PE. Obtenido de mac.pe:  
[http://www.mac.pe/descargas/Desarrolla\\_tu\\_potencial\\_emprendedor.pdf](http://www.mac.pe/descargas/Desarrolla_tu_potencial_emprendedor.pdf)
- Valle, (10 de agosto de 2019). Conexión ESAN. Obtenido de conexiónese:  
[https://www.esan.edu.pe/conexion/actualidad/2015/08/10/el-Alineamiento\\_estrategico-y-su-repercusion-en-los-resultados-Empresariales/](https://www.esan.edu.pe/conexion/actualidad/2015/08/10/el-Alineamiento_estrategico-y-su-repercusion-en-los-resultados-Empresariales/)
- Bueno, M. (2018). Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicio, rubro restaurantes en la Urb. 21 de Abril, Chimbote, 2016. Chimbote-Piura. Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/8228/GESTION>
- Dedios, M. A. (2019). Gestión de calidad y atención al cliente de la Mype rubro Restaurante cevichería karaoke Ingrid de la ciudad de Sullana, Año 2019. Sullana. Obtenido de [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/11471/gestion\\_de\\_calidad\\_atencion\\_al\\_cliente\\_Dedios\\_Lopez\\_Mercede\\_S\\_Aracelli.pdf?Sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/11471/gestion_de_calidad_atencion_al_cliente_Dedios_Lopez_Mercede_S_Aracelli.pdf?Sequence=1&isAllowed=y)
- Alcázar, J. (25 de Febrero de 2019). Acerca de nosotros: Desde el sur peruano. Obtenido de Desde el sur peruano Web site: <http://semanaeconomica.com/desdeelsurperuano/2019/02/25/perspectivas-.com>
- Ponce, L. (10 de Febrero de 2017). Tendencias tecnológicas para restaurantes: una oportunidad para la innovación. Obtenido de <https://www.diegocoquillat.com/tendencias-tecnologicas-para-Restaurantes-una-oportunidad-para-la-innovación/>
- Porporatto, M. (9 de Junio de 2015). Atención Al Cliente. Obtenido de <https://quesignificado.com/atencion-al-cliente/>
- Raffino, M. (16 de noviembre de 2018). "Servicio al Cliente". Obtenido de <https://concepto.de/servicio-al-cliente/>
- Ramos, V. (23 de Julio de 2016). ¿Cómo evalúan los clientes tu servicio?

- Obtenido de <https://prezi.com/2hf8dpjky6us/como-evaluan-los-clientes-tu-servicio/>
- Riesco, S. (11 de septiembre de 2018). ¿Cuáles son las normas ISO más importantes? Obtenido de [https://www.formazion.com/noticias\\_formacion/cuales-son-lasnormas-iso-Más-importantes-org-5273.html](https://www.formazion.com/noticias_formacion/cuales-son-lasnormas-iso-Más-importantes-org-5273.html)
- Riquelme, M. (2017). La importancia de la gestión de la calidad. Obtenido de <https://www.webyempresas.com/la-importancia-de-la-gestion-de-la-calidad/>
- Romero, J. A. (2018). Calidad del servicio y satisfacción del cliente en los principales restaurantes de distrito de Juliaca provincia de San Román 2018.
- Meneses, J. (2016). *Blog de metodología*. Obtenido de <https://metodo1ucv.blogspot.com/2016/07/justificacion-teorica-de-la.html>
- Mondragón. (2018). *Componentes Básicos del Buen Servicio* . Obtenido de <https://www.diariodelexportador.com/2018/04/los-10-componentes-basicos-del-buen.html>

## ANEXOS

### Anexo1: Cuestionario aplicado a los trabajadores



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

#### Cuestionario aplicado a los trabajadores

¡Buen día! estimado trabajador, soy alumno de la Universidad Católica Los Ángeles Chimbote de la Carrera Profesional de Administración y me encuentro realizando una encuesta que tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación denominada: “Gestión de Calidad y atención al cliente en las Mype rubro restaurante, Yamango (Piura) Año 2021”.

La información que Usted proporcionará será utilizada con fines académicos y de investigación, se agradece su valioso tiempo y apoyo brindado. **Marca con una (x) la respuesta correspondiente**

Variable gestión de calidad		Si	No
<b>Dimensión principios</b>			
1	¿Consideran que el liderazgo que se ejerce en la empresa prioriza el servicio al cliente?		
2	¿Considera que es importante atender adecuadamente al cliente?		
3	¿La empresa incentiva la participación del personal para alcanzar los objetivos?		
4	¿Se realizan procesos para el logro de la mejora continua de la empresa?		
5	¿La mejora permanente en el servicio responde a las necesidades y expectativas detectadas en los clientes?		
6	¿Ayuda o participa en el proceso de la toma de decisiones para la empresa?		
<b>Dimisión beneficios</b>			
7	¿Considera importante la planeación para cumplir con los objetivos?		
8	¿Cree usted que el cliente se va satisfecho por el producto ofrecido?		
9	¿Toman en cuenta los gustos y preferencias de sus clientes?		

10	¿La empresa lleva un adecuado control de sus productos?		
11	¿El personal debe cumplir estándares en el desempeño de su trabajo?		
12	¿La empresa mide la productividad de sus trabajadores?		
13	¿Al momento de realizar sus actividades, Todos trabajan en forma conjunta		
14	¿Existe un alto grado de compromiso de los empleados hacia los clientes?		
15	¿Sus trabajadores están comprometidos con la Mype para el logro de los resultados esperados?		

Fuente: Elaboración propia

## Anexo 2: Cuestionario dirigido a los clientes



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

### Cuestionario aplicado a los clientes

¡Buen día! me encuentro realizando una investigación con el fin de conocer la gestión de calidad y atención al cliente en la Mypes rubro restaurante en el distrito de Yamango - Piura, año 2021, por ello acudo a Usted con el fin de que responda a unas preguntas sencillas marcando con un aspa (x) en la respuesta que usted considera más conveniente. Su participación es muy valiosa y se agradece por ello.

	<b>Estrategias de atención al cliente</b>	Si	No
16	¿Los empleados del restaurante muestran interés y disponibilidad para ayudarlo en lo que necesita?		
17	¿Los colaboradores actúan con rapidez a la hora de resolver sus dudas?		
18	¿El empleado habla de forma clara y entendible al momento de ofrecerle el producto del restaurante?		
19	¿Frecuentaría el lugar, después de haber consumido en el restaurante?		
20	¿Se siente a gusto con el servicio que ofrece el restaurante?		
21	¿Percibe un ambiente que muestra calidad y profesionalismo?		
22	¿Le ofrecen promociones en algunos productos al ser cliente del restaurante?		
23	¿Cree Usted que el restaurante debe seguir innovando con nuevos platos turísticos y de otras regiones que se han agradables?		
	<b>Componentes de atención al cliente</b>		
24	¿El personal del restaurante resolver sus dudas, quejas acerca del producto y servicio adquirido?		
25	¿Cree Usted que el restaurante le genera credibilidad y confianza?		
26	¿Cree Usted que el equipo de atención al cliente le brinda comunicación y respuesta inmediata al momento de entrevistarse con el cliente??		
27	¿Tiene Usted. Conocimiento que todo establecimiento y empresa deberá de habilitar un libro de reclamos que este es regulado por el Código de Protección y Defensa del Consumidor?		

28	¿El personal mantiene comunicación con Usted como cliente que le permita conocer que desea adquirir?		
----	--	--	--

**Anexo 4. Consentimiento informado**

**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ANGELES CHIMBOTE**

**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 Gestión de calidad y Atención al cliente en las MYPE rubro restaurantes en el distrito de Yamango–Piura, año 2021. y es dirigido por la asesora Mercedes René Palacios de Briceño investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es Conocer la Gestión de Calidad y la Atención al cliente en las MYPE rubro restaurantes en el distrito de Yamango -Piura, año 2021.

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de su correo electrónico. Si desea, también podrá escribir al correo yefer\_2402@hotmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

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

Nombre: YEFER LESTEN GUERRERO CORDOVA

Fecha: 20/09/2021

Correo electrónico: lestenguerro2402@gmail.com

Firma del participante [Firma]

Firma del investigador (o encargo de recoger información) [Firma]

Anexo 5: Validaciones de los instrumentos de recolección de datos

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, IVÁN ARTURO GUZMÁN CASTRO

identificado con DNI 07727308 MAGISTER en:

CURRÍCULO, DOCENCIA E INVESTIGACIÓN

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el instrumento de recolección de datos: encuestas, elaborado por la estudiante GUERRERO CORDOVA YEFER LESTEN, para efecto de su aplicación a los elementos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación: GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MYPE RUBRO RESTAURANTES EN EL DISTRITO DE YAMANGO-PIURA, AÑO 2021, que se encuentra realizando.

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

Piura 06 OCTUBRE del 2021.

  
Mg. IVAN GUZMÁN CASTRO  
CLAD N° 5107

FIRMA- SELLO

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE JUICIO POR EXPERTOS

Ítems relacionados  GESTIÓN DE CALIDAD	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
1. ¿Consideran que el liderazgo que se ejerce en la empresa prioriza el servicio al cliente?	X			X		X		X
2. ¿Participan todos los trabajadores en el diseño y logro de los objetivos planteados?	X			X		X		X
3. ¿Piensa usted que la atención que le brinda a sus clientes es la adecuada?	X			X		X		X
4. ¿Considera que es importante atender adecuadamente al cliente?	X			X		X		X
5. ¿La empresa incentiva la participación del personal para alcanzar los objetivos?	X			X		X		X
6. ¿Se realizan procesos para el logro de la mejora continua de la empresa?	X			X		X		X
¿La mejora permanente en el servicio responde a las necesidades y expectativas detectadas en los clientes?	X			X		X		X
8. ¿Ayuda o participa en el proceso de la toma de decisiones para la empresa?	X			X		X		X
¿La relación que mantiene con sus clientes, respecto a las quejas y sugerencias es la adecuada?	X			X		X		X

*[Firma]*  
 DR. IVÁN GUZMÁN CASTRO  
 CLAD N° 5107

10. ¿El trabajo con calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazadas por la empresa?	X			X		X		X
11. ¿Considera importante la planeación para cumplir con los objetivos?	X			X		X		X
12. ¿Cree usted que el cliente se va satisfecho por el producto ofrecido?	X			X		X		X
13. ¿Toman en cuenta los gustos y preferencias de sus clientes?	X			X		X		X
14. ¿La empresa lleva un adecuado control de sus productos?	X			X		X		X
15. ¿El personal debe cumplir estándares en el desempeño de su trabajo?	X			X		X		X
16. ¿La empresa mide la productividad de sus trabajadores?	X			X		X		X
17. ¿Al momento de realizar sus actividades, Todos trabajan en forma conjunta?	X			X		X		X
18. ¿Busca satisfacer al cliente con el producto ofrecido?	X			X		X		X
19. ¿Existe un alto grado de compromiso de los empleados hacia los clientes?	X			X		X		X
20. ¿Sus trabajadores están comprometidos con la MYPE para el logro de los resultados esperados?	X			X		X		X

¡Muchas gracias por su colaboración!

*[Handwritten signature]*  
CASTRO

### MATRIZ DE VALIDACIÓN DE JUCIO POR EXPERTOS

Ítems relacionados  ATENCIÓN AL CLIENTE	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
1. ¿Los empleados del restaurante muestran interés y disponibilidad para ayudarlo en lo que necesita?	X			X		X		X
2. ¿El restaurante actúa con rapidez a la hora de resolver sus dudas?	X			X		X		X
3. ¿El empleado habla de forma clara y entendible al momento de ofrecerle el producto del restaurante?	X			X		X		X
4. ¿Frecuentaría el lugar, después de haber consumido en el restaurante?	X			X		X		X
5. ¿Considera usted que el restaurante debe de atender llamadas telefónicas y hacer entregas a domicilio?	X			X		X		X
6. ¿Se siente a gusto con el servicio que ofrece el restaurante?	X			X		X		X
7. ¿Los empleados son honestos al momento de ofrecerle el producto?	X			X		X		X
8. ¿La información que usted proporcionará será utilizada con fines académicos y de investigación, se agradece su valioso tiempo y apoyo brindado.?	X			X		X		X

  
 Dr. PABLO GUZMAN CASTRO  
 CLAD N° 5107

9. ¿Percibe un ambiente que muestra calidad y profesionalismo?	X			X		X		X
10. ¿Considera usted importante que el empleado debe desempeñarse al 100%?	X			X		X		X
11. ¿Le ofrecen promociones en algunos productos al ser cliente del restaurante?	X			X		X		X
12. ¿Cree usted que el restaurante debe seguir innovando con nuevos platos turísticos y de otras regiones que se han agradables?	X			X		X		X
13. ¿El personal del comercial suele resolver sus dudas acerca del producto adquirido?	X			X		X		X
14. ¿Usted como cliente recurre a empresas que más confianza le transmiten?	X			X		X		X
15. ¿Usted utiliza un lenguaje adecuado al momento de solicitar un producto?	X			X		X		X
16. ¿La empresa mantiene contacto con usted de una u otra manera y que le permita conocer las fallas detectadas?	X			X		X		X
17. ¿El personal mantiene comunicación con usted como cliente que le permita conocer que desea adquirir?	X			X		X		X

¡Muchas gracias por su colaboración!

  
 DR. IVAN GUZMAN CASTRO  
 CLAD N° 5187

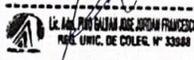
## CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Jose Jordan Francesco Pimo Galvan  
identificado con DNI 72504015 MAGISTER en: Gestión  
Pública

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el instrumento de recolección de datos: encuestas, elaborado por la estudiante GUERRERO CORDOVA YEFER LESTEN, para efecto de su aplicación a los elementos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación: GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MYPE RUBRO RESTAURANTES EN EL DISTRITO DE YAMANGO-PIURA, AÑO 2021, que se encuentra realizando.

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

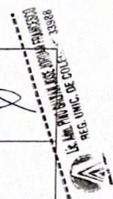
Piura 06 de octubre del 2021.

FIRMA- SELLO

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE JUICIO POR EXPERTOS

Ítems relacionados <b>GESTIÓN DE CALIDAD</b>	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
1. ¿Consideran que el liderazgo que se ejerce en la empresa prioriza el servicio al cliente?	X			X				X
2. ¿Participan todos los trabajadores en el diseño y logro de los objetivos planteados?	X			X				X
3. ¿Piensa usted que la atención que le brinda a sus clientes es la adecuada?	X			X				X
4. ¿Considera que es importante atender adecuadamente al cliente?	X			X				X
5. ¿La empresa incentiva la participación del personal para alcanzar los objetivos?	X			X				X
6. ¿Se realizan procesos para el logro de la mejora continua de la empresa?	X			X				X
¿La mejora permanente en el servicio responde a las necesidades y expectativas detectadas en los clientes?	X			X				X
8. ¿Ayuda o participa en el proceso de la toma de decisiones para la empresa?	X			X				X
¿La relación que mantiene con sus clientes, respecto a las quejas y sugerencias es la adecuada?	X			X				X





MATRIZ DE VALIDACIÓN DE JUICIO POR EXPERTOS

Ítems relacionados	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquietescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
ATENCIÓN AL CLIENTE								
1. ¿Los empleados del restaurante muestran interés y disponibilidad para ayudarlo en lo que necesita?	X			X	X			X
2. ¿El restaurante actúa con rapidez a la hora de resolver sus dudas?	✓			X	X			✓
3. ¿El empleado habla de forma clara y entendible al momento de ofrecerle el producto del restaurante?	X			X	X			X
4. ¿Frecuentaría el lugar, después de haber consumido en el restaurante?	X			X	X			X
5. ¿Considera usted que el restaurante debe de atender llamadas telefónicas y hacer entregas a domicilio?	X				X			X
6. ¿Se siente a gusto con el servicio que ofrece el restaurante?	✓			X	X			X
7. ¿Los empleados son honestos al momento de ofrecerle el producto?	X			X	X			X
8. ¿La información que usted proporcionará será utilizada con fines académicos y de investigación, se agradece su valioso tiempo y apoyo brindado.?	X			X	X			✓



9. ¿Percibe un ambiente que muestre calidad y profesionalismo?	X			X				X
10. ¿Considera usted importante que el empleado debe desempeñarse al 100%?	X			X				X
11. ¿Le ofrecen promociones en algunos productos al ser cliente del restaurante?	X			X				X
12. ¿Cree usted que el restaurante debe seguir innovando con nuevos platos turísticos y de otras regiones que se han agradables?	X			X				X
13. ¿El personal del comercial suele resolver sus dudas acerca del producto adquirido?	X			X				X
14. ¿Usted como cliente recurre a empresas que más confianza le transmiten?	X			X				X
15. ¿Usted utiliza un lenguaje adecuado al momento de solicitar un producto?	X			X				X
16. ¿La empresa mantiene contacto con usted de una u otra manera y que le permita conocer las fallas detectadas?	X			X				X
17. ¿El personal mantiene comunicación con usted como cliente que le permita conocer que desea adquirir?	X			X				X

¡Muchas gracias por su colaboración!



## CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, **Raquel Silva Juárez**

Identificada con DNI 02846914 **MAGISTER en: Gerencia Empresarial**

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el instrumento de recolección de datos: encuestas, elaborado por la estudiante **GUERRERO CORDOVA YEFER LESTEN**, para efecto de su aplicación a los elementos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación: **GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MYPE RUBRO RESTAURANTES EN EL DISTRITO DE YAMANGO-PIURA, AÑO 2021**, que se encuentra realizando.

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

06 de octubre del 2021

Piura \_\_\_\_\_

  
\_\_\_\_\_  
**Raquel Silva Juárez**  
**U.C. TECNOLÓGICA CONISTEPIURA**  
**CLAD-01899**

\_\_\_\_\_  
FIRMA- SELLO

MATRIZ DE VALIDACION DE HECHO POR EXPERTOS

Items referenciados	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es entendible, apropiada?		¿Se accede a la información?	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
1. ¿Consideran que el liderazgo que se ejerce en la empresa prioriza el servicio al cliente?	X				X			X
2. ¿Participan todos los trabajadores en el diseño y logro de los objetivos planteados?	X			X		X		X
3. ¿Pienasa usted que la atención que le brinda a sus clientes es la adecuada?	X		X			X		X
4. ¿Considera que es importante atender adecuadamente al cliente?	X		X			X		X
5. ¿La empresa incentiva la participación del personal para alcanzar los objetivos?	X		X			X		X
6. ¿Se realizan procesos para el logro de la mejora continua de la empresa?	X		X			X		X
7. ¿La mejora permanente en el servicio responde a las necesidades y expectativas de los clientes?	X		X			X		X
8. ¿Ayuda o participa en el proceso de la toma de decisiones para la empresa?	X		X			X		X
9. ¿La relación que mantiene con sus clientes, respecto a sus quejas y sugerencias es la adecuada?	X		X			X		X

  
 Ing. Rafael Efraín Salas  
 Experto en el área de  
 Operaciones



MATRIZ DE VALIDACIÓN DE JUICIO POR EXPERTOS

Fuente referenciada	¿Es pertinente con el ensayo?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es metodológicamente adecuada?		¿Se extraen más datos para validar el ensayo?	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
1. ¿Las empresas del tratamiento muestran interés y disponibilidad para colaborar en lo que concierne?	X		X		X		X	
2. ¿El tratamiento actual con respecto a la forma de mostrar sus datos?	X		X		X		X	
3. ¿El empleado habla de forma clara y entendible el momento de obtener el producto del tratamiento?	X		X		X		X	
4. ¿El momento de llegar, después de haber consumido en el tratamiento?	X		X		X		X	
5. ¿Los miembros están que el tratamiento debe de mostrar cambios sólidos y hacer entrega a domicilio?	X		X		X		X	
6. ¿Se están a gusto con el servicio que ofrece el tratamiento?	X		X		X		X	
7. ¿Las empresas son buenas al momento de obtener el producto?	X		X		X		X	
8. ¿La información que está proporcionando está adecuada con fines académicos y de investigación, se agotan los valores tiempo y espacio brindado?	X		X		X		X	

Dr. Miguel Ángel López  
 M. en C. en Psicología  
 U. de la Costa Rica

9. ¿Vive en ambiente que nunca cobró y profesionalismo?	X				X			X
10. ¿Considera útil aprender que el inglés debe aprenderse al 100%?	X			X	X			X
11. ¿Le ofrecen promociones en algunos productos al ser cliente del establecimiento?	X			X	X			X
12. ¿Con usted que el transporte debe seguir mejorando con nuevos planes turísticos y de otros lugares que se han establecido?	X			X	X			X
13. ¿El personal del comercio sabe resolver sus dudas acerca del producto adquirido?	X			X	X			X
14. ¿Usted como cliente recorre a empresas que más confianza le transmiten?	X			X	X			X
15. ¿Usted utiliza un lenguaje adecuado al momento de seleccionar un producto?	X			X	X			X
16. ¿La empresa mantiene contacto con usted de una u otra manera y que le permita conocer las fallas detectadas?	X			X	X			X
17. ¿El personal muestra entusiasmo con usted como cliente que le permita conocer que desea adquirir?	X			X	X			X

(Marque grillas por su encuestador)

  
**Ing. Rafael Efraim Jasso**  
 LE. BARRIO GUAYMAS  
 CLAO-01188

**Anexo 6:** Matriz indicador pregunta

Variable	Dimensiones	Indicadores	Preguntas	Fuente	Escala
Gestión de calidad	Principios	Liderazgo	¿Consideran que el liderazgo que se ejerce en la empresa prioriza el servicio al cliente?	Trabajador	Nominal
		Enfoque al cliente	¿Considera que es importante atender adecuadamente al cliente?		
		Compromiso de las personas	¿La empresa incentiva la participación del personal para alcanzar los objetivos?		
		Enfoque basado en procesos	¿Se realizan procesos para el logro de la mejora continua de la empresa?		
		Mejora	¿La mejora permanente en el servicio responde a las necesidades y expectativas detectadas en los clientes?		
		Toma de decisiones	¿Ayuda o participa en el proceso de la toma de decisiones para la empresa?		
		Gestión de las relaciones.	¿La relación que mantiene con sus clientes, respecto a las quejas y sugerencias es la adecuada?		
	Beneficios	Potenciar la imagen de la organización	Ud. Toma en cuenta la misión ,visión, objetivos y políticas de la empresa		
		Mejorar la calidad de los servicios y productos	El restaurante aplica algún diagnósticos de la mejora continua en atención al cliente y en la elaboración (cocción) del menú que ofrece?		
		Mejorar el sistema de trabajo	Realiza o elaboran el inventario diario para validar la existencia de productos		
		Aumentar la satisfacción de los consumidores	El restaurante aplica estrategias para que los clientes se sientan satisfechos		
		Elevar la motivación y satisfacción de los miembros de la organización.	¿Ud. Como colaborador del restaurante recibe algún incentivo, aparte de su sueldo por sus acciones realizadas día a día?		
	Estrategias	Brinda tu ayuda.	¿Los empleados del restaurante muestran interés y disponibilidad para ayudarlo en lo que necesita?		
Actúa con rapidez		¿Los colaboradores actúan con rapidez a la hora de resolver sus dudas?			
Utiliza un idioma efectivo		¿El empleado habla de forma clara y entendible al momento de ofrecerle el producto del restaurante?			

Atención al cliente		Personaliza la confianza al cliente	¿Frecuentaría el lugar, después de haber consumido en el restaurante?	Cliente	Nominal
		Satisfacción	¿Se siente a gusto con el servicio que ofrece el restaurante?		
		Expresa Profesionalidad	¿Percibe un ambiente que muestra calidad y profesionalismo?		
		El cliente es el centro de la organización	¿Le ofrecen promociones en algunos productos al ser cliente del restaurante?		
			¿Cree Usted que el restaurante debe seguir innovando con nuevos platos turísticos y de otras regiones que se han agradables?		
	Componentes	Seguridad	¿El personal del restaurante resolver sus dudas, quejas acerca del producto y servicio adquirido?		
		Credibilidad	¿Cree Usted que el restaurante le genera credibilidad y confianza?		
		Comunicación	¿Cree Usted que el equipo de atención al cliente le brinda comunicación y respuesta inmediata al momento de entrevistarse con el cliente?		
		Accesibilidad.	Tiene Usted. conocimiento que todo establecimiento y empresa deberá de habilitar un libro de reclamos que este es regulado por el Código de Protección y Defensa del Consumidor		
		Comprensión al cliente	¿El personal mantiene comunicación con Usted como cliente que le permita conocer que desea adquirir?		

Anexo 7 Libro de códigos

Pregunta- Trabajadores												
Trabajadores	P 1	P 2	P 3	P 4	P 5	P 6	P 7	P 8	P 9	P 10	P 11	P 12
Objetivo	Principios de gestión de calidad							Beneficios de la gestión de calidad				
T1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1
T2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1
T3	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	2	2
T4	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	2
T5	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	2	2
T6	2	1	1	1	1	1	2	2	2	1	1	2
T7	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2
T8	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	2
T9	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	2	2
T10	1	1	2	1	2	1	2	2	2	1	2	2
T11	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2
T12	1	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2
<b>Frecuencia</b>	si=9	Si=12	Si=3	SI=8	Si=9	Si=10	Si=6	Si=7	Si=3	Si=12	Si=6	Si=2
	No=3	No=0	No=9	No=4	No=3	No=2	No=6	No=5	No=9	No=0	No=6	No=10
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>12</b>	<b>12</b>	<b>12</b>	<b>12</b>	<b>12</b>	<b>12</b>	<b>12</b>	<b>12</b>	<b>12</b>	<b>12</b>	<b>12</b>
<b>Porcentaje</b>	75%	100%	25%	67%	75%	83%	50%	58%	25%	100%	50%	10%
	25%	0%	75%	33%	25%	17%	50%	42%	75%	0%	50%	90%
<b>Total</b>	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Anexo 7 Libro de códigos

Preguntas- cliente													
Cliente	1	P 2	P 3	P 4	P 5	P 6	P 7	P 8	P 9	P10	P11	P12	P13
Objetivo	Estrategias de atención al cliente						Componentes de atención al cliente						
C- 1	1	1	2	1	1	1	2	2	1	1	2	1	1
C- 2	1	1	2	1	2	1	2	2	1	1	2	1	2
C- 3	1	2	1	2	1	1	2	2	1	2	1	1	1
C- 4	1	1	1	2	1	1	2	2	1	1	1	1	2
C- 5	1	1	1	1	2	1	2	2	2	1	1	1	1
C- 6	1	2	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	2
C- 7	2	2	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1
C- 8	1	1	2	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1
C- 9	2	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1
C- 10	1	1	2	2	2	1	2	1	1	2	2	1	
C- 11	2	1	1	1	1	1	2	1	2	2	2	1	1
C- 12	2	1	2	1	2	2	2	2	1	2	2	1	1
C- 13	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1
C- 14	1	2	2	1	1	2	1	1	2	1	2	1	1
C- 15	1	1	2	1	2	2	2	1	1	1	2	1	2
C- 16	2	1	1	1	1	2	1	2	2	1	2	1	1
C- 17	2	1	2	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1
C- 18	1	1	1	2	1	1	1	2	2	1	2	1	1
C- 19	1	1	1	2	1	2	2	1	1	1	2	1	2
C- 20	1	1	2	2	1	1	1	2	2	2	1	1	1
C- 21	2	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	2
C- 22	2	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1	1	1
C- 23	1	2	1	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1
C- 24	1	2	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	2
C- 25	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
C- 26	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1
C- 27	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	2
C- 28	1	2	1	1	2	1	2	1	1	2	2	1	1
C- 29	1	1	1	2	1	2	2	1	1	1	1	1	1
C- 30	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1
C- 31	1	1	2	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1
C- 32	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1
C- 33	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1
C- 34	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
C- 35	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1

C- 36	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
C- 37	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	2	
C- 38	1	2	1	1	1	1	2	2	1	2	2	1	1	
C- 39	1	2	1	2	1	2	2	1	1	2	2	1	1	
C- 40	1	2	1	2	1	1	2	1	1	2	2	1	1	
C- 41	2	1	2	1	1	2	1	2	1	2	2	1	1	
C- 42	1	2	1	1	2	1	1	1	1	2	2	1	1	
C- 43	1	2	1	2	1	1	1	1	1	2	2	1	2	
C- 44	2	2	2	2	2	1	1	2	1	2	1	1	1	
C- 45	1	1	1	2	1	2	1	1	1	2	1	1	1	
C- 46	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	
C- 47	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
C- 48	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	
C- 49	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
C- 50	2	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	
C- 51	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	
C- 52	2	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	
C- 53	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	
C- 54	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
C- 55	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	
C- 56	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	
C- 57	2	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
C- 58	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	
C- 59	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
C- 60	1	1	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	
C- 61	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	
C- 62	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	
C- 63	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
C- 64	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
C- 65	2	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
C- 66	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	
C- 67	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	2	1	1	
C- 68	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	
Frecuencia	Si	50	66	48	58	49	58	68	71	49	62	66	68	58
	No	18	23	20	10	19	10	0	29	19	6	2	0	10
<b>TOTAL</b>		<b>68</b>												
Porcentaje		74%	66%	71%	85%	72%	85%	100%	55%	72%	91%	97%	100%	10%
		26%	24%	20%	15%	28%	15%	0%	16%	28%	9%	3%	0	90%
	<b>TOTAL</b>	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

## Anexo 8: Turnitin

### Turnitin Informe de Originalidad

Procesado el: 28-oct.-2021 19:44 -05

Identificador: 1687044070

Número de palabras: 7152

Entregado: 1

Gestión de calidad y Atención al cliente Por  
YEFER LESTEN GUERRERO CORDOVA

Similitud según fuente	
Índice de similitud	
0%	
Internet Sources:	0%
Publicaciones:	0%
Trabajos del estudiante:	0%

## Anexo 9: Documentos de no adeudo

Kardex de Pagos - 0811131178 - Google Chrome											
erp.uladech.edu.pe/siia/cobranzas/reportes/rpt_kardexpagosV2.php?trp=2&flag=54&cod=4494s2y224u2646403d4&no..											
B011-00056213	14-12-2018		ENTREGA DIPLOMA MESA DE PARTES			150.00	0.00	0.00		150.00	B
										150.00	
<b>202102</b>											
B022-00071989	08-09-2021		MATRICULA TALLER (PRESUPUESTO MOIC: V0001829)	614312	08-09-2021	300.00	60.00	0.00		240.00	B
B022-00072348	13-09-2021		PENSION TALLER01 (PRESUPUESTO MOIC: V0001829)	702744	13-09-2021	675.00	135.00	0.00		540.00	B
B022-00075843	28-10-2021		SERVICIO DE ANTIPLAGIO TALLER (PRESUPUESTO MOIC: V0001829)	912824	28-10-2021	100.00	0.00	0.00		100.00	B
B022-00075843	28-10-2021		PENSION TALLER03 (PRESUPUESTO MOIC: V0001829)	912824	28-10-2021	675.00	135.00	0.00		540.00	B
B022-00075843	28-10-2021		PENSION TALLER02 (PRESUPUESTO MOIC: V0001829)	912824	28-10-2021	675.00	135.00	0.00		540.00	B
B022-00075843	28-10-2021		PENSION TALLER04 (PRESUPUESTO MOIC: V0001829)	912824	28-10-2021	675.00	135.00	0.00		540.00	B
										2,500.00	