



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ANGELES  
CHIMBOTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES  
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE  
ADMINISTRACIÓN**

**CARACTERÍSTICAS DE LA GESTIÓN DE  
CALIDAD BAJO EL ENFOQUE DE LA  
ATENCIÓN AL CLIENTE EN EL RESTAURANTE  
CAMPESTRE “COCOS CLUB” EN EL DISTRITO  
DE MARCAVELICA AÑO 2017**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL  
GRADO ACADÉMICO DE BACHILLER EN CIENCIAS  
ADMINISTRATIVAS**

**AUTOR:  
YOMIRA ISABEL SALDARRIAGA ZAPATA**

**ASESOR:  
Mgtr. DARWIN ALEJANDRO SIANCAS ESCOBAR**

**SULLANA-PERÚ**

**2019**

## **2. Equipo de trabajo**

### **AUTOR**

**SALDARRIAGA ZAPATA, YOMIRA ISABEL**

**ORCID: 0000-0002-0643-2811**

**Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Estudiante de Pregrado,  
Sullana, Perú**

### **ASESOR**

**DARWIN ALEJANDRO SIANCAS ESCOBAR**

**ORCID: 0000-0001-5864-7606**

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

### **JURADO**

**Vilela Vargas, Víctor Hugo (Presidente)**

**ORCID ID: 0000-0003-2027-6920**

**Rosillo de Purizaca, María del Carmen (Miembro)**

**ORCID ID: 0000-0003-2177-5676**

**Wong Cervera, Félix (Miembro)**

**ORCID ID: 0000-0002-5205-4751**

### **3. Hoja de firma del jurado y asesor**

Mgtr. Víctor Hugo Vilela Vargas

ORCID: 0000-0003-2027-6920

Presidente

Mgtr. María del Carmen Rosillo de Purizaca

ORCID: 0000-0003-2177-5676

Miembro

Dr. Félix Wong Cervera

ORCID: 0000-0002-5205-4751

Miembro

Mgtr. Darwin Alejandro Siancas Escobar

ORCID: 0000-0001-5864-7606

Asesor

#### **4. Hoja de agradecimiento y dedicatoria**

Con mucha gratitud a Dios, quien me ha brindado la fortaleza para seguir cuando estuve a punto de dejar todo; por ello le dedico esto a Él.

A mis padres Isabel y Sigifredo por brindarme su apoyo incondicional en la parte moral y económica en mi formación académica, quienes son el motivo de seguir adelante y no rendirme jamás, ya que gracias a ellos lograre culminar mis estudios satisfactoriamente.

A mis docentes Carlos Ramos y Darwin Siancas quienes me brindaron su apoyo y paciencia para poder llevar a cabo esta investigación.

## **5. Resumen y Abstract**

La investigación titulada “Características de la gestión de calidad bajo el enfoque de la atención al cliente en el Restaurante Campestre “Cocos Club” en el distrito de Marcavelica año 2017”. Tuvo como objetivo general: Determinar las características de la gestión de calidad bajo el enfoque de la atención al cliente en el Restaurante Cocos Club en el distrito de Marcavelica año 2017. El trabajo de investigación fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental de corte transversal. Se escogió una muestra poblacional de 10 trabajadores y 68 clientes, se les aplicó una encuesta con 21 preguntas. Se obtuvo los resultados el 80% de los trabajadores del Restaurante demuestran interés por conocer los gustos y necesidades de los clientes. El 70% de los trabajadores del Restaurante considera que las decisiones que toma el dueño si se basan en el análisis de datos, El 69,12% de los clientes del Restaurante considera que el personal mantiene un trato cordial y es paciente para resolver sus dudas, Como conclusión los resultados de la investigación se puede describir los principios de la gestión que se aplica a la mype restaurante campestre cocos club que su enfoque al cliente demuestra interés las actitudes de atención al cliente que busca un proceso social y administrativo mediante el cual los individuos van a obtener lo que necesitan.

Palabras clave: gestión de calidad, atención al cliente y restaurantes.

## **Abstract**

The research entitled “Characteristics of quality management under the focus of customer service at the Campestre Restaurant “Cocos Club” in the district of Marcavelica year 2017. Its general objective was to determine the main characteristics of quality management under the focus of customer service at the Cocos Club Restaurant in the Marcavelica district in 2017. The research work was quantitative, descriptive level, non-experimental design cross section. A population sample of 10 workers and 68 clients was chosen, a survey with 21 questions was applied. The results were obtained 80% of the restaurant workers show interest in knowing the tastes and needs of customers.70% of Restaurant workers consider the decisions taken by the owner if they are based on data analysis, 69.12% of Restaurant customers consider that the staff maintains a friendly treatment and is patient to answer their questions In conclusion, the results of the investigation can describe the management principles that apply to the mype restaurant country club cocos club that its approach to the customer shows interest in customer service attitudes that seeks a social and administrative process through which the Individuals will get what they need.

Keywords: quality management, customer service and restaurants.

## 6. Contenido

### Contenido

1. Título .....	i
2. Equipo de trabajo .....	ii
3. Hoja de firma del jurado y asesor .....	iii
4. Hoja de agradecimiento y dedicatoria .....	iv
5. Resumen y Abstract .....	v
6. Contenido.....	vii
7. Índice de tablas, figuras y cuadros .....	ix
Índice de figuras .....	xi
I. Introducción .....	1
II Revisión de la literatura .....	7
2.1 Antecedentes de la Investigación .....	7
2.1.1 Antecedentes internacionales. ....	7
2.1.2 Antecedentes nacionales.....	9
2.1.3 Antecedentes regionales. ....	13
2.1.4 Antecedentes locales. ....	18
2.2 Bases Teóricas.....	20
2.2.1 Micro y pequeñas empresas.....	20
2.2.2 Gestión de calidad. ....	21
2.2.3 Atención al cliente.....	24
III. Hipótesis.....	28
IV. Metodología.....	28
4.1. Tipo de la investigación .....	28
4.1.1.- Nivel de la investigación. ....	28
4.1.2. Diseño de la investigación.....	28
4.2. Población y Muestra.....	29
4.2.1. Población.....	29
4.2.2. Muestra.....	29
4.3.- Definición y operacionalización de variables e indicadores .....	31
4.4.- Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	33
4.4.1 Técnicas. ....	33
4.6.2 Instrumentos.....	33

4.5 Plan de análisis .....	33
4.6.-Matriz de consistencia.....	34
4.7 Principios éticos .....	35
V. Resultados.....	37
5.1 Resultados .....	37
5.2 Análisis de Resultados.....	58
5.2.1 Análisis de resultados objetivo específico 1: Describir los principios de la gestión de calidad. ....	58
5.2.2 Análisis de resultados objetivo específico 2: Describir los beneficios de la gestión de calidad .....	60
5.2.3 Análisis de resultados objetivo específico 3: Detallar las actitudes de atención al cliente.....	61
5.2.4 Análisis de resultados objetivo específico 4: Describir las técnicas de atención al cliente.....	63
VI. Conclusiones .....	65
Referencias bibliográficas .....	66
Bibliografía .....	66
Anexo 1: Cronograma de actividades.....	73
Anexo 2: Presupuesto del proyecto .....	74
Anexo 3: Cuestionario .....	75
Anexo 4: Consentimiento informado .....	79
Anexo 5: Base de datos .....	83
Anexo 6: Validación del cuestionario .....	86
Anexo 7: Juicio de expertos.....	89
Anexo 8: Evidencias fotográficas.....	98



## 7. Índice de tablas, figuras y cuadros

### Índice de tablas

Tabla 1 Se muestra interesado por conocer los gustos y necesidades de los clientes	37
Tabla 2 El dueño del restaurante permite la participación de todo el equipo y toma en cuenta las opiniones del mismo .....	37
Tabla 3 Ud. como trabajador considera que debe ser amable y cortés para ayudar a satisfacer las necesidades de los clientes .....	39
Tabla 4 Considera que es importante la buena relación dentro del restaurante para poder lograr el éxito .....	40
Tabla 5 Ud. cree que la mejora constante del servicio que se ofrece es importante para alcanzar los objetivos fijados en el restaurante.....	41
Tabla 6 Las decisiones que toma el dueño del restaurante se basan en el análisis de datos .....	42
Tabla 7 Existe un trato formal con sus proveedores para que estos lo tengan como un cliente exclusivo .....	43
Tabla 8 Ud. que labora en el restaurante, cree que se brinda un buen servicio de calidad .....	44
Tabla 9 Considera que es necesario minimizar costos en una organización .....	45
Tabla 10 La imagen de una empresa depende de la buena gestión que se realiza.....	46
Tabla 11 La buena atención determina la calidad del servicio en la satisfacción de los clientes .....	47
Tabla 12 Durante el tiempo que labora en el restaurante ha visto mejoras .....	48
Tabla 13 Considera que el personal del restaurante mantiene un trato cordial y es paciente para resolver sus dudas .....	49

Tabla 14 Cuando tiene alguna duda le resuelven y brindan una solución aceptable .	50
Tabla 15 Cree que el personal debe ser buen motivador para ayudarlo a satisfacer sus necesidades .....	51
Tabla 16 Cuando desea saber acerca de los platos que se ofrecen, los trabajadores le brindan una respuesta eficiente .....	52
Tabla 17 Considera que el personal del restaurante le ayuda y atiende sus pedidos .	53
Tabla 18 Cuando acude al restaurante lo reciben amablemente y le brindan buena acogida .....	54
Tabla 19 Considera que el personal le brinda información acerca del servicio que se ofrece .....	55
Tabla 20 Se brinda una buena presentación de los platos que le ofrecen .....	56
Tabla 21 El personal se despide de una manera cortés y lo invita a que regrese.....	57

## Índice de figuras

Figura 1 se muestra interesado por conocer los gustos y necesidades de los clientes. .....	37
Figura 2 el dueño del restaurante permite la participación de todo el equipo y toma en cuenta las opiniones del mismo .....	38
Figura 3 Ud. como trabajador considera que debe ser amable y cortés para ayudar a satisfacer las necesidades de los clientes. ....	39
Figura 4 considera que es importante la buena relación dentro del restaurante .....	40
Figura 5 Ud. cree que la mejora constante del servicio que se ofrece es importante para alcanzar los objetivos fijados en el restaurante.....	41
Figura 6 las decisiones que toma el dueño se basan en el análisis de datos .....	42
Figura 7 existe un trato formal con sus proveedores para que estos lo tengan como un cliente exclusivo .....	43
Figura 8 Ud. que labora en el Restaurante, cree que se brinda un buen servicio de calidad.....	44
Figura 9 considera que es necesario minimizar costos en una organización.....	45
Figura 10 la imagen de una empresa depende de la buena gestión que se realiza.....	46
Figura 11 la buena atención determina la calidad del servicio en la satisfacción de los clientes .....	47
Figura 12 durante el tiempo que labora en el restaurante ha visto mejoras.....	48
Figura 13 considera que el personal del restaurante mantiene un trato cordial y es paciente para resolver sus dudas .....	49
Figura 14 cuando tiene alguna duda le resuelven y brindan una solución aceptable	50

Figura 15 cree que el personal debe ser buen motivador para ayudarlo a satisfacer sus necesidades .....	51
Figura 16 cuando desea saber acerca de los platos que se ofrecen, los trabajadores le brindan una respuesta eficiente.....	52
Figura 17 considera que el personal del restaurante le ayuda y atiende sus pedidos	53
Figura 18 cuando acude al restaurante lo reciben amablemente y le brindan buena acogida.....	54
Figura 19 considera que el personal le brinda información acerca del servicio que se ofrece .....	55
Figura 20 se brinda una buena presentación de los platos que se ofrecen.....	56
Figura 21 el personal se despide de una manera cortés y lo invita a que regrese.....	57

## Índice de cuadros

Cuadro 1: Definición y operacionalización de variables e indicadores de Gestión de calidad

Cuadro 2: Definición y operacionalización de variables e indicadores Atención al cliente

Cuadro 3: Matriz de consistencia

## I. Introducción

Las Mype del rubro restaurante representan un papel fundamental dentro de la sociedad, y esto se debe a que todas las personas en las diferentes partes del mundo le agradan la idea de darle un gusto a su paladar y muchas veces lo hacen por la calidad y la atención que se les brinda.

En la actualidad las Micro y Pequeñas empresas son un segmento importante para la generación de empleo, el 80% de la población económicamente activa se encuentra trabajando y generan el 45% del PBI. Es la principal fuente de empleo y alivio de la pobreza por medio de actividades de generación de ingreso, incentivan el espíritu empresarial y emprendimiento de la población. (Aspilcueta 2012)

Sunat, nos dice que las MYPES deben de registrarse en el REMYPE (Registro Nacional de la Micro y Pequeña Empresa) en el cual se otorga beneficios para su formación y formalización. Para dicho registro deben estar inscritos en SUNAT teniendo la clave sol y usuario, el RUC vigente y como mínimo un trabajador. Los beneficios que gozan las MYPES gracias a la ley de las Mypes son: participación en ferias o eventos para vender sus productos o servicios, pueden exportar de manera rápida por medio de la Sunat en Exporta Fácil, puedes concursar en licitaciones y empleos del estado. (Sunat 2019)

En el distrito de Marcavelica, donde se desarrolló el estudio se observa que existen negocios que se dedican a las actividades de restaurantes y a la venta de ceviches, sudados, jaleas y platos a la carta, logrando que la calidad que brindan sea un buen servicio para los clientes que asisten a dicho lugar.

En las organizaciones, la calidad es una ventaja competitiva que de alguna manera asegura la permanencia en el mercado y mejora las utilidades, se toma en cuenta que fundamentalmente la única diferencia que aprecian los clientes, en muchos de los productos y servicios, es básicamente la diferencia distintiva en la calidad de sus servicios, nos

conlleva a canalizar la importancia que la misma posee y que puede ser generadora de ventajas comparativas en cualquier organización, y en muchas ocasiones podría incluso llegar a ser la única, sobre todo si se habla de economías de servicio en donde todas las empresas ofrecen productos/servicios iguales o no distintivos.

La importancia de implementar un sistema de calidad o de gestión de la calidad, ya sea para los productos o servicios de la organización, reside en el hecho de que sirve de plataforma para desarrollar desde el interior de la organización, una conjunto de actividades, procesos y procedimientos, encaminados a lograr que las características presentes tanto en el producto como en el servicio que se ofrece y que estos cumplan con los requisitos exigidos por los clientes, es decir, sea de calidad para aumentar el porcentaje de ventas planificado por la organización .

En el Perú existen más de 2 mil establecimientos dedicados al expandió de alimentos y bebidas, lo cual suma a una cifra que ha sido impulsada por el éxito de la gastronomía peruana a nivel mundial, lo cual ha originado que muchas personas apuesten por el negocio de la cocina.

La realización de esta investigación toma como caso de estudio el Restaurante Campestre Cocos Club ubicado en la carretera Panamericana 638, Distrito de Marcavelica, con R.U.C 10093286761, el dueño es el Señor Luis Aguirre Zapata, la idea de formar su negocio fue desde hace 12 años, empezando a vender ceviches, sudados, arroz con mariscos, cachemas encebolladas, chicharrón de pescado y bebidas, siendo acogida por los clientes por el buen sabor que se brinda y los precios cómodos.

Factores que influyen en el éxito del Restaurante. Para ello se aplica la técnica PESTEL:

Dentro del factor político los cambios en la política laboral del gobierno pueden dar como resultado que los costes de personal de los restaurantes aumenten o se reduzcan y por tanto afecten a los resultados económicos del negocio.

Influyen factores como el tipo, características y estabilidad del sistema político vigente, la transparencia, solidez, madurez y la estabilidad del gobierno y las probabilidades de cambio, la tendencia más o menos intervencionista del gobierno de cada País.

En el factor económico las pequeñas y medianas empresas (PYMES) desempeñan un papel fundamental en la economía peruana: contribuyen a la creación del empleo, disminuyen la pobreza e incrementan el Producto Bruto Interno.

En lo que se refiere al tamaño empresarial por número de empresas, las micro, pequeñas y medianas empresas representan el 99,5% y la gran empresa el 0,5% del total.

Actualmente, en el Perú, las micros y pequeñas empresas aportan, aproximadamente, el 40% del Producto Bruto Interno, son una de las mayores potenciadoras del crecimiento económico del país. En conjunto, las MYPES generan el 47% del empleo en América Latina, siendo esta una de las características más rescatables de este tipo de empresas.

Dentro del factor social vivimos en una sociedad en donde muchas veces las preferencias y gustos de las personas varían, pues aquellos clientes que consumen hoy, no es posible que los consumirán mañana o en el transcurrir del tiempo.

Los consumidores día a día están valorando la forma de favorecer el bienestar de la sociedad ya sea en cada servicio o producto que se les va a ofrecer. Existen ideas para ser un Restaurante solidario con una sincera voluntad de contribución a la sociedad.

Factor Tecnológico hoy en día los avances tecnológicos suceden de forma rápida haciendo posible producir bienes o servicios de mayor calidad, consiguen automatizar cada vez los procesos con lo que se obtiene una mayor flexibilidad en la empresa. (Iborra, Dasí, Dolz, & Ferrer, 2014)



Es por eso que tanto grandes como PYMES requieren ya el uso de las TIC para mejorar su competitividad y productividad.

Hay que diseñar estrategias que optimicen el uso de las tecnologías para que influyan de manera positiva y no adversa.

En el Factor ecológico el ambiente es un problema constante y de impacto mundial , ya que afectan las condiciones de calidad de los restaurantes y muestra preocupación y una disposición desfavorable.

Contar con una buena gestión ambiental es fundamental para las empresas ya que están comprometidas con el cuidado del medio ambiente.

En el factor legal existen leyes relativas a nuestra actividad que se debe conocer en cada negocio; normativa sobre la creación y el funcionamiento de la empresa, normativa laboral, normativa sobre seguridad alimentaria y normativa medioambiental.

Dentro de este factor se recogen el conjunto de factores que permiten definir el sistema institucional de una empresa en todos los sectores, es decir las normas que rigen las relaciones económicas, jurídicas y sociales. En este ámbito se mantienen aspectos tales como la estabilidad gubernamental, las políticas de bienestar social y todos aquellos elementos dependientes que existe en un País. (Iborra, Dasí, Dolz, & Ferrer , 2014).

Fuerzas de Porter para analizar el nivel de competencia dentro de una empresa y poder obtener rentabilidad.

Poder de negociación de los clientes o compradores, dentro de esta fuerza se dice que, si los clientes están bien organizados, ellos mismos podrían ponerse de acuerdo en cuánto a los precios que estén dispuestos a pagar por el producto o servicio que adquieran.

Poder de negociación de los proveedores o vendedores, en cuánto a esta fuerza se puede decir que existe una lucha de poder por parte de las empresas y sus proveedores ya

que podrán tener un poder de negociar en cuanto a los precios que puedan establecer buscando mayores beneficios para ellos.

Amenaza de nuevos competidores entrantes, se refiere a las barreras de entrada de nuevos productos o competidores, alguno de ellos puede entrar con productos de excelente calidad, con precios bajos y brindando servicios de calidad.

Amenaza de productos sustitutos, dentro de esta fuerza se dice que una empresa comienza a tener problemas cuando los sustitutos de los productos comienzan a ser eficaces, reales y los precios son más baratos que los que la empresa vende, esto hace que la empresa tenga que bajar el precio de su producto, lo que lleva una reducción de ingresos.

Rivalidad entre los competidores, la rivalidad que existe entre los competidores se da ya sea por los descuentos que puedan brindar afectando así a la competencia.

Enunciado del problema: ¿Cuáles son las características de la gestión de calidad bajo el enfoque de la atención al cliente en el Restaurante Campestre Cocos club en el distrito de Marcavelica año 2017?

Tuvo como objetivo general: Determinar las características de la gestión de calidad bajo el enfoque de la atención al cliente en el Restaurante Campestre Cocos Club en el distrito de Marcavelica año 2017.

Asimismo, para dar respuesta a nuestro problema se plantearon los siguientes objetivos específicos:

-Describir los principios de la gestión de calidad en el Restaurante Campestre Cocos Club en el distrito de Marcavelica año 2017.

-Describir los beneficios de la gestión de calidad en el Restaurante Campestre Cocos Club en el distrito de Marcavelica año 2017.

-Detallar las actitudes de atención al cliente en el Restaurante Campestre Cocos Club en el distrito de Marcavelica año 2017.

-Describir las técnicas de atención al cliente en el Restaurante Campestre Cocos Club en el distrito de Marcavelica año 2017.

La presente investigación se justifica en el aspecto teórico, porque nos permitió conocer cuáles son las características de la gestión de calidad bajo el enfoque de la atención al cliente en el Restaurante Campestre Cocos Club en el distrito de Marcavelica año 2017, la cual conlleva a que todos los trabajadores y clientes se sientan satisfechos con el servicio y que no tengan ningún tipo de reclamos con la atención que se les brinda, logrando así una mayor fidelización de éste.

Se justifica en lo social porque permitió aportar información al dueño del restaurante sobre sus deficiencias y ver en que podrían mejorar para ofrecer un mejor servicio de calidad.

En lo Profesional me permitirá obtener mi Título de bachiller en Administración.

En el aspecto metodológico, aportará un instrumento de recolección de datos y un cuestionario válido que permitió obtener resultados reales, y por último en el aspecto institucional será un gran aporte a la comunidad universitaria ya que podrá ser utilizado como fuente de estudio.

En cuanto a la metodología utilizada en la presente investigación es de tipo cuantitativo, nivel descriptivo y diseño No experimental de corte transversal.

La población para este estudio estuvo conformada por el total de los trabajadores y clientes del Restaurante Campestre Cocos Club, se utilizó un cuestionario como instrumento de recolección de datos, utilizando la técnica de la encuesta.

Esta investigación se delimita en base al espacio, debido a que se realizó en el Distrito de Marcavelica, Provincia de Sullana.

## **II Revisión de la literatura**

### **2.1 Antecedentes de la Investigación**

#### **2.1.1 Antecedentes internacionales.**

Galeas (2015) en su trabajo de investigación titulado “Análisis de la gestión de calidad para prestadores de servicios turísticos en la Isla de Luis y Cleo- recinto providencia- provincia Los Ríos”, cuyo objetivo de investigación fue: Desarrollar un análisis de gestión de calidad en los servicios de alimentos y bebidas en el complejo turístico la Isla de Luis y Cleo- Prov de los Rios, se planteó la metodología tanto de campo como bibliográfica de tipo descriptiva-explicativa, aplicado a una población de 200 a 300 personas que visitan el lugar, utilizando la técnica de la encuesta, cuyos resultados fueron el 42% de los encuestados la considera que es buena los niveles de calidad, 23% cree que es regular, por otro lado el 21% cree que es deficiente, El 14% considera que la calidad que brinda el complejo turístico es excelente. Llegando a las conclusiones la gestión de calidad realizado, conto con la colaboración de la comunidad, propietarios y empleados del complejo turístico de La Providencia, donde se intenta dar soluciones a las deficiencias de calidad de los servicios y productos puesto que es muy necesario incluir a todos los implicados en dichos procesos.

Bravo & Nima (2015) en su trabajo de investigación titulado “Gestión de la calidad para el transporte turístico exclusivo terrestre en el municipio de la paz”, cuyo objetivo de investigación fue: Diseñar un sistema de gestión de la calidad dando a conocer elementos, procesos, procedimientos, herramientas y tareas para que este sistema sea aplicado en las empresas que brindan el servicio de transporte turístico exclusivo terrestre y de esta forma mejorar continuamente el servicio, satisfaciendo las necesidades y expectativas de los clientes directos e indirectos, la metodología que se utilizó en el proyecto es el método científico cualitativo usado para las investigaciones de carácter social, al cual corresponde la actividad turística, con el propósito de conocer las características, atributos, esencia del

transporte turístico exclusivo terrestre y describir la situación actual de éste, El tipo de investigación es el descriptivo, de los resultados se obtuvo que el grado de satisfacción de la estadía en Bolivia muestra que las expectativas de los turistas extranjeros tiene un nivel satisfacción alcanzando al 51.8%, seguido de muy satisfecho 30.4% por lo cual se llega a pensar que los niveles de servicios turísticos ofertados satisfacen a los consumidores, el 60% de los encuestados afirma que si realizó cursos de capacitación en temas de calidad y el 40% de los encuestados no realizó estos cursos de capacitación, el 100% de los encuestados consideran necesario capacitar a los conductores de los vehículos de transporte turístico exclusivo terrestre, se concluyó que en la actualidad el servicio de transporte turístico exclusivo terrestre no satisface las necesidades del cliente además éste sector aún no se encuentra organizado y existe pocas empresas legalmente establecidas que ofrecen este servicio y la mayoría de éstas compiten en precios y no por la calidad del servicio, la prestación del servicio es pésima porque no existen estándares mínimos de calidad y los turistas tienden a generalizar a todos los servicios turísticos como malos.

Campuzano (2016) en su trabajo de investigación titulado “Análisis de la calidad de servicio del Restaurante Rock sport café, para la implementación de mejora de calidad”, cuyo objetivo de investigación fue: Analizar la calidad de servicio del Restaurante Rock Sport Café, ubicado en Urdesa para proponer el uso de un manual de atención al cliente, se planteó la metodología de tipo descriptivo, nivel cuantitativo, enfoque mixto, aplicado a una población de 1520 clientes extrayendo una muestra de 307, utilizando la tecnica de la encuesta, cuyos resultados fueron servicio recibido dentro del restaurante el porcentaje más alto lo lleva el sabor y presentación de las bebidas y platos con un 82%, seguido el sabor y con un 44%, mostrando una alerta en el tiempo de espera para recibir la atención y para que la comida llegue a la mesa, con un porcentaje de calificación de 4 y 3 puntos en la escala del 1 al 5 que equivale a bueno. Llegando a las conclusiones Se evaluó la calidad de servicio

que ofrece el restaurante Rock Sport Café y se demostró que existen deficiencias en el servicio al cliente, lo cual ha sido la causa de que el restaurante haya tenido clientes insatisfechos y bajas en sus ventas, la calidad que ofrece el restaurante no cumple a cabalidad con las expectativas de todos sus clientes.

### **2.1.2 Antecedentes nacionales.**

Carbo (2015) en su trabajo de investigación titulado “Análisis para la mejora de la calidad del servicio del restaurante “La Casa Blanca” de la comuna montañita provincia de santa elena año 2015”, cuyo objetivo de investigación fue: Analizar la atención al cliente en el Restaurante "La Casa Blanca" de la Comuna Montañita Provincia de Santa Elena, durante el año 2015, para la mejora de la calidad del servicio, a través de la aplicación de la escala SERVQUAL, se planteó la metodología de tipo descriptiva y cuantitativa, aplicada a una población de 10.400 turistas extranjeros y nacionales que acuden al restaurante, utilizando la técnica de la encuesta, cuyos resultados el 42% de los encuestados considera que la atención en el restaurante es lenta, el 26% es aceptable . Llegando a las conclusiones se analizó la atención al cliente en el Restaurante "La Casa Blanca" de la Comuna Montañita, corroborándose que puede incrementar el indicador de la calidad del servicio, a través de la aplicación de la escala SERVQUAL para la medición del grado de satisfacción de los turistas nacionales y/o extranjeros, que sirva como fundamento para la mejora continua.

Pérez (2014) en su trabajo de investigación titulado “La calidad del servicio al cliente y su influencia en los resultados económicos y financieros de la empresa restaurante campestre S.A.C- Chiclayo periodo enero a septiembre 2011 y 2012”, cuyo objetivo de investigación fue: Evaluar la calidad del servicio al cliente para mejorar los resultados económicos y financieros de la empresa Restaurante Campestre, se planteó la metodología de tipo descriptiva-analítico, de nivel cuantitativo y de diseño No experimental-longitudinal, aplicado a una población de 1390 y cuya muestra fue 228 usuarios utilizando la encuesta,

cuyos resultados fueron: 67% de los clientes se encontraron satisfechos con el servicio que ofrece el restaurante, mientras que el 33% se encontraron insatisfechos con el servicio brindado. Llegando a las conclusiones respecto a la calidad del servicio al cliente la empresa ofrece un buen servicio, atiende las necesidades de los clientes, mientras ofrece un mejor servicio los ingresos aumentaran mejorando sus resultados económicos.

Luna (2016) en su trabajo de investigación titulado “Caracterización de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio– rubro restaurantes en el distrito de nuevo Chimbote, 2013”, cuyo objetivo de investigación fue: Determinar las principales características de la gestión de calidad de las micros y pequeñas empresas del sector servicios - rubro restaurantes en el distrito de Nuevo Chimbote 2013, se planteó la metodología diseño no experimental descriptivo, transversal y cuantitativo, aplicado a una muestra dirigida a 23 micros y pequeñas empresas en una población de 90, utilizando la encuesta, cuyos resultados fueron el 60,9% son de sexo masculino. El 52,2% tiene entre 18 y 30 años de edad. El 47,8% tiene un grado instrucción universitaria. El 43,5% tiene 3 años en actividad. El 65,2% cuenta con una capacidad entre 1 a 5 trabajadores. El 69,6% tienen formalizado sus MYPES. El 65,2% mantienen a sus trabajadores de manera informal. El 100% no cuenta estándares de calidad ISO. El 60,9% aplica una gestión de calidad. Llegando a las conclusiones la totalidad de los representantes de las MYPES del sector servicios- rubro restaurantes de Nuevo Chimbote, 2013, la mayoría son de género masculino, tiene la edad entre 18 a 30 años con estudios universitarios y 3 años en actividad, la mayoría de las MYPES esta formalizado, pero la minoría de trabajadores laboran de formal, la totalidad de las MYPES desconocen sobre estándares de calidad y ponen en práctica una gestión de calidad de manera inadecuada que carece de todo un plan estratégico administrativo y operativo, lo que los vuelve vulnerables en este mercado competitivo.

Jara (2011) en su trabajo de investigación titulado “Plan de calidad de atención del servicio y la satisfacción del cliente en el Restaurant turístico “el mochica” Trujillo 2010”, cuyo objetivo de investigación fue: Formular un plan de mejoramiento de calidad de atención del servicio, para la satisfacción del cliente del Restaurant Turístico “El Mochica”- Trujillo, se planteó la metodología de tipo descriptivo-transeccional, aplicado a una población de 317 clientes, cuyos resultados fueron: 91% de los clientes opina que es buenísimo el servicio prestado por la empresa, mientras que el 9% considera regular lo que brinda la empresa. Llegando a las conclusiones respecto a la atención del servicio y la satisfacción del cliente es esencial en una empresa satisfacer al cliente, ya que ellos esperan que el producto o servicio satisfaga una necesidad y no les cree problemas.

Monje (2016) en su trabajo de investigación titulado “Estrategias de atención y su relación con la calidad de servicio en el snack Restaurante el Reposo Chiclayo- 2015”, cuyo objetivo de investigación fue: Determinar la relación entre las estrategias de atención y la calidad de servicio en el snack restaurante el Reposo, se planteó la metodología de tipo descriptivo-propositivo, nivel cuantitativo y de diseño No experimental, aplicado a una muestra poblacional de 322 clientes, cuyos resultados fueron: 95% de encuestados está totalmente de acuerdo que los empleados del snack restaurante el Reposo tratan cortésmente a los clientes y un 5% esta indiferente, asimismo el 93% de encuestados está totalmente de acuerdo que los empleados del snack restaurante el Reposo ofrecen un servicio rápido a los clientes y un 7% esta indiferente. Llegando a las conclusiones respecto a las estrategias de atención para mejorar la calidad del servicio son las siguientes: rediseñar la carta del restaurante, empatía, persuasión, estrategias de fidelización.

Martínez (2016) en su trabajo de investigación titulado “Calidad del servicio y satisfacción del cliente en Restaurantes de comida marina Chimbote, 2016”, cuyo objetivo de investigación fue: Determinar la relación que existe entre calidad del servicio y



satisfacción del cliente, desde la perspectiva de sus expectativas y percepciones, en las MYPE del sector servicios-rubro restaurantes de comida marina en el distrito de Chimbote 2016, se planteó la metodología de nivel cuantitativo, diseño No experimental, aplicado a una población de 190, cuya muestra fue de 127 clientes, cuyos resultados fueron de la tabla y figura 20, se observa que el 10% de los clientes califican como baja la calidad de servicio en la seguridad y a la vez se sienten insatisfechos con los servicios recibidos en los restaurantes, mientras que el 25% de los mismos califican como alta la calidad de servicio en la seguridad y a la vez se sienten satisfechos con los servicios recibidos en los restaurantes, , mientras que el 25% de los mismos califican como alta la calidad de servicio en la empatía y a la vez se sienten satisfechos con los servicios recibidos en los restaurantes. Llegando a las conclusiones existe una relación directa entre la calidad del servicio y satisfacción del cliente con coeficiente de correlación positiva de ambas variables, existe relación directa entre la calidad de servicio en las dimensiones de tangibilidad, fiabilidad, responsabilidad, seguridad, empatía y satisfacción del cliente.

Paredes (2014) en su trabajo de investigación titulado “Las preferencias gastronómicas del turista extranjero y la evaluación del servicio de atención en el restaurante “el viñado, Arequipa, 2012-2013”, cuyo objetivo de investigación fue: Identificar las preferencias gastronómicas del turista extranjero como consumidor y valorar el grado de opinión acerca del servicio de atención en el Restaurante “El Viñado”, se planteó la metodología de tipo explicativa, nivel descriptivo, cuyos resultados evidencian que el Restaurante “El Viñado” Arequipeño, existe una mayor presencia del género femenino (mujeres) con un 52.41%. Sin embargo, la diferencia porcentual no es significativa en comparación con el género masculino (hombres) con un 47.59%, el trato, cultura y amabilidad del personal con los clientes obtuvo un grado regular con 39.66%, esto indica que el personal que labora en el restaurante tiene ciertos problemas y deficiencias que deben

ser atendidas de la mejor manera para que así podamos lograr la satisfacción del cliente. Llegando a las conclusiones en cuanto a la calidad de la atención al cliente esta muestra algunas observaciones en lo que se refiere en la atención del personal, trato y cultura de este, los cuales presentan una opinión calificada como regular, originando así cierta insatisfacción en los clientes.

Cano (2017) en su trabajo de investigación titulado “Gestión de calidad de la atención al cliente y la satisfacción en la micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes: caso Restaurante “La Rinconada” en la ciudad de Huarney” cuyo objetivo de investigación fue: Determinar la relación de la gestión de calidad de la atención al cliente y el nivel de satisfacción en las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro restaurantes: caso Restaurante “La Rinconada” en la ciudad de Huarney, 2016, se planteó la metodología de tipo cuantitativa, nivel descriptivo, cuyos resultados fueron el 64% de los encuestados afirman están totalmente de acuerdo con la calidad del producto, mientras otro 25% determinan estar parcialmente de acuerdo y finalmente el 11% de los encuestados indican que están ni de acuerdo, ni en desacuerdo con la calidad del producto, el 73% están totalmente de acuerdo con el mantenimiento de relaciones con los clientes. Llegando a las conclusiones, la mayoría de los clientes manifiesta un nivel de satisfacción calificado como excelente en función a que la mayoría está totalmente de acuerdo en que recibe un producto adecuado.

### **2.1.3 Antecedentes regionales.**

Torres (2016) en su trabajo de investigación titulado “Caracterización de la gestión de calidad en las Mypes del sector servicio- rubro cevicherías del p.j. miraflores bajo de la ciudad de Chimbote, año 2013”, cuyo objetivo de investigación fue: Describir las principales características de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio- rubro Cevicherías del P.J Miraflores Bajo de la ciudad de Chimbote 2013, se planteó la

metodología experimental- transversal descriptivo, a una población de 18 micro y pequeñas empresas, cuyos resultados fueron el 61.1% no tiene conocimientos de técnicas de gestión, el 83.3 % sigue un plan estratégico , el 77.8 % percibe que aplicar la gestión de calidad ayuda a lograr los objetivos, el 38.9 % ha logrado obtener clientes satisfechos, el 44.4% ha desarrollado su tiempo gerencial el área de RR.HH. Llegando a las conclusiones la mayoría de los representantes de las MYPES encuestadas del sector servicio rubro Cevicherías del P.J Miraflores Bajo de la ciudad de Chimbote, 2013 mantienen los estándares de calidad en su empresa, lo cual en su mayoría perciben que aplicar una gestión de calidad en su empresa le proporciona resultados que le ayudan a lograr sus objetivos, obteniendo como resultado clientes satisfechos, los representantes afirmaron en su mayoría que el área que ha desarrollado más su tiempo gerencial es el área de RR.HH. siendo el motor de empuje para su óptimo funcionamiento.

Rosas (2019) en su trabajo de investigación titulado “Atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes y de servicio móvil de comidas, distrito de Huaraz, 2019”, cuyo objetivo de investigación fue: Determinar las principales características de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micros y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes y de servicio móvil de comidas, distrito de Huaraz, 2019, se planteó la metodología de nivel descriptivo, diseño no experimental, cuyos resultados fueron el 42.42% señalan que aplican la gestión de calidad en la atención al cliente, el 93.94% señalan que el trabajador siempre está disponible para escuchar al cliente, el 45.46% señalan que el personal está capacitado para atender al cliente, el 84.85% indican que el personal es comprensivo y amable con el cliente, el 81.82% indican que el cliente comprende toda la información brindada por el personal, el 51.52% señalan que no existe un tiempo establecido para atender al cliente, el 69.70% señalan que la atención al cliente es

fundamental para el regreso del cliente, el 75.76% indican que no cuentan con un buzón de sugerencias, el 60.61% indican que el trabajador no brinda una atención personalizada y el 63.64% señalan que el establecimiento, equipos y herramientas son atractivos. Llegando a las conclusiones la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas aplican la gestión de calidad en la atención al cliente, los personales siempre están disponibles para escuchar las dudas y reclamos de los clientes, no es frecuente la capacitación en los personales para una buena atención al cliente, los personales son comprensivos y amables con los clientes, así mismo el cliente capta toda la información brindada por parte del personal.

Ccuno (2019) en su trabajo de investigación titulado “La gestión de calidad con el enfoque en Atención al cliente de las MYPE del sector servicio rubro restaurantes del distrito de Putina año 2019” cuyo objetivo de investigación fue: Determinar cómo es la gestión de calidad con el enfoque en atención al cliente en las MYPE del sector servicio rubro restaurantes del distrito de Putina, se planteó la metodología de tipo descriptiva, nivel cualitativo y de diseño No experimental aplicando a una población de 100 clientes que acuden al restaurante, cuyos resultados fueron el 56,67% están de acuerdo con que el servicio del restaurante responde a la necesidad del cliente el 80% de los empleados demuestran estar capacitados para responder las preguntas de los clientes, el 53,33% se encuentra muy de acuerdo que los empleados del restaurante siempre están dispuestos a ayudarlos, mientras que el 46,67% se encuentra de acuerdo a los costos y el 40% está de acuerdo que se ofrece información detallada sobre los platos. Llegando a las conclusiones los restaurantes ofrecen una mayor calidad del servicio.

Montalban (2018) en su trabajo de investigación titulado “Caracterización de la gestión de calidad y la competitividad en las MYPE rubro Restaurantes del AA.HH Almiratne Miguel Grau-Piura 2018, cuyo objetivo de investigación fue: Describir las

características de la gestión de calidad y la competitividad en las MYPE rubro restaurantes delm AA.HH Almirante Miguel Grau año 2018,se planteó la metodología de tipo descriptivo, nivel cuntitativo y de diseño No experimental, cuyos resultados fueron el 75% de los encuestados indica que la mejora del servicio ayuda a alcanzar los objetivos y el éxito de la empresa, mientras que el 25% no logra cumplir las metas fijadas, en cuanto a la reducción de costos el 88% manifiestan que en los restaurantes consideran reducir costos ya que ayudara a obtener más ingresos, mientras tanto el 12% considera que reducir costos no obtendrán mas ingresos. Llegando a las conclusiones se dice que la participación del personal es considerado importante ya que ayuda en la mejora continua de las empresas, logrando asi cumplir las metas.

Godos (2018) en su trabajo de investigación titulado “Caracterización de la competitividad y gestión de calidad de las MYPE rubro restaurantes de la ciudad de talara, año 2018, cuyo objetivo de investigación fue: Identificar las características de la competitividad y gestión de calidad de las MYPE rubro restaurantes de la ciudad de Talara año 2018, se planteó la metodología de tipo descriptivo, nivel cuantitativo y de diseño No experimental, se aplicó la técnica de la encuesta, cuyos resultados fueron el 79% de los encuestados menciona que el producto ofrecido si cubre sus necesidades, en cuanto a las opiniones el 77% considera que sus opiniones son tomadas en cuenta dentro del restaurante, el 72% manifiesta que estan capacitados para brindar una excelente atención a los clientes. Llegando a las conclusiones se logran conocer las estrategias de servicio de los restaurantes de la ciudad de talara, los trabajadores escuchan en todo momento las opiniones de los clientes, cumplen con todos los compromisos asumidos, conocen el servicio que el cliente quiere recibir y se toman en cuenta las opiniones de los mismos.

Mendoza (2018) en su trabajo de investigación titulado “Caracterización de la competitividad y gestión de calidad en las MYPE rubro restaurantes en Mancora año 2018”,

cuyo objetivo de investigación fue: Determinar las características de la competitividad y gestión de calidad de las MYPE rubro restaurantes en Mancora año 2018, se planteó la metodología de tipo descriptiva, nivel cuantitativo y de diseño No experimental, se aplicó la técnica de la encuesta de 121 clientes, cuyos resultados fueron el 47,9% de los encuestados se encuentran motivados al realizar sus actividades y en la satisfacción de los clientes, Se observa que el 54,5 % de los clientes de las MYPE rubro restaurantes indica que no perciben la especialización en platos como criollos, gourmet, etc.; mientras que el 45,5 % indica que sí, el 49,6% que las MYPE rubro restaurante si tienen conocimientos del entorno para fortalecer su negocio. Llegando a las conclusiones, la mayoría de los clientes señalan que el éxito del restaurante depende directamente del conocimiento y habilidades del administrador, asimismo las estrategias no atraen la mayor cantidad de clientes.

García (2015) en su trabajo de investigación titulado “Caracterización de la atención al cliente y la capacitación en las MYPES del rubro restaurantes del distrito de Lalaquiz-Huancabamba, 2015”, cuyo objetivo de investigación fue: Establecer las características de la atención al cliente y la capacitación en las MYPES rubro restaurantes en el distrito de Lalaquiz-Huancabamba año 2015, se planteó la metodología de tipo no experimental de corte transversal, cuyos resultados fueron el 78.5% considera que la atención que se les brinda satisfacen sus expectativas, el 21.5 esta en desacuerdo con que la atención que se les brinda no satisfacen sus necesidades, en cuanto a la sazón y el sabor de las comidas satisfacen sus necesidades los clientes están en desacuerdo en un 15.6% e indiferente en un 84.4%. En relación si las actividades de los restaurantes están enfocadas al cliente los clientes están en desacuerdo en un 42.2%; indiferente en un 17.8%, de acuerdo en un 37.0% y muy de acuerdo en un 3.0%. Llegando a las conclusiones se determinó que en relación al nivel de atención al cliente en las MYPE del rubro restaurantes en el distrito de Lalaquiz - Huancabamba, es bajo puesto que los clientes se encontraron en desacuerdo con la atención; porque sus

procesos no son rápidos, no cuentan con instalaciones idóneas; no presentan los servicios o productos adecuados a sus necesidades y no satisfacen sus expectativas.

#### **2.1.4 Antecedentes locales.**

Campos (2019) en su trabajo de investigación titulado “Caracterización de la gestión de calidad y la atención al cliente en las Micro y Pequeñas empresas de servicios rubro restaurantes en el distrito de sullaña año 2018, cuyo objetivo de investigación fue: Determinar las características de la gestión de calidad y la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas de servicios rubro restaurantes en el distrito de sullaña año 2018, se planteó la metodología de tipo descriptiva, nivel cuantitativo y de diseño No experimental de corte transversal, cuyos resultados fueron el 71% de los encuestados indica que la empresa ha mejorado en sus productos o servicios, el 89% de los encuestados indica que el personal ofrece información del servicio o producto que se ofrece estando motivados al momento de atenderlos el 73% de los encuestados indica que tratan a los proveedores como un cliente exclusivo, el 65% de los clientes encuestados indica que no ha recibido asesoramiento y consejo por parte del personal antes de solicitar sus alimentos, se determina que el 89% de los clientes encuestados indica que la disminución de los precios y calidad de un producto son importantes para elegir el restaurante, además el 11% indica que la disminución de los precios y calidad de un producto no son importantes para elegir el restaurante, el 61% de los clientes encuestados indica que la imagen que brinda el restaurante es el adecuado para seguir eligiéndole, además el 39% indica que la imagen que brinda el restaurante no es el adecuado para seguir eligiéndole. Llegando a las conclusiones se identifica el mejoramiento de su imagen porque manejan un sistema de Gestión de Calidad, al mejoramiento de la posición competitiva porque siempre están mejorando sus productos y servicios por los sistemas implementados y refuerzan la confianza en la empresa y las relaciones existentes con ellos.

Chumacero (2019) en su trabajo de investigación titulado “La gestión de calidad y la atención al cliente de los Restaurantes del distrito de Pacaipampa, año 2019” cuyo objetivo de investigación fue: Describir las características de la gestión de calidad y la atención al cliente en los restaurantes del distrito de Pacaipampa, año 2019, se planteó la metodología de tipo descriptivo, nivel cuantitativo y diseño no experimental, cuyos resultados fueron el 68% considera que el personal atiende con rapidez y tiene buena presentación, mientras que el 32% mencionan que el personal no atiende con rapidez y no tiene buena presentación, el 63% considera que siempre le atienden las quejas que presenta, mientras que el 37% mencionan que no atienden las quejas que presenta. Llegando a las conclusiones los productos que se expenden generan confianza y satisfacción del cliente; el negocio es recordado con facilidad por parte de los clientes; tienen acercamiento con el comprador que facilita el proceso de venta, desarrollan un adecuado trabajo generador de confianza en el negocio, los clientes se sienten motivados para regresar por la calidad de atención por parte de los trabajadores en virtud a sus habilidades, actitudes, empatía logrando la fidelización.

Dedios (2019) en su trabajo de investigación titulado “Gestión de calidad y atención al cliente de la MYPE rubro Restaurant cevichería karaoke Ingrid de la ciudad de Sullana, año 2019 cuyo objetivo de investigación fue Determinar las características de gestión de calidad y atención al cliente de la Mype rubro Restaurant Ingrid de la ciudad de Sullana, año 2019, se planteó la metodología de tipo descriptivo, nivel cuantitativo y diseño no experimental, cuyos resultados fueron el total de los clientes encuestados el 33% que la mayoría de veces el restaurant cevichería karaoke Ingrid, actúa con rapidez a la hora de resolver sus dudas y que el 67% respondió que siempre el actúa con rapidez a la hora de resolver sus dudas, el 40% que la mayoría de veces el restaurant cevichería karaoke Ingrid, satisface sus necesidades y el 60% siempre el restaurant cevichería karaoke Ingrid, satisface sus necesidades. Llegando a las conclusiones 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.

## **2.2 Bases Teóricas**

### **2.2.1 Micro y pequeñas empresas.**

Las MYPES tienen un valor importante en la economía de todos los países, permite mejorar el estilo de vida de la población ya que genera empleos e ingresos permitiendo mejoras socioeconómicas en el país, disminuyendo la tasa de desempleo.

Es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. (Salas 2017)

Según Amat (2008) nos dice que el análisis de datos o análisis de estados financieros son técnicas utilizadas para diagnosticar la situación y perspectivas de la empresa con el fin de poder tomar decisiones adecuadas. De esta forma, desde una perspectiva interna, la dirección de la empresa puede ir tomando las decisiones que corrijan los puntos débiles que pueden amenazar, al mismo tiempo que se saca provecho de los puntos fuertes para que la empresa alcance sus objetivos

#### ***2.2.1.1 importancia de las MYPES.***

Las micro y pequeñas empresas en el Perú son un componente muy importante en nuestra economía, a nivel nacional brindan empleo al 80 % de la población económicamente activa y generan cerca del 40% del producto bruto interno (PBI).

Abarcan varios aspectos importantes de la economía de nuestro país, entre las más importantes cabe mencionar su contribución a la generación de empleo. (Sánchez 2017)

### **2.2.2 Gestión de calidad.**

Según Martínez (2014) nos dice que es el conjunto de actividades de la función empresarial que determina la política de la calidad, los objetivos, las responsabilidades los implanta por medios tales como la planificación, el control y aseguramiento de la calidad, establecen los objetivos y los requisitos para la calidad.

Se ha convertido en la condición necesaria para cualquier estrategia dirigida hacia el éxito competitivo de la empresa.

“La gestión es el proceso emprendido por una o más personas con la finalidad de lograr resultados de alta calidad que cualquier otra persona, trabajando sola no podría alcanzar. Esto hace que todos los empleados participen para mejorar la eficacia de la organización en satisfacer a los clientes” (Bueno, 2018)

#### ***2.2.2.1 definición de calidad.***

Según Alcalde (2009) La calidad es algo que va implícito en los genes de la humanidad, es la capacidad que tiene el ser humano por hacer bien las cosas.

Ha ido evolucionando desde sus orígenes, aumentando objetivos y cambiando su orientación hacia la satisfacción plena del cliente. Comenzó como una necesidad de controlar e inspeccionar hasta convertirse en un elemento fundamental para la supervivencia de las empresas. (p.1-4)

#### ***2.2.2.2 definición de gestión de calidad.***

Debe entenderse como gestión de calidad el conjunto de caminos mediante los cuales se consigue la calidad; incorporándolo por tanto al proceso de gestión, que es

como traducimos el término inglés “management” que alude a dirección, gobierno y coordinación de actividades.

De este modo, una posible definición de gestión de calidad sería el modo en que la dirección planifica el futuro, implanta los programas y controla los resultados de la función calidad con vistas a su mejora permanente. (Udaondo 1992).

De acuerdo a Cuatrecasas (2012) ,nos dice que calidad es el conjunto de características que posee un producto o servicio obtenidos en un sistema productivo, así como la capacidad de satisfacción de los requerimientos del usuario, la calidad debe dejar satisfecho al cliente.

La gestión de calidad pone en marcha un sistema que anima a las organizaciones a identificar y analizar los requisitos del cliente, a definir unos procesos que proporcionen productos aceptables por el cliente y a mantener estos procesos bajo control, proporcionando así confianza tanto a la organización como a sus clientes de su capacidad para suministrar productos que cumplan los requisitos de forma consistente para que se mejore o realce la satisfacción de los clientes. (Cortés 2017).

### ***2.2.2.3 sistema de gestión de calidad.***

El concepto moderno de calidad, es el de autocrontrol, el cual básicamente consiste en el diseño de sistemas de calidad, cuyos protagonistas principales, los procesos y las personas que los operan, no solamente producen la calidad, sino que también se auto controlan.

El objetivo del sistema de gestión de calidad es el de diseñar procesos auto controlables y entrenar o capacitar a las personas, de tal manera que tengan la posibilidad de alcanzar los resultados planificados. (González & Arciniegas 2016)

#### ***2.2.2.4 principios de la gestión de calidad.***

La ISO en las normas 9000 y 9004 ha establecido ocho principios orientadores en el diseño e implementación de un sistema de gestión de calidad.

Cuando se diseña e implementa un sistema de Gestión de la calidad tomando como referente estos principios, la organización obtiene una cierta garantía de que su sistema, e inclusive la operación misma de la organización, tendrán el éxito esperado. (González & Arciniegas, 2016)

Dichos Principios son los siguientes:

- **Enfoque al cliente:** Las organizaciones dependen de sus clientes, y por lo tanto deben comprender los gustos y necesidades de los clientes, deben esforzarse en exceder sus expectativas.
- **Liderazgo:** Los líderes establecen la unidad de propósito y la orientación de la organización. Ellos deberían crear y mantener un ambiente interno, en el cual el personal pueda llegar a involucrarse totalmente en el logro de los objetivos de la organización.
- **Participación del personal:** El personal, a todos los niveles, es la esencia de una organización, y su total compromiso posibilita que sus habilidades sean usadas para el beneficio de la organización.
- **Enfoque basado en procesos:** Un resultado deseado se alcanza más eficientemente cuando las actividades y los recursos relacionados se gestionan como un proceso.
- **Enfoque de sistema para la gestión:** Identificar, entender y gestionar los procesos interrelacionados como un sistema, deberá contribuir al logro de los objetivos.

- **Mejora continua:** La mejora continua del desempeño global de la organización debería ser un objetivo permanente de ésta.
- **Enfoque basado en hechos para la toma de decisión:** Las decisiones eficaces se basan en el análisis de los datos y la información.
- **Relaciones mutuamente beneficiosas con el proveedor:** Una organización y sus proveedores son interdependientes, y una relación mutuamente beneficiosa aumenta la capacidad de ambos para crear valor.

### ***2.2.2.3 beneficios de la gestión de calidad.***

La organización debe establecer e implementar y mejorar de forma continua los beneficios del sistema de Gestión de Calidad de acuerdo a los procesos adecuados. (López 2006)

- **Mayor nivel de calidad del producto:** La calidad de un producto o servicio debe ser eficaz y eficiente para poder lograr confianza en los clientes.
- **Reducción de costes:** Esto es un proceso permanente ya que siempre se busca mejorar la rentabilidad y productividad de la empresa.
- **Potenciar la imagen de la empresa:** Muchas veces no necesariamente se refiere a mejorar su imagen, sino que es indispensable contar con un certificado de calidad para inspirar confianza en los clientes. (López 2006)
- **Mayor satisfacción de los clientes:** Ofrecer un buen servicio ayuda a incrementar y mejorar la satisfacción de los clientes.
- **Mejora de la empresa y la competitividad** (López 2006)

### **2.2.3 Atención al cliente.**

#### ***2.2.3.1 definición de cliente.***

El cliente es definido como la razón de existir de nuestro negocio. Entonces se entiende que es la persona que paga por recibir a cambio un producto o un servicio.

Esta es la razón por la cual las empresas dirigen sus políticas, productos, servicios y procedimientos a la satisfacción de sus expectativas.

De acuerdo con el grado de satisfacción que manifiestan los clientes por el servicio recibido, se plantean diferentes niveles de intensidad en las relaciones entre el cliente y la organización. De esta forma se entenderá que haya compradores, clientes frecuentes y clientes fidelizados. (Pérez 2006)

Según Pérez (2010) afirma que los los clientes de esta época suelen darle mayor importancia a los componentes o atributos intangibles de los productos que consumen, es decir, a los servicios. Esto ha contribuido a que las empresas se orienten hacia la búsqueda de la satisfacción de las expectativas de los clientes como forma de sostener su ventaja competitiva en un mercado cada vez más cambiante.

“El cliente siempre espera que haya una buena relación entre el servicio prestado por el personal, la confianza y la comunicación son fundamentales, haciendo que la relación ayude a conseguir el éxito en la empresa”. (Zambrana 2015).

#### **Tipos de clientes:**

➤ **Clientes externos:** Son aquellas personas que adquieren los productos y servicios ofrecidos. Son extraños o ajenos a la empresa y son la fuente de ingresos que sostienen las operaciones.

➤ **Clientes internos:** Son las personas que trabajan en la empresa y hacen posible la producción de bienes o servicios. (p.3-4)

#### **Definición de Atención al Cliente:**

La atención al cliente es el conjunto de actividades desarrolladas por las organizaciones con orientación al mercado, encaminadas a identificar las necesidades de los clientes en la compra para satisfacerlas, logrando de este modo cubrir sus

expectativas, y, por tanto, crear o incrementar la satisfacción de nuestros clientes.

(p.6)

### ***2.2.3.1 actitudes de la atención al cliente.***

Según Paz (2007) afirma que los clientes tienen expectativas sobre lo que significa una atención de calidad, esta información puede constituir una forma de diferenciación con la competencia.

Las actitudes que forman los pilares de la atención al cliente son las siguientes:

- **Interés amistoso:** El cliente desea sentir que sus necesidades son importantes en una organización, espera que los trabajadores les brinden un trato cordial y se interesen, no solo por el beneficio comercial, sino también por escucharle y resolverle las dudas.

- **Flexibilidad:** El cliente debe saber que el personal de la empresa se movilizará para resolver su problema u ofrecerle una solución aceptable.

- **Eficacia:** El cliente necesita saber que el personal debe ser buen motivador para ayudarle a satisfacer sus necesidades, lo escuchara y le resolverá cualquier inconveniente, tomando la responsabilidad de llevarlo a buen fin.

- **Respuesta:** Cuando se produce un error por parte de la organización, incluso cuando esto se debe a causas no atribuibles a nuestra organización, los clientes no hacen distinciones, necesitan que se les de una respuesta satisfactoria.

- **Empatía:** Los clientes necesitan que los ayuden, comprendan sus necesidades y resuelvan sus problemas. (Paz 2007)

### ***2.2.3.2 técnicas de la atención cliente.***

**La acogida:** Es importante ofrecer una cálida acogida al cliente, brindarle el saludo, presentación y puesta a disposición. (Paz 2007)

**La indagación:** Los clientes saben lo que quieren y manifiestan abiertamente, otras veces está un poco perdido, no está seguro de lo que busca y necesita apoyo para ayudarlo a satisfacer sus gustos y necesidades.

**La presentación:** En esta fase los clientes necesitan que se les dé una buena presentación y prestación de servicios (ceviches, jaleas, sudados y platos a la carta, etc.), asimismo responder a sus dudas que ellos tengan. (Paz 2007)

**La despedida:** El cliente espera que el personal sea cortés a la hora que se despide e invitándolos a que regresen y verle nuevamente, ya que se dispone para cualquier otra necesidad o servicio que puedan satisfacerle. (Paz 2007)



### **III. Hipótesis**

Este trabajo de investigación no contiene Hipótesis por lo que en una investigación descriptiva no se utiliza.

### **IV. Metodología**

Es un conjunto metódico de acciones que realiza el científico con la finalidad de encontrar la respuesta de determinado problema científico y su correspondiente Hipótesis. (Arainga2011)

#### **4.1. Tipo de la investigación**

El tipo de investigación fue cuantitativo ya que los datos recogidos son analizados y mostrados estadísticamente

##### **4.1.1.- Nivel de la investigación.**

El nivel descriptivo busca describir la realidad de situaciones, personas que se estén abordando y que se pretenda analizar. En este estudio se busca determinar las características de la gestión de calidad bajo el enfoque de la atención al cliente en el Restaurante Cocos Club en el distrito de Marcavelica año 2017.

##### **4.1.2. Diseño de la investigación.**

El diseño que se utilizó en esta investigación fue No experimental de corte transversal. Se entiende por investigación no experimental cuando se realiza un estudio sin manipular deliberadamente las variables, los datos se recolectan en un solo momento, en un tiempo único.

## 4.2. Población y Muestra

### 4.2.1. Población.

Es el conjunto total de individuos, objetos o medidas que poseen algunas características comunes observables en un lugar y en un momento determinado. Cuando se vaya a llevar a cabo alguna investigación debe tenerse en cuenta algunas características esenciales al seleccionarse la población bajo estudio. Wigodski (2010).

**Población 1:** Finita porque son los 10 trabajadores del Restaurante Campestre Cocos Club.

**Población 2:** Está conformada por una población Infinita ya que se desconoce quiénes son los clientes del restaurante, de los cuales se eligió una muestra de 68 clientes del Restaurante Campestre Cocos Club.

### 4.2.2. Muestra.

**M1:** Para la variable gestión de calidad la muestra se consideró exclusivamente a los 10 trabajadores del Restaurante, siendo una muestra igual a la población; es decir,  $N = n$ , ya que según Hernandez, Fernandez, & Baptista (2006) manifiestan que, para poblaciones menores de 30 individuos, se considera que la muestra es igual a la población.

**M2:** Para la variable atención al cliente, la muestra estuvo conformada por 68 clientes. Por lo tanto, Hernández, Fernández y Batista (2006), señalan que se requiere de la aplicación de fórmula estadística para obtener el resultado muestral a encuestar, siendo la fórmula a aplicar la siguiente:

$$n = \frac{\alpha^2(P)(Q)}{E^2}$$

Donde:

n= Tamaño de la muestra a ser estudiada

$\alpha$ = Nivel de confianza considerado (para 90% de confianza Z= 1.65)

p= Probabilidad de concurrencia: (0.50)

q= Probabilidad de no concurrencia: (0.50)

e= Error permitido (10%)

Entonces la muestra se determinó de la siguiente manera:

$$n = \frac{(1.65)^2(0.5)(0.5)}{(0.1)^2}$$

$$n = \frac{0.680625}{1}$$

n= 68 Clientes

#### 4.3.- Definición y operacionalización de variables e indicadores

VARIABLE	DEFINICIÓN	DIMENSIÓN	INDICADORES	ÍTEM	INSTRUMENTO
GESTIÓN DE CALIDAD	La gestión de calidad pone en marcha un sistema que anima a las organizaciones a identificar y analizar los requisitos del cliente, a definir unos procesos que proporcionen productos aceptables por el cliente y a mantener estos procesos bajo control, proporcionando así confianza tanto a la organización como a sus clientes de su capacidad para suministrar productos que cumplan los requisitos de forma consistente para que se mejore o realce la satisfacción de los clientes. (Cortés 2017).	Principios	Clientes	¿Se muestra interesado por conocer los gustos y necesidades de los clientes?	C U E S T I O N A R I O
			Liderazgo	¿El dueño del restaurante permite la participación de todo el equipo y toma en cuenta las opiniones del mismo?	
			Participación del personal	¿Ud. como trabajador considera que debe ser amable y cortés para ayudar a satisfacer las necesidades de los clientes?	
			Enfoque basado en procesos y gestión	¿Considera que es importante la buena relación dentro del restaurante para poder lograr el éxito?	
			Mejora continua	¿Ud. cree que la mejora constante del servicio que se ofrece es importante para alcanzar los objetivos fijados en el restaurante?	
			Toma de decisión	¿Las decisiones que toma el dueño del restaurante se basan en el análisis de datos?	
		Relaciones beneficiosas con el proveedor.	¿Existe un trato formal con sus proveedores para que estos lo tengan como un cliente exclusivo?		
		Beneficios	Calidad del producto	¿Ud. que labora en el restaurante, cree que se brinda un buen servicio de calidad?	
			Reducción de costes	¿Considera que es necesario minimizar costos en una organización?	
			Imagen	¿La imagen de una empresa depende de la buena gestión que se realiza?	
			Satisfacción	¿La buena atención determina la calidad del servicio en la satisfacción de los clientes?	
Mejora y competitividad	¿Durante el tiempo que labora en el restaurante ha visto mejoras?				

VARIABLE	DEFINICIÓN	DIMENSIÓN	INDICADORES	ÍTEM	INSTRUMENTO
ATENCIÓN AL CLIENTE	La atención al cliente es el conjunto de actividades desarrolladas por las organizaciones con orientación al mercado, encaminadas a identificar las necesidades de los clientes en la compra para satisfacerlas, logrando de este modo cubrir sus expectativas, y, por tanto, crear o incrementar la satisfacción de nuestros clientes.	Actitudes	Interés amistoso	¿Considera que el personal del restaurante mantiene un trato cordial y es paciente para resolver sus dudas?	C U E S T I O N A R I O
			Flexibilidad	¿Cuándo tiene alguna duda le resuelven y brindan una solución aceptable?	
			Eficacia	¿Cree que el personal debe ser buen motivador para ayudarlo a satisfacer sus necesidades?	
			Respuesta	¿Cuándo desea saber acerca de los platos que se ofrecen, los trabajadores le brindan una respuesta eficiente?	
			Empatía	¿Considera que el personal del restaurante le ayuda y atiende sus pedidos?	
		Técnicas	Acogida	¿Cuándo acude al restaurante lo reciben amablemente y le brindan buena acogida?	
			Indagación	¿Considera que el personal le brinda información acerca del servicio que se ofrece?	
			Presentación	¿Se brinda una buena presentación de los platos que le ofrecen?	
			Despedida	¿El personal se despide de una manera cortés y lo invita a que regrese?	

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

##### **4.4.1 Técnicas.**

Según Huamán (2005) nos dice que la encuesta es una técnica destinada a obtener datos de varias personas cuyas opiniones interesan al investigador, se utiliza un listado de preguntas escritas que se entregan a los sujetos, a fin de que las contesten igualmente por escrito.

Para el desarrollo de este informe de investigación se utilizó la técnica de la encuesta con 21 preguntas, 12 para la variable gestión de calidad y 9 para atención al cliente. Para medir el nivel de respuesta se utilizó la puntuación Dicotómica “SI”- “NO” para cada pregunta.

##### **4.6.2 Instrumentos.**

Para el recojo de información de la investigación se aplicó un cuestionario a los 10 trabajadores y 68 clientes del Restaurante Campestre Cocos Club en el distrito de Marcavelica año 2017.

#### **4.5 Plan de análisis**

Para el análisis de los datos recolectados en la investigación se hizo uso de un cuestionario de 21 preguntas que recogió la información con respecto a la Gestión de calidad bajo el enfoque de la atención al cliente del Restaurante Campestre Cocos Club. Se recolectó toda la información teóricamente, para la tabulación de datos se hizo uso de los programas, Word, Excel y el programa estadístico SPSS para el procesamiento de datos. Se utilizó cuadros de frecuencia, tablas, gráficos y formas con la finalidad de entenderla fácilmente y resumida. Para determinar calidad del servicio en el Mercado, que se realizó para la obtención de los resultados de la investigación. Por otro lado, También se contará con la opinión de diferentes especialistas, quienes se encargarán de revisar los materiales utilizados en este proyecto de investigación.

**4.6.-Matriz de consistencia**

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLES	UNIVERSO Y MUESTRA	DISEÑO	INSTRUMENTO
<p>¿Cuáles son las Características de la Gestión de Calidad bajo el enfoque de la Atención al cliente en el restaurante Cocos Club en el Distrito de Marcavelica año 2017</p>	<p>General: Desterninar las características de la gestión de calidad bajo el enfoque Atención al cliente en el Restaurante Campestre Cocos Club en el Distrito de Marca velica año 2017.</p> <p>Específicos: 1.Describir los principios de la gestión de calidad en el Restaurante Campestre Cocos Club en el distrito de Marcavelica año 2017. 2. Describir los beneficios de la gestión de calidad en el Restaurante Campestre Cocos Club en el distrito de Marcavelica año 2017. 3. Detallar las actitudes de atención al cliente en el Restaurante Campestre Cocos Club en el distrito de Marcavelica. 4. Describir las técnicas de atención al cliente en el Restaurante Campestre Cocos Club en el distrito de Marcavelica año 2017</p>	<p>GESTIÓN DE CALIDAD</p> <p>Y</p> <p>ATENCIÓN AL CLIENTE</p>	<p>Población: La población del presente proyecto de investigación estuvo conformada por dos poblaciones, los trabajadores y los clientes que acuden al Restaurante Campestre Cocos Club en el distrito de Marcavelica año 2017</p> <p>Muestra: La muestra estuvo compuesta por los 10 trabajadores y 68 clientes del Restaurante Campestre Cocos Club en el Distrito de Marcavelica año 2017</p>	<p>Tipo de investigación: Cuantitativo</p> <p>Nivel de investigación: Descriptivo</p> <p>Diseño: No experimental de corte transversal</p>	<p>C</p> <p>U</p> <p>E</p> <p>S</p> <p>T</p> <p>I</p> <p>O</p> <p>N</p> <p>A</p> <p>R</p> <p>I</p> <p>O</p>

#### **4.7 Principios éticos**

En el presente trabajo de investigación se realizará con los siguientes principios éticos para así realizar un trabajo con responsabilidad y honestidad ya que estos principios nos permitirán tener un orden dentro de cualquier problema social estos principios son:

- **Protección a las personas.** - La persona en toda investigación es el fin y no el medio, por ello necesitan cierto grado de protección, el cual se determinará de acuerdo al riesgo en que incurran y la probabilidad de que obtengan un beneficio.
- **Beneficencia y no maleficencia.** - Se debe asegurar el bienestar de las personas que participan en las investigaciones. En ese sentido, la conducta del investigador debe responder a las siguientes reglas generales: no causar daño, disminuir los posibles efectos adversos y maximizar los beneficios.
- **Justicia.** - El investigador debe ejercer un juicio razonable, ponderable y tomar las precauciones necesarias para asegurarse de que sus sesgos, y las limitaciones de sus capacidades y conocimiento, no den lugar o toleren prácticas injustas. Se reconoce que la equidad y la justicia otorgan a todas las personas que participan en la investigación derecho a acceder a sus resultados. El investigador está también obligado a tratar equitativamente a quienes participan en los procesos, procedimientos y servicios asociados a la investigación.
- **Integridad científica.** - La integridad o rectitud deben regir no sólo la actividad científica de un investigador, sino que debe extenderse a sus actividades de enseñanza y a su ejercicio profesional. La integridad del investigador resulta especialmente relevante cuando, en función de las normas deontológicas de su profesión, se evalúan y declaran daños, riesgos y beneficios potenciales que puedan afectar a quienes participan en una investigación. Asimismo, deberá mantenerse la integridad científica



al declarar los conflictos de interés que pudieran afectar el curso de un estudio o la comunicación de sus resultados.

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

## V. Resultados

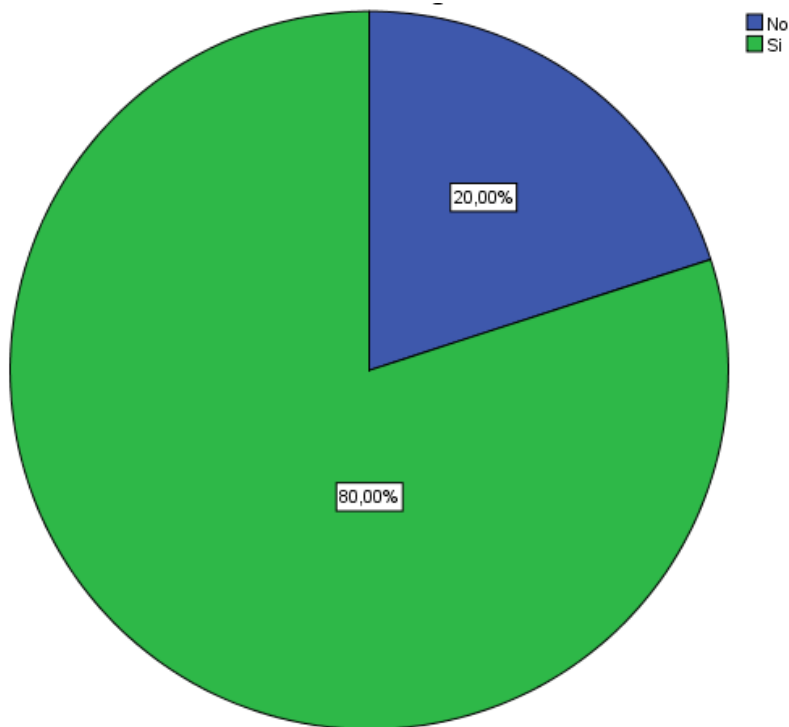
### 5.1 Resultados

Tabla 1.

Se muestra interesado por conocer los gustos y necesidades de los clientes

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	2	20,0	20,0	20,0
	Si	8	80,0	80,0	100,0
	Total	10	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores del Restaurante Cocos Club



**Figura 1.** Gráfico circular, se muestra interesado por conocer los gustos y necesidades de los clientes.

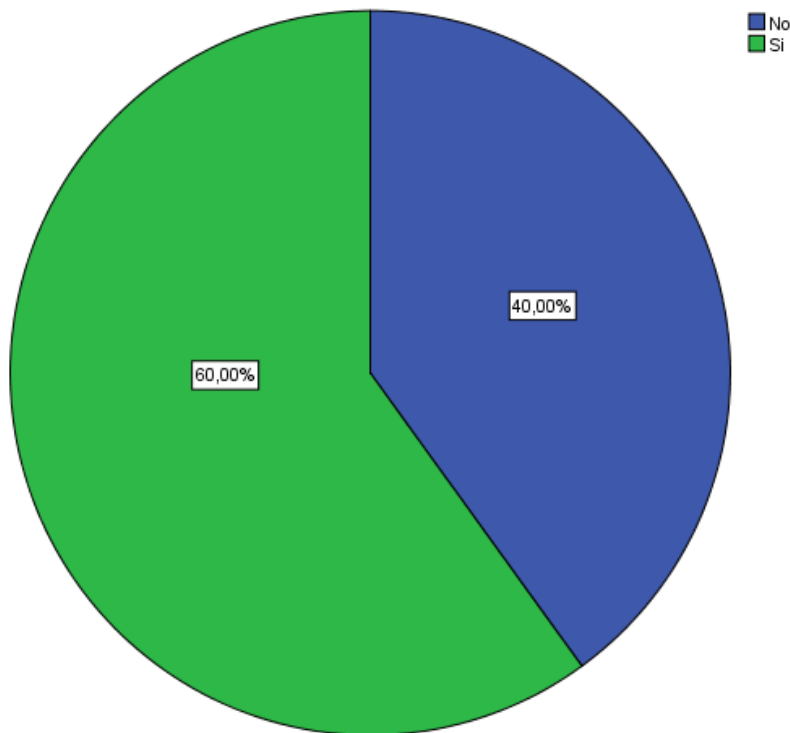
**Interpretación:** Según la tabla 1 y su respectiva figura, del total de trabajadores encuestados, el 80% mostró interés por conocer los gustos y necesidades de los clientes, mientras que el 20% no demostró lo contrario.

**Tabla 2.**

**El dueño del restaurante permite la participación de todo el equipo y toma en cuenta las opiniones del mismo**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	4	40,0	40,0	40,0
	Si	6	60,0	60,0	100,0
Total		10	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores del Restaurante Cocos Club.



**Figura 2.** Gráfico circular, el dueño del restaurante permite la participación de todo el equipo y toma en cuenta las opiniones del mismo.

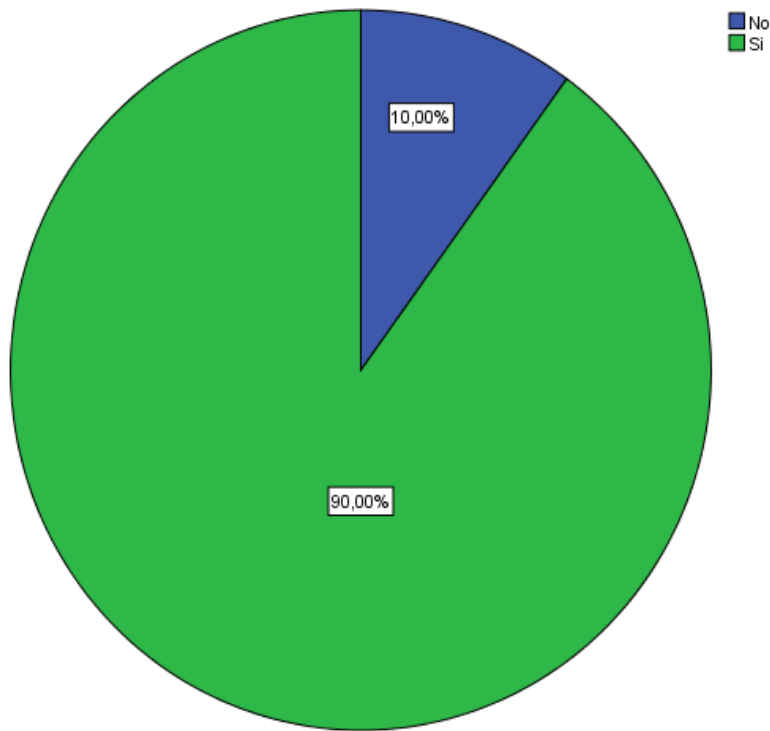
**Interpretación:** Según la tabla 2 y su respectiva figura, del total de trabajadores encuestados, el 60% opinó que el dueño si permite la participación de todo el equipo y toma en cuenta las opiniones del mismo, mientras que el 40% manifestó que no se le permite la participación ni se toma en cuenta las opiniones.

**Tabla 3.**

**Ud. como trabajador considera que debe ser amable y cortés para ayudar a satisfacer las necesidades de los clientes**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido No	1	10,0	10,0	10,0
Si	9	90,0	90,0	100,0
Total	10	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores del Restaurante Cocos Club.



**Figura 3.** Gráfico circular, Ud. como trabajador considera que debe ser amable y cortes para ayudar a satisfacer las necesidades de los clientes.

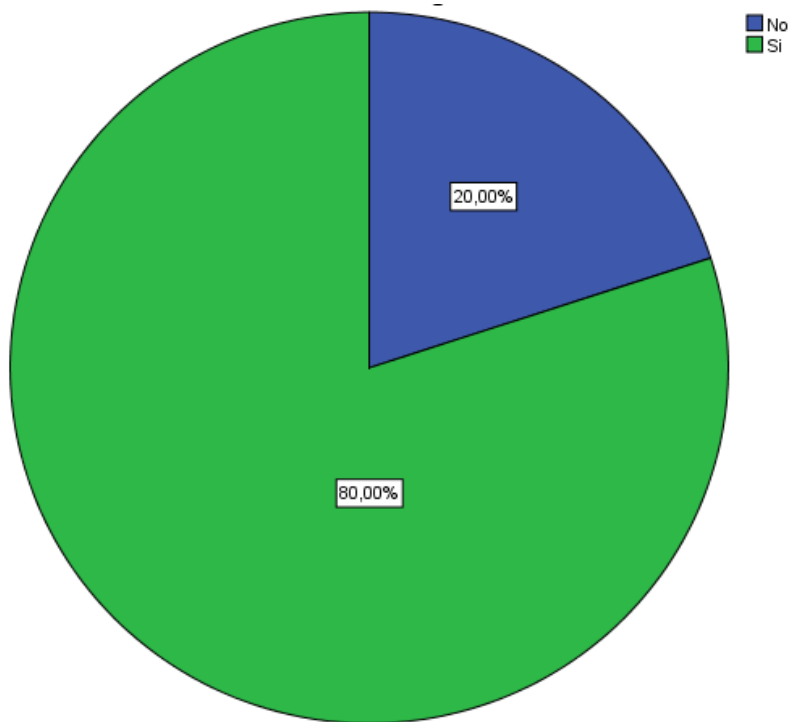
**Interpretación:** Según la tabla 3 y su respectiva figura, del total de trabajadores encuestados, el 90% consideró que la amabilidad y cortesía ayuda a satisfacer las necesidades de los clientes, mientras que el 10%, consideró lo contrario.

**Tabla 4.**

**Considera que es importante la buena relación dentro del restaurante para poder lograr el éxito**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido No	2	20,0	20,0	20,0
Si	8	80,0	80,0	100,0
Total	10	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores del Restaurante Cocos Club



**Figura 4.** Gráfico circular, considera que es importante la buena relación dentro del restaurante.

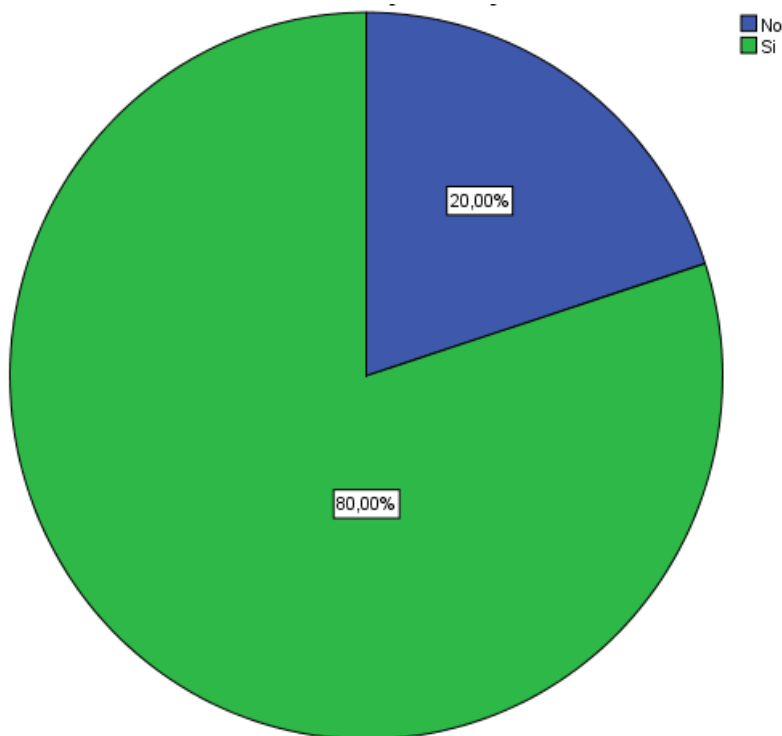
**Interpretación:** Según la tabla 4 y su respectiva figura, del total de trabajadores encuestados, el 80% manifestó que es importante la buena relación dentro del restaurante, mientras que el 20% no lo consideró importante.

**Tabla 5.**

**Ud. cree que la mejora constante del servicio que se ofrece es importante para alcanzar los objetivos fijados en el restaurante**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido No	2	20,0	20,0	20,0
Si	8	80,0	80,0	100,0
Total	10	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores del Restaurante Cocos Club



**Figura 5.** Gráfico circular, Ud. cree que la mejora constante del servicio que se ofrece es importante para alcanzar los objetivos fijados en el restaurante.

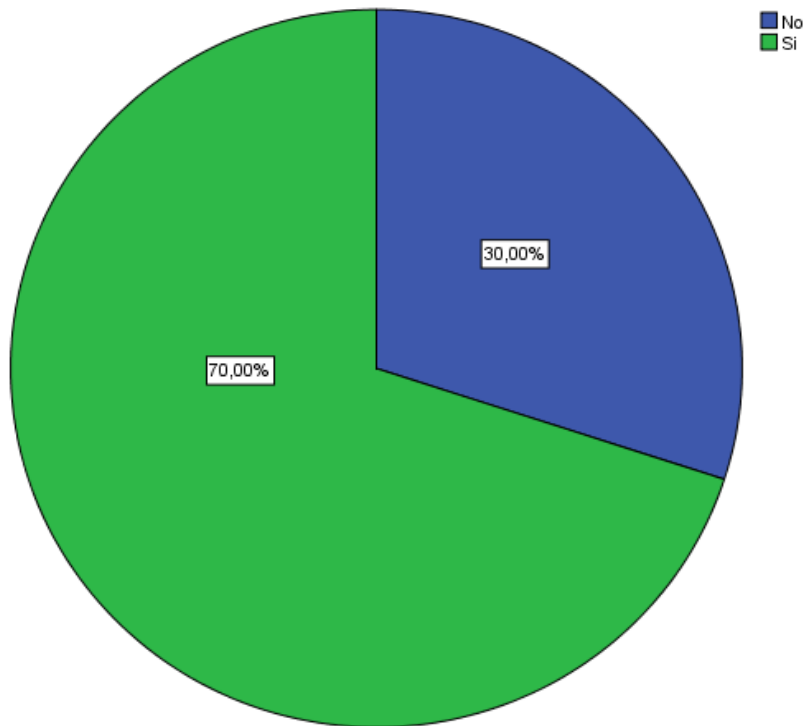
**Interpretación:** Según la tabla 5 y su respectiva figura, del total de trabajadores encuestados, el 80% respondió que la mejora constante del servicio que se ofrece es importante para alcanzar los objetivos fijados en el restaurante, mientras que el 20% no lo consideró importante.

**Tabla 6.**

**Las decisiones que toma el dueño del restaurante se basan en el análisis de datos**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido No	3	30,0	30,0	30,0
Si	7	70,0	70,0	100,0
Total	10	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores del Restaurante Cocos Club



**Figura 6.** Gráfico circular, las decisiones que toma el dueño se basan en el análisis de datos.

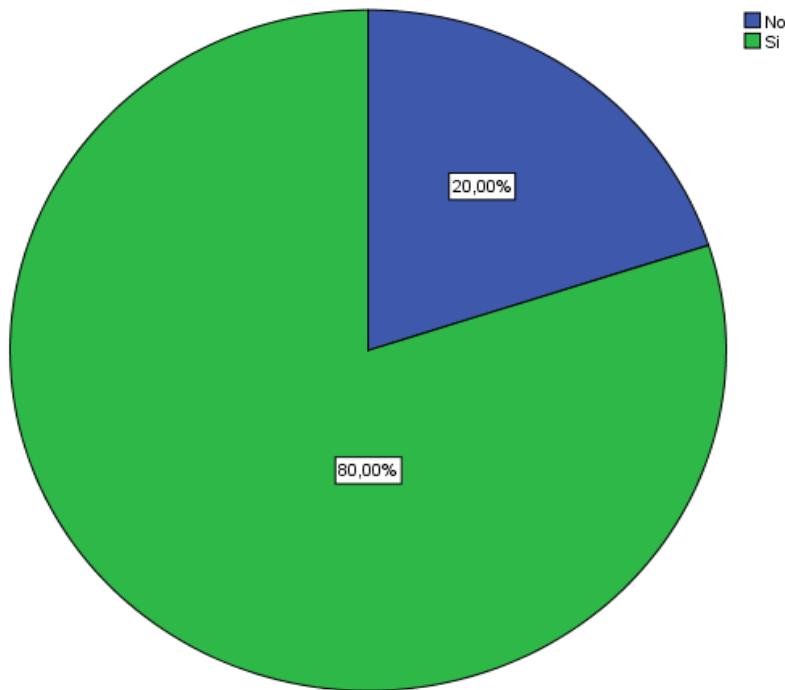
**Interpretación:** Según la tabla 6 y su respectiva figura, del total de trabajadores encuestados, el 70% manifestó que las decisiones que toma el dueño si se basan en el análisis de datos, mientras que el 30% manifestó lo contrario.

**Tabla 7.**

**Existe un trato formal con sus proveedores para que estos lo tengan como un cliente exclusivo**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido No	2	20,0	20,0	20,0
Si	8	80,0	80,0	100,0
Total	10	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores del Restaurante Cocos Club



**Figura 7.** Gráfico circular, existe un trato formal con sus proveedores para que estos lo tengan como un cliente exclusivo.

**Interpretación:** Según la tabla 7 y su respectiva figura, del total de trabajadores encuestados, el 80% consideró que, si existe un trato formal con sus proveedores, mientras que el 20% consideró que no existe un trato formal con sus proveedores para que estos lo tengan como un cliente exclusivo.

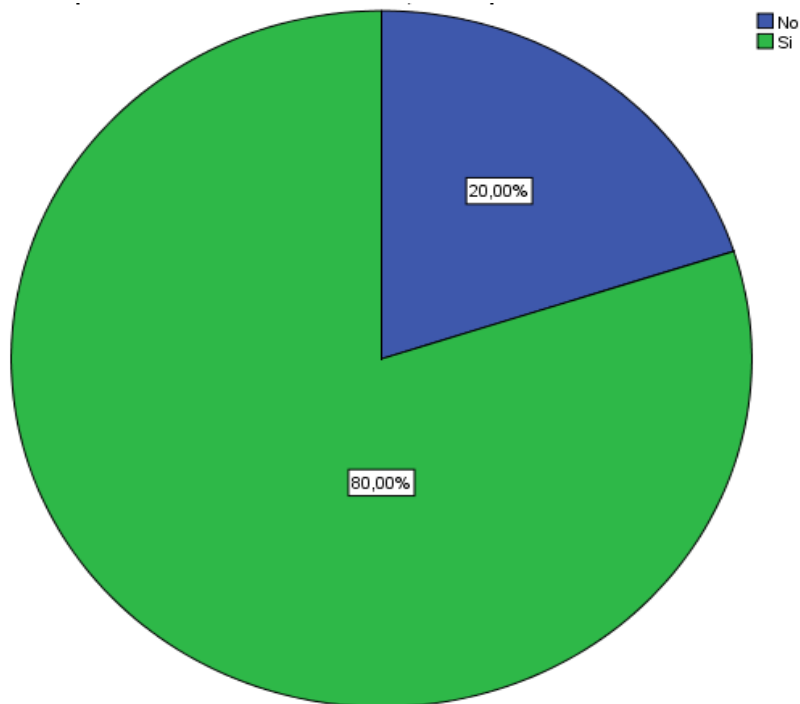


**Tabla 8.**

**Ud. que labora en el restaurante, cree que se brinda un buen servicio de calidad**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido No	2	20,0	20,0	20,0
Si	8	80,0	80,0	100,0
Total	10	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores del Restaurante Cocos Club



**Figura 8.** Gráfico circular, Ud. que labora en el Restaurante, cree que se brinda un buen servicio de calidad.

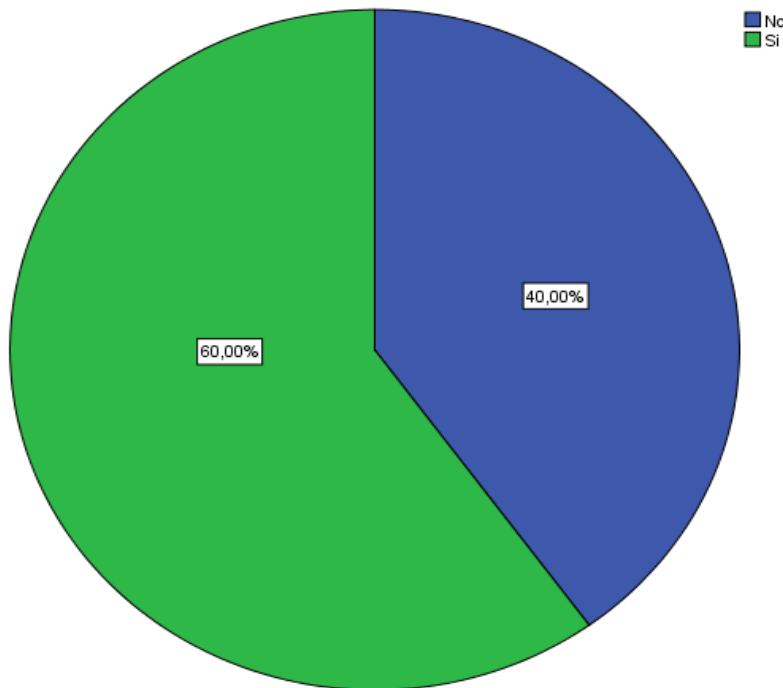
**Interpretación:** Según la tabla 8 y su respectiva figura, del total de trabajadores encuestados, el 80% consideró que, si se brinda un buen servicio de calidad, mientras que el 20% opinó que no se brinda un buen servicio de calidad.

**Tabla 9.**

**Considera que es necesario minimizar costos en una organización**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido No	4	40,0	40,0	40,0
Si	6	60,0	60,0	100,0
Total	10	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores del Restaurante Cocos Club



**Figura 9.** Gráfico circular, considera que es necesario minimizar costos en una organización.

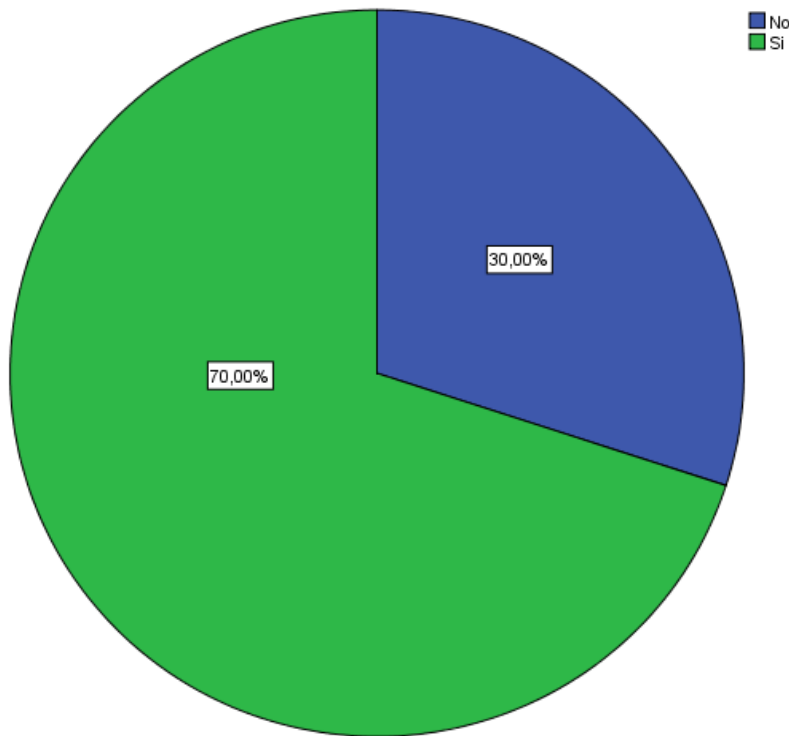
**Interpretación:** Según la tabla 9 y su respectiva figura, del total de trabajadores encuestados, el 60% consideró que, si es necesario minimizar costos en una organización, mientras que el 40% no consideró que es necesario minimizar costos en una organización.

**Tabla 10.**

**La imagen de una empresa depende de la buena gestión que se realiza**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido No	3	30,0	30,0	30,0
Si	7	70,0	70,0	100,0
Total	10	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores del Restaurante Cocos Club



**Figura 10.** Gráfico circular, la imagen de una empresa depende de la buena gestión que se realiza.

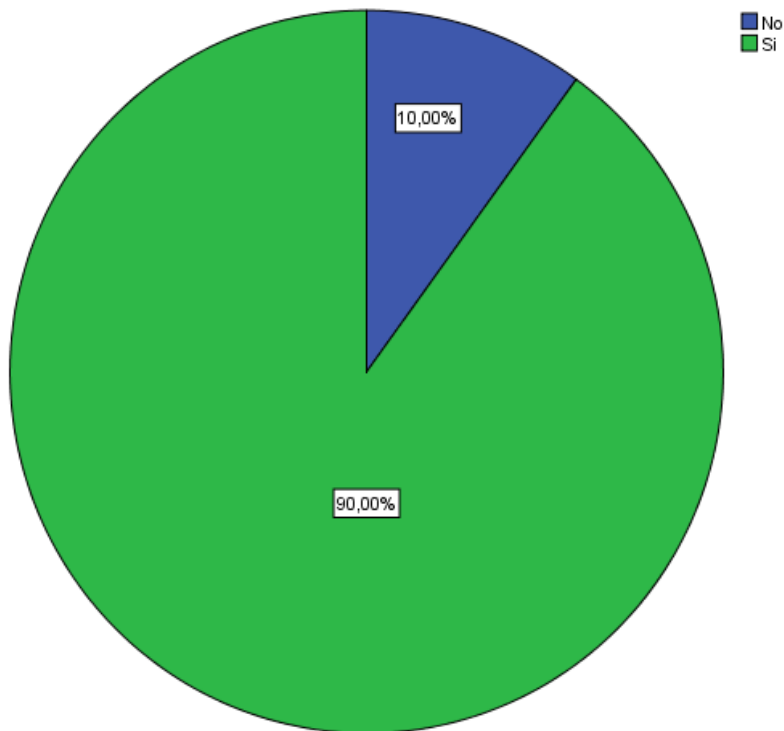
**Interpretación:** Según la tabla 10 y su respectiva figura, del total de trabajadores encuestados, el 70% opinó que la imagen de una empresa depende de la buena gestión que se realiza, mientras que el 30% opinó que la imagen de una empresa no depende de la buena gestión que se realiza.

**Tabla 11.**

**La buena atención determina la calidad del servicio en la satisfacción de los clientes**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido No	1	10,0	10,0	10,0
Si	9	90,0	90,0	100,0
Total	10	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores del Restaurante Cocos Club



**Figura 11.** Gráfico circular, la buena atención determina la calidad del servicio en la satisfacción de los clientes.

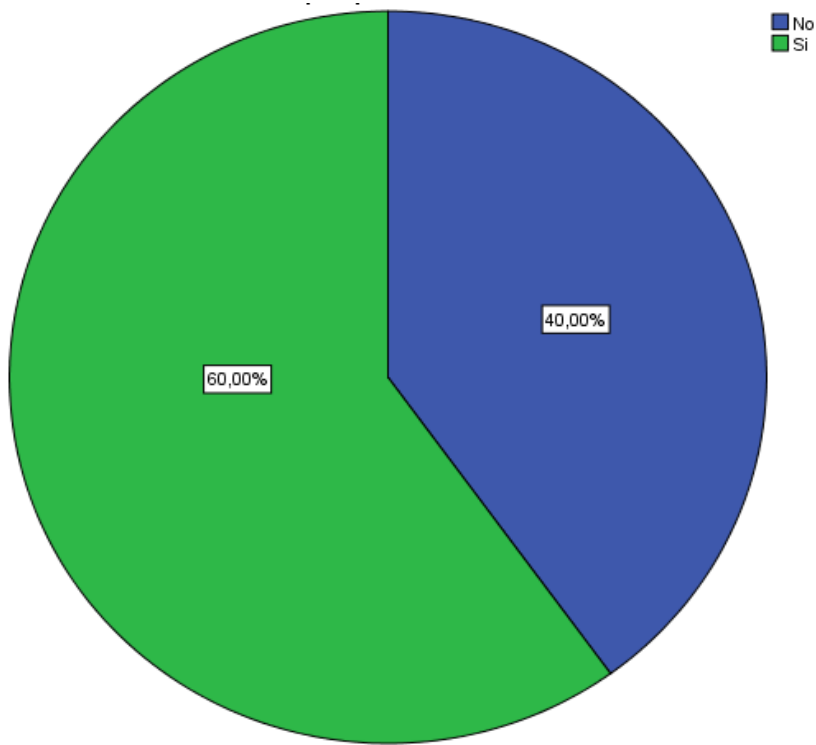
**Interpretación:** Según la tabla 11 y su respectiva figura, del total de trabajadores encuestados, el 90% consideró que la buena atención determina la calidad del servicio en la satisfacción de los clientes, mientras que el 10% consideró que la buena atención no determina la calidad del servicio en la satisfacción de los clientes.

**Tabla 12.**

**Durante el tiempo que labora en el restaurante ha visto mejoras**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido No	4	40,0	40,0	40,0
Si	6	60,0	60,0	100,0
Total	10	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores del Restaurante Cocos Club



**Figura 12.** Gráfico circular, durante el tiempo que labora en el restaurante ha visto mejoras.

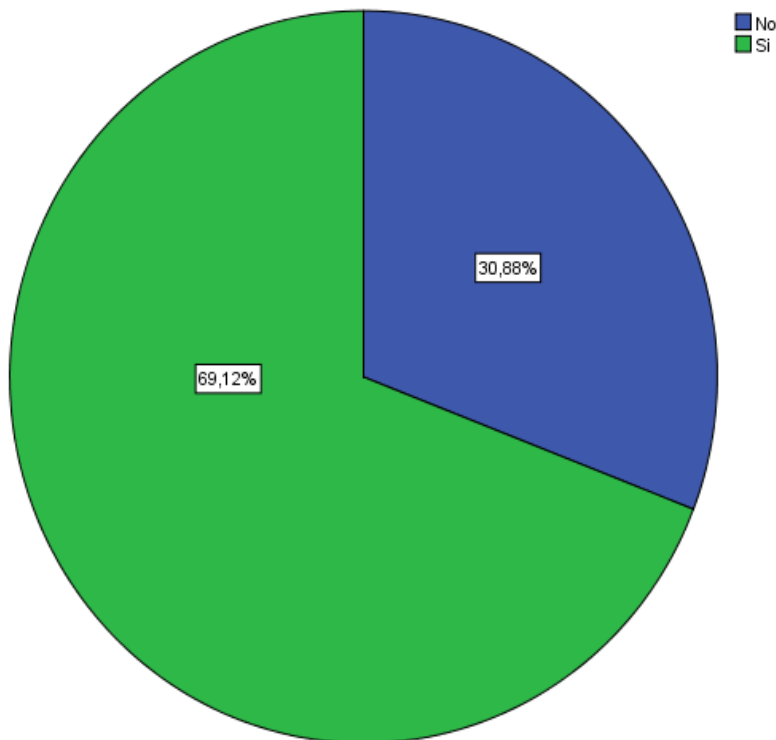
**Interpretación:** Según la tabla 12 y su respectiva figura, del total de trabajadores encuestados, el 60% consideró que, si han visto mejoras en el restaurante, mientras que el 40% consideró que no ha visto mejoras en el restaurante.

**Tabla 13.**

**Considera que el personal del restaurante mantiene un trato cordial y es paciente para resolver sus dudas**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido No	21	30,9	30,9	30,9
Si	47	69,1	69,1	100,0
Total	68	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes del Restaurante Cocos Club



**Figura 13.** Gráfico circular considera que el personal del restaurante mantiene un trato cordial y es paciente para resolver sus dudas.

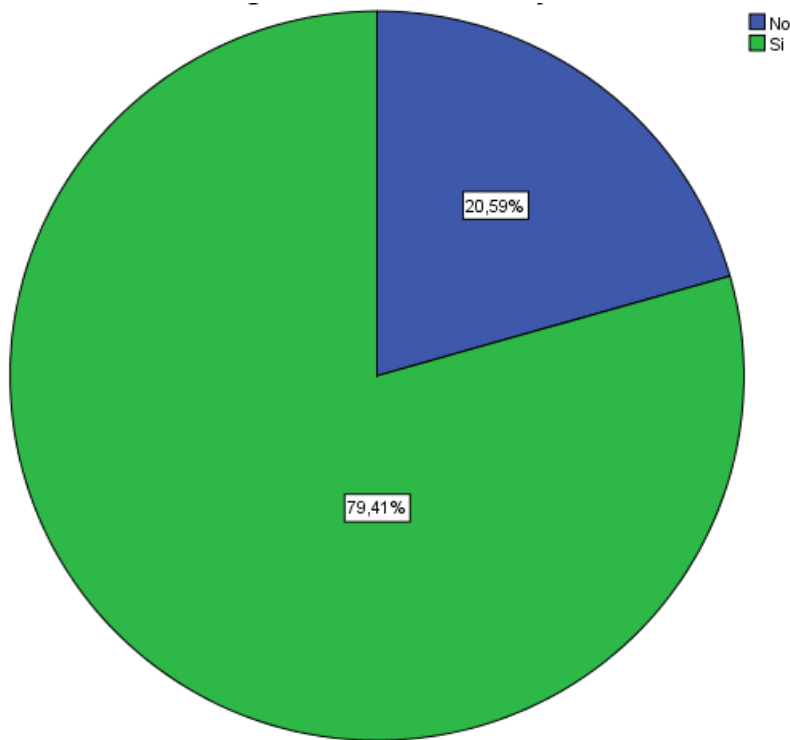
**Interpretación:** Según la tabla 13 y su respectiva figura, del total de los clientes encuestados, el 69,12% consideró que el personal mantiene un trato cordial y es paciente para resolver sus dudas, mientras que el 30,88% opinó lo contrario.

**Tabla 14.**

**Cuando tiene alguna duda le resuelven y brindan una solución aceptable**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	14	20,6	20,6	20,6
	Si	54	79,4	79,4	100,0
Total		68	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes del Restaurante Cocos Club



**Figura 14.** Gráfico circular, cuando tiene alguna duda le resuelven y brindan una solución aceptable.

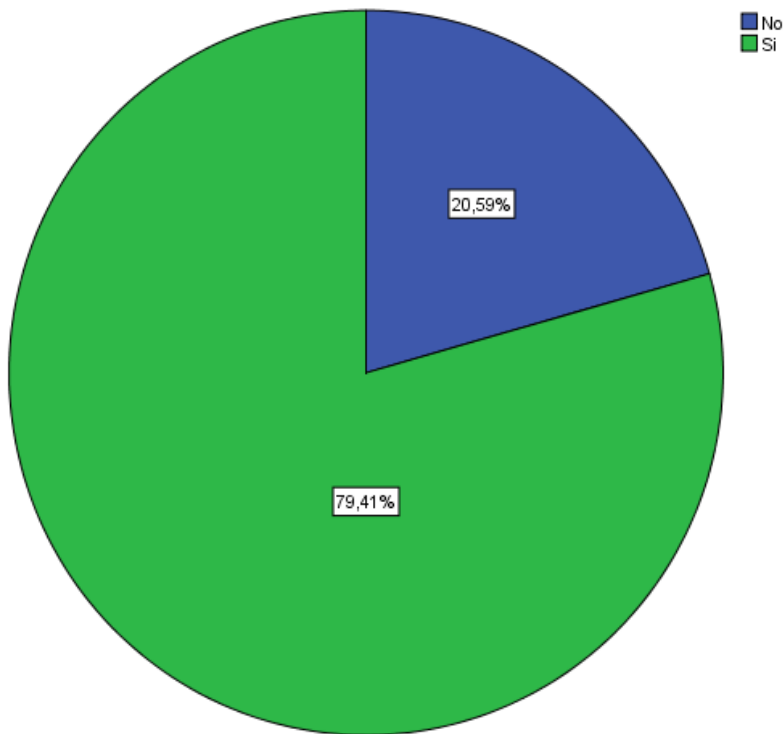
**Interpretación:** Según la tabla 14 y su respectiva figura, del total de los clientes encuestados, el 79,41% manifestó que cuando tienen alguna duda le resuelven y brindan una solución aceptable, mientras que el 20,59% manifestó que cuando tiene alguna duda no le resuelven y brindan una solución aceptable.

**Tabla 15.**

**Cree que el personal debe ser buen motivador para ayudarlo a satisfacer sus necesidades**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido No	14	20,6	20,6	20,6
Si	54	79,4	79,4	100,0
Total	68	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes del Restaurante Cocos Club



**Figura 15.** Gráfico circular, cree que el personal debe ser buen motivador para ayudarlo a satisfacer sus necesidades.

**Interpretación:** Según la tabla 15 y su respectiva figura, del total de los clientes encuestados, el 79,41% consideró que el personal debe ser buen motivador para ayudarlo a satisfacer sus necesidades, mientras que el 20,59% consideró que el personal no es buen motivador para ayudarlo a satisfacer sus necesidades.

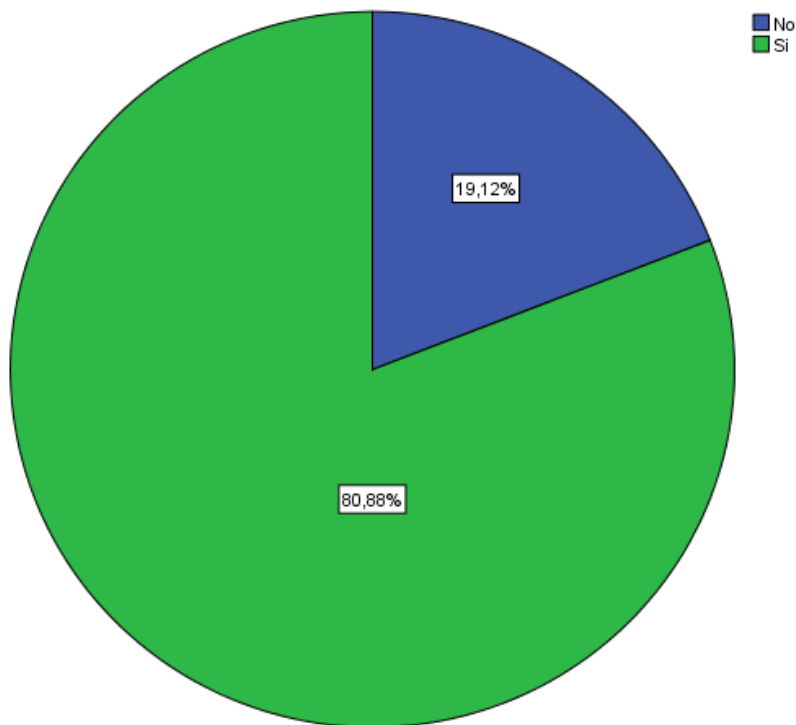


**Tabla 16.**

**Cuando desea saber acerca de los platos que se ofrecen, los trabajadores le brindan una respuesta eficiente**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido No	13	19,1	19,1	19,1
Si	55	80,9	80,9	100,0
Total	68	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes del Restaurante Cocos Club



**Figura16.** Gráfico circular, cuando desea saber acerca de los platos que se ofrecen, los trabajadores le brindan una respuesta eficiente.

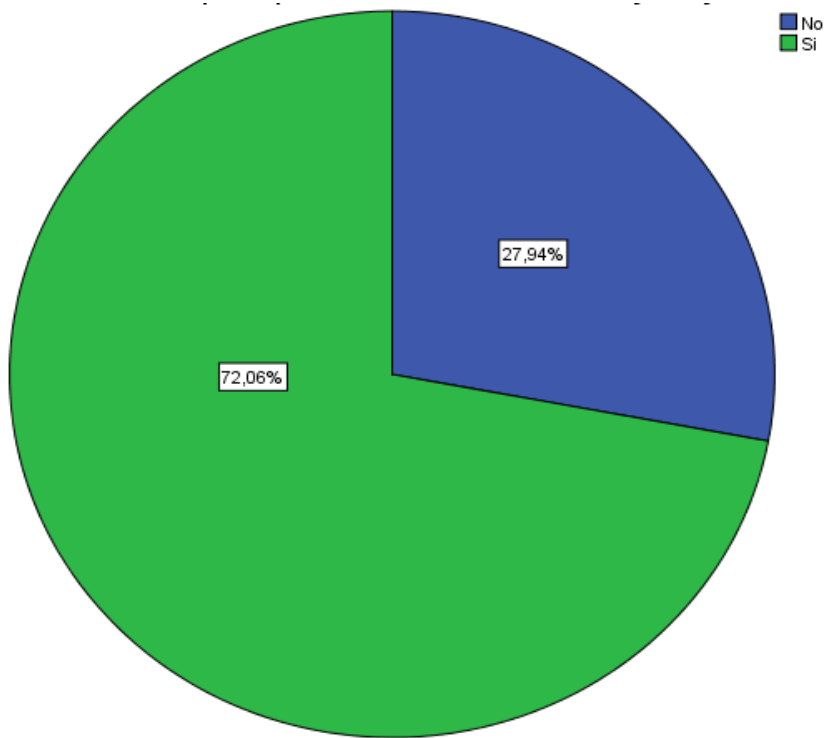
**Interpretación:** Según la tabla 16 y su respectiva figura, del total de los clientes encuestados, se muestra que el 80,88% manifestó que cuando desea saber acerca de los platos que se ofrecen los trabajadores si le brindan una respuesta eficiente, mientras que el 19,12% manifestó que cuando desea saber no le brindan una respuesta eficiente.

**Tabla 17.**

**Considera que el personal del restaurante le ayuda y atiende sus pedidos**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido No	19	27,9	27,9	27,9
Si	49	72,1	72,1	100,0
Total	68	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes del Restaurante Cocos Club



**Figura 17.** Gráfico circular, considera que el personal del restaurante le ayuda y atiende sus pedidos.

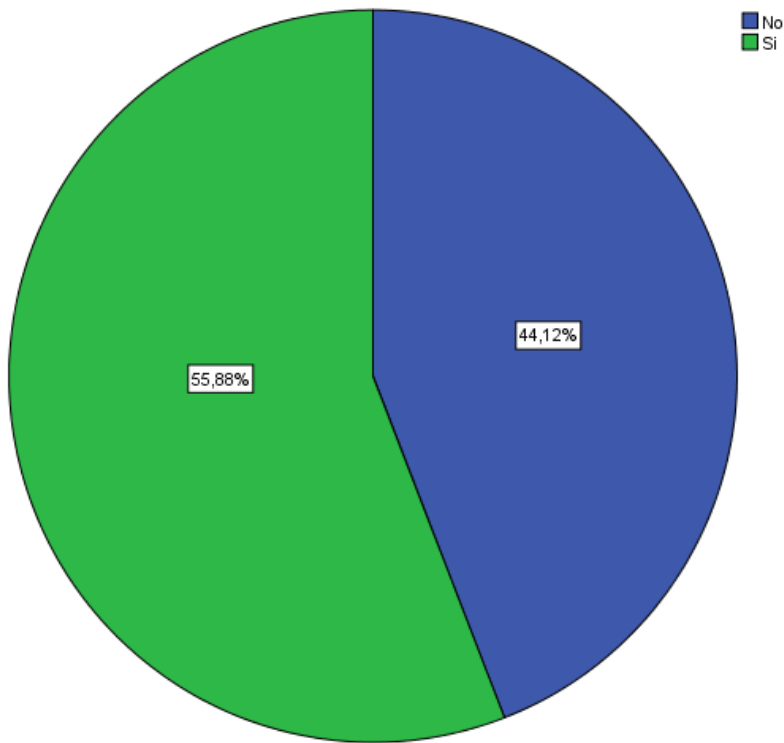
**Interpretación:** Según la Tabla 17 y su respectiva figura, del total de los clientes encuestados, el 72,06% consideró que el personal del restaurante le ayuda y atiende sus pedidos, mientras que el 27,94% consideró que el personal del Restaurante no le ayuda y atiende sus pedidos.

**Tabla 18.**

**Cuando acude al restaurante lo reciben amablemente y le brindan buena acogida**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido No	30	44,1	44,1	44,1
Si	38	55,9	55,9	100,0
Total	68	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes del Restaurante Cocos Club



**Figura 18.** Gráfico circular, cuando acude al restaurante lo reciben amablemente y le brindan buena acogida

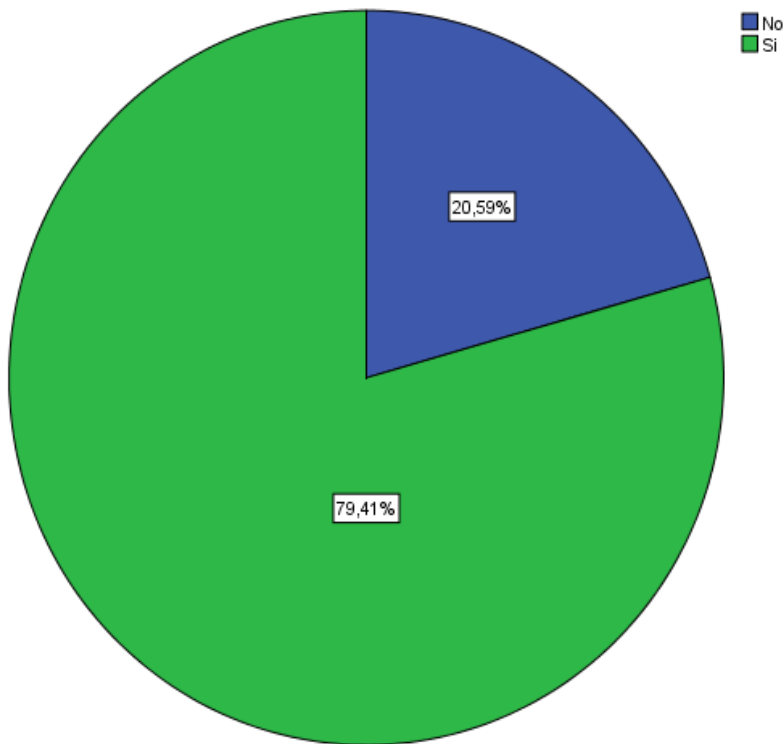
**Interpretación:** Según la tabla 18 y su respectiva figura, del total de los clientes encuestados, el 55,88% manifestó que cuando acude al restaurante lo reciben amablemente y le brindan buena acogida, mientras que el 44,12% manifestó que cuando acude al restaurante no lo reciben amablemente y no le brindan buena acogida.

**Tabla 19.**

**Considera que el personal le brinda información acerca del servicio que se ofrece**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido No	14	20,6	20,6	20,6
Si	54	79,4	79,4	100,0
Total	68	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes del Restaurante Cocos Club



**Figura 19.** Gráfico circular, considera que el personal le brinda información acerca del servicio que se ofrece

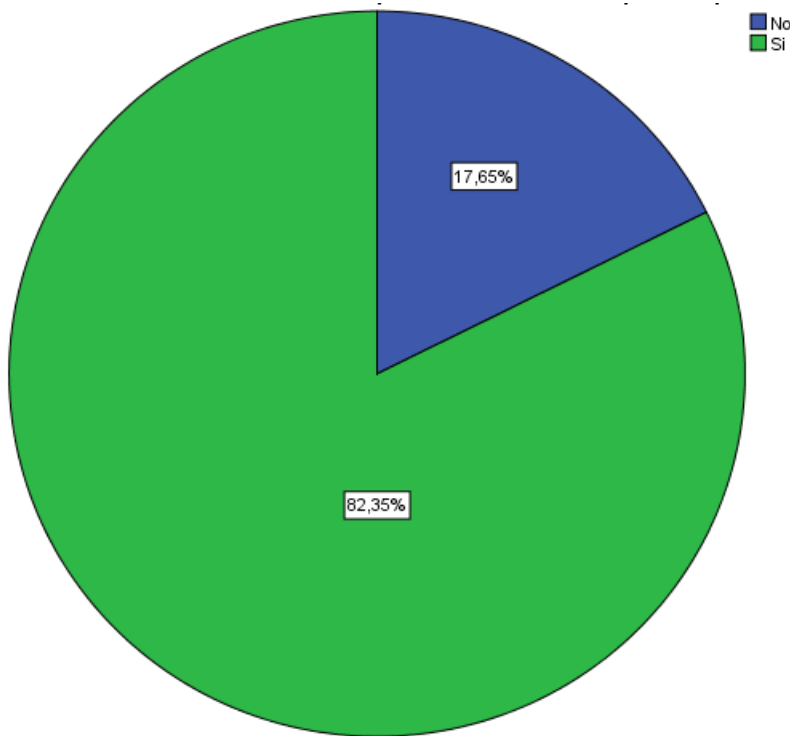
**Interpretación:** Según la tabla 19 y su respectiva figura, del total de los clientes encuestados, el 79,41% consideró que el personal le brinda información acerca del servicio que se ofrece, mientras que el 20,59% consideró que el personal no le brinda información acerca del servicio que se ofrece.

**Tabla 20.**

**Se brinda una buena presentación de los platos que le ofrecen**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido No	12	17,6	17,6	17,6
Si	56	82,4	82,4	100,0
Total	68	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes del Restaurante Cocos Club



**Figura 20.** Gráfico circular, se brinda una buena presentación de los platos que se ofrecen

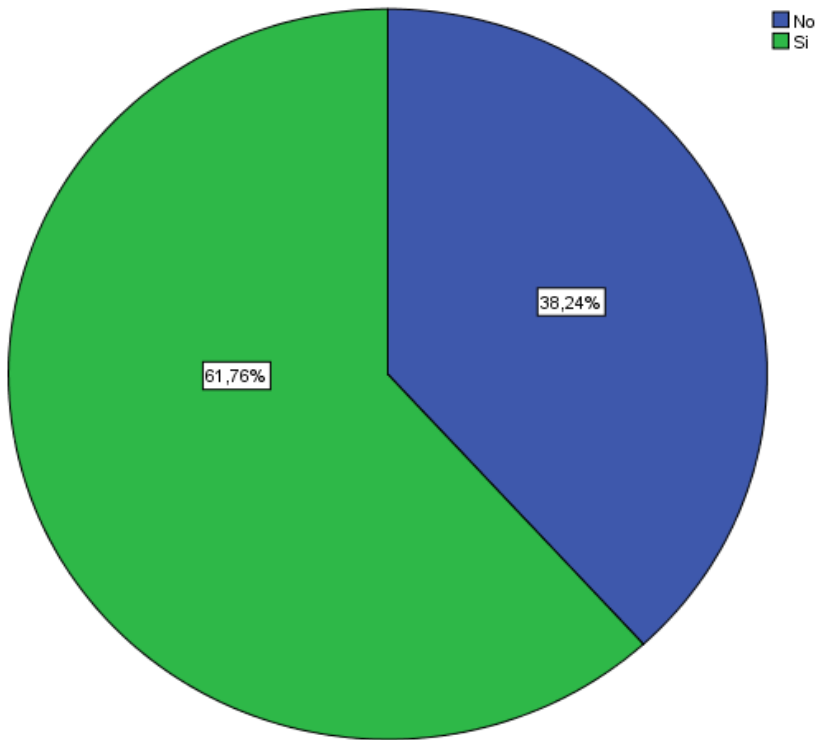
**Interpretación:** Según la tabla 20 y su respectiva figura, del total de los clientes encuestados, el 82,35% manifestó que se brinda una buena presentación de los platos que se ofrecen, mientras que el 17,65% manifestó que no se brinda una buena presentación de los platos que se ofrecen.

**Tabla 21.**

**El personal se despide de una manera cortés y lo invita a que regrese**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido No	26	38,2	38,2	38,2
Si	42	61,8	61,8	100,0
Total	68	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes del Restaurante Cocos Club



**Figura 21.** Gráfico circular, el personal se despide de una manera cortés y lo invita a que regrese

**Interpretación:** Según la tabla 21 y su respectiva figura, del total de los clientes encuestados, el 61,76% consideró que el personal se despide de una manera cortés y lo invita a que regrese, mientras que el 38,24% consideró que el personal no se despide de una manera cortés y no lo invita a que regrese.

## 5.2 Análisis de Resultados

### 5.2.1 Análisis de resultados objetivo específico 1: Describir los principios de la gestión de calidad.

- Según la tabla 1 y su respectiva figura, del total de trabajadores encuestados el 80% mostró interés por conocer los gustos y necesidades de los clientes, este resultado coincide con González y Arciniegas (2016) quien menciona que las organizaciones dependen de sus clientes y por lo tanto deben comprender y conocer los gustos y necesidades de los clientes. Contrasta con lo que menciona Ccuno (2019) que el 56,67% están de acuerdo con que el servicio del restaurante responde a las necesidades de los clientes.
- Según la tabla 2 y su respectiva figura, del total de trabajadores encuestados el 60% opinó que el dueño si permite la participación de todo el equipo y toma en cuenta las opiniones del mismo, esto coincide con Godos (2018) quien menciona que el 77% de los encuestados considera que sus opiniones son tomadas en cuenta dentro del restaurante.
- Según la tabla 3 y su respectiva figura, del total de trabajadores encuestados el 90% consideró que la amabilidad y cortesía ayuda a satisfacer las necesidades de los clientes, tiene contraste con Bueno (2018) quien define que la eficacia y amabilidad en la organización permiten satisfacer las necesidades de los clientes. Esto coincide con Monje (2016) quien concluyó que el 95% de encuestados está totalmente de acuerdo que los empleados tratan cortésmente a los clientes.
- Según la tabla 4 y su respectiva figura, del total de trabajadores encuestados, el 80% manifestó que es importante la buena relación dentro del restaurante. Este

resultado contrasta con Zambrana quien afirma que el cliente espera que haya una buena relación entre el servicio prestado por el personal, la confianza y la comunicación son fundamentales, haciendo que la relación ayude a conseguir el éxito en la empresa. Sea semeja a con Cano (2017) quien manifestó que el 73% afirman que están totalmente con el mantenimiento de relaciones en el restaurante.

- Según la tabla 5 y su respectiva figura, del total de trabajadores encuestados, el 80% respondió que la mejora constante del servicio que se ofrece es importante para alcanzar los objetivos fijados en el restaurante, esto contrasta con Martínez (2014) quien menciona que la calidad, los objetivos, las responsabilidades, los implanta por medios tales como la planificación, el control y aseguramiento de la calidad, establecen los objetivos y los requisitos para la calidad. Esto contrasta con Montalbán (2018) quien concluyó que el 75% de los encuestados indica que la mejora del servicio ayuda a alcanzar los objetivos de la empresa.
- Según la tabla 6 y su respectiva figura, del total de trabajadores encuestados, el 70% manifestó que las decisiones que toma el dueño si se basan en el análisis de datos. Esto contrasta con Amat (2008) quien define que el análisis de datos se utiliza para diagnosticar la situación de la empresa con el fin de tomar las decisiones adecuadas.
- Según la tabla 7 y su respectiva figura, del total de trabajadores encuestados el 80% consideró que, si existe un trato formal con sus proveedores, Gonzales y Arciniegas (2106) afirmó que las decisiones eficaces se basan en el análisis de datos y la información en la organización. Esto contrasta con Campos (2019)



quien manifiesta que el 73% de los encuestados indica que tratan a los proveedores como cliente exclusivo.

### **5.2.2 Análisis de resultados objetivo específico 2: Describir los beneficios de la gestión de calidad**

- Según la tabla 8 y su respectiva figura, del total de trabajadores encuestados, el 80% consideró que, si se brinda un buen servicio de calidad. Este resultado coincide con López (2016) quien afirma que la calidad de un producto o servicio debe ser eficaz para poder lograr confianza en los clientes, este resultado contrasta con Cano (2017) quien afirma que el 64% de los encuestados están totalmente de acuerdo con la calidad del servicio que se brinda.
- Según la tabla 9 y su respectiva figura, del total de trabajadores encuestados, el 60% consideró que, si es necesario minimizar costos en una organización, esto contrasta con López (2016) quien opina que la reducción de costos es un proceso permanente que busca mejorar la rentabilidad y productividad de la empresa, este resultado contrasta con Montalbán (2018) quien concluyó que el 88% de los encuestados consideran reducir costos ya que ayudará a obtener más ingresos.
- Según la tabla 10 y su respectiva figura, del total de trabajadores encuestados, el 70% opinó que la imagen de una empresa depende de la buena gestión que se realiza. Coincide con López (2006) muchas veces se debe mejorar su imagen, ya que es indispensable contar con un certificado de calidad para inspirar confianza en los clientes. Asimismo, se asemeja con Campos (2019) quien

indica que el 61% de los encuestados consideran que la imagen que brinda el restaurante es el adecuado para seguir eligiéndole.

- Según la tabla 11 y su respectiva figura, del total de trabajadores encuestados el 90% consideró que la buena atención determina la calidad del servicio en la satisfacción de los clientes. Pérez (2010) menciona las empresas se orienten hacia la búsqueda de la satisfacción de las expectativas de los clientes como forma de sostener su ventaja competitiva en un mercado cada vez más cambiante. Este resultado se asimila a Pérez (2014) el 67% de los encuestados se encontraron satisfechos con la calidad de servicio que ofrece el restaurante.
- Según la tabla 12 y su respectiva figura, del total de trabajadores encuestados, el 60% consideró que, si han visto mejoras en el restaurante, Pérez (2006) manifestó que la organización debe establecer e implementar y mejorar de forma continua los beneficios y que se brinde un buen sistema de Gestión de Calidad de acuerdo a los procesos adecuados y lograr mejoras en la empresa. Este resultado coincide con Campos (2019) quien manifiesta que el 71% de los encuestados afirma que la empresa ha mejorado en sus productos o servicios en el restaurante.

### **5.2.3 Análisis de resultados objetivo específico 3: Detallar las actitudes de atención al cliente**

- Según la tabla 13 y su respectiva figura, del total de clientes encuestados, el 69,12% consideró que el personal mantiene un trato cordial y es paciente para resolver sus dudas, este resultado se asemeja a Dedios (2019) quien menciona que el 67% de los encuestados actúa con rapidez a la hora de resolver las dudas que se presentan.

- Según la tabla 14 y su respectiva figura, del total de clientes encuestados, el 79,41% manifestó que cuando tienen alguna duda le resuelven y brindan una solución aceptable, según Paz (2007) nos afirma que cuando se tiene alguna duda se resuelve y brinda una solución hacia los clientes. Este resultado contrasta con Rosas (2019) quien menciona que el 93.94% señalan que los trabajadores siempre están disponibles para escuchar al cliente.
- Según la tabla 15 y su respectiva figura, del total de clientes encuestados, el 79,41% consideró que el personal debe ser buen motivador para ayudarlo a satisfacer sus necesidades, Este resultado tiene contraste con Pérez (2010) quien afirmó que los clientes esperan que los atiendan bien, en las empresas esto ha contribuido a que se orienten hacia la búsqueda de la satisfacción y las expectativas de los clientes como forma de sostener su ventaja competitiva en un mercado cada vez más cambiante. Contrasta con Mendoza (2018) quien indica que el 47,9% de los encuestados se encuentran motivados al realizar sus actividades y en la satisfacción de las necesidades de los clientes.
- Según la tabla 16 y su respectiva figura, del total de clientes encuestados, el 80,88% manifestó que cuando desea saber acerca de los platos que se ofrecen los trabajadores si le brindan una respuesta eficiente. Cortes (2017) define que la calidad pone en marcha un sistema que anima a las organizaciones a identificar y analizar los requisitos del cliente, a definir unos procesos que proporcionen productos aceptables por el cliente. Esto se asemeja a Ccuno (2019) quien afirma que el 80% de los empleados demuestran estar capacitados para responder las preguntas de los clientes,

- Según la tabla 17 y su respectiva figura, del total de clientes encuestados, el 72,06% consideró que el personal del restaurante le ayuda y atiende sus pedidos. Este resultado tiene contraste con González & Arciniegas, (2016) quien afirma que personal a todos los niveles, es la esencia de una organización, y su total compromiso posibilita que sus habilidades sean usadas para el beneficio de la organización.

#### **5.2.4 Análisis de resultados objetivo específico 4: Describir las técnicas de atención al cliente**

- Según la tabla 18 y su respectiva figura, del total de clientes encuestados, el 55,88% manifestó que cuando acude al restaurante lo reciben amablemente y le brindan buena acogida, según Paz (2007) manifestó que es importante ofrecer una cálida acogida al cliente, brindarle el saludo, presentación y puesta a disposición. Contrasta con Rosas (2019) quien afirma que el 84.85% indican que el personal es comprensivo y amable con el cliente.
- Según la tabla 19 y su respectiva figura, del total de clientes encuestados, el 79,41% consideró que el personal le brinda información acerca del servicio que se ofrece, este resultado coincide con el resultado de Campos (2019) quien concluyó que el 89% de los clientes encuestados indica que el personal ofrece información del servicio o productos que se ofrece, estando motivados al momento de atenderlos.
- Según la tabla 20 y su respectiva figura, del total de clientes encuestados, el 82,35% manifestó que se brinda una buena presentación de los platos que se ofrecen. Esto coincide con Campuzano (2016) quien manifestó que el 82% brinda buena presentación en los platos.

- Según la tabla 21 y su respectiva figura, del total de clientes encuestados, el 61,76% consideró que el personal se despide de una manera cortés y lo invita a que regrese. Contrasta con Paz (2007) quien define que el cliente espera que el personal sea cortés a la hora que se despide e invitándolos a que regresen y verle nuevamente, ya que se dispone para cualquier otra necesidad o servicio que puedan satisfacerle. Este resultado se asemeja a Cano (2017) quien manifestó que el 73% de los encuestados están totalmente de acuerdo con el mantenimiento de relaciones con los clientes.

## VI. Conclusiones

- Con respecto a los principios de la gestión de calidad, los resultados permitieron afirmar que la empresa cumple con los principios de la gestión de calidad, predominando la amabilidad y cortesía del personal para lograr complacer a los clientes y obtener los resultados fijados por la empresa, seguido de la relación provechosa con los proveedores para poder contar con productos a bajos costos mediante estrategias que beneficien a ambos.
- Con respecto al objetivo de describir los beneficios de la gestión de calidad, el restaurante se basa en estos beneficios para satisfacer a sus clientes, predominando la calidad del producto para sobrepasar las expectativas del cliente y el beneficio de satisfacción a los clientes para que siempre acudan al restaurante.
- Con respecto al objetivo de detallar las actitudes al cliente son una parte esencial de la atención al cliente, predominando la respuesta del personal con un trato cordial a los clientes, seguido de la flexibilidad de los trabajadores con los clientes, si desean saber algo les brindan respuestas y se sienten agradecidos por la atención que se les brinda cuando acuden al restaurante.
- Respecto al objetivo de describir las técnicas de atención al cliente que de ellas dependen las ventas para ayudarle a satisfacer las necesidades a los clientes, predominando la presentación de los platos y la técnica de indagación, porque ellos saben lo que quieren, necesitan saber sobre los platos del restaurante, esperando tener una respuesta eficaz y poder satisfacer sus gustos y necesidades.

## Referencias bibliográficas

### Bibliografía

- Alcalde, P. (2009). *Calidad*. Madrid: Copyright Paraninfo, S.A. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=M4KKceSe3f4C&printsec=frontcover&dq=calidad&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjCqtjq6PDXAhXLUN8KHTMPCqsQ6wEIJTAA#v=onepage&q=calidad&f=false>
- Amat Salas, O. (2008). *Análisis Económico- Financiero* (Gestión 2000 ed.). España, España. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=GORJy-Ln1LcC&printsec=frontcover&dq=analisis+de+datos+en+una+empresa&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjV3qOugZXmAhWQ1FkKHWGvA38Q6AEIXzAH#v=onepage&q=analisis%20de%20datos%20en%20una%20empresa&f=false>
- Aspilcueta, J. (23 de julio de 2012). *MYPES en el peru*. Obtenido de monografias: [http://www.monografias.com/usuario/perfiles/jaqueline\\_aspilcueta\\_rivera/monografias](http://www.monografias.com/usuario/perfiles/jaqueline_aspilcueta_rivera/monografias)
- Bravo, N., & Nima, Á. (2015). *Gestión de la calidad para el transporte turístico exclusivo terrestre en el municipio la Paz*. La Paz: Universidad Mayor de San Andrés. Obtenido de <https://repositorio.umsa.bo/bitstream/handle/123456789/13773/PG-3606.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Bueno Martínez, M. (2018). *Gestión de calidad en atención al cliente en las Micro y Pequeñas empresas, sector servicio, rubro restaurantes en la urba 21 de abril, Chimbote 2016*. Chimbote: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/8228>
- Campos Chavez, R. (2019). *Caracterización de la gestión de calidad y la atención al cliente en las Micro y Pequeñas empresas de servicios rubro restaurantes en el distrito de Sullana año 2018*. Sullana: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Obtenido de [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/10566/ATENCION\\_DE\\_CALIDAD\\_GESTION\\_DE\\_CALIDAD\\_CAMPOS\\_CHAVEZ\\_ROXANA\\_MAGALI.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/10566/ATENCION_DE_CALIDAD_GESTION_DE_CALIDAD_CAMPOS_CHAVEZ_ROXANA_MAGALI.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Campuzano, S. (2016). *Análisis de la calidad de servicio del restaurante rock sport café, para la implementación de mejora de calidad*. Guayaquil: Universidad de Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/14976/1/AN%20LA%20CALIDAD%20DE%20SERVICIO%20DEL%20RESTAURANTE%20ROCK%20SPORT%20CAF%20PARA%20LA%20IMPLEMENTACION%20DE%20MEJ.pdf>
- Cano Saldaña, D. M. (2017). *Gestión de calidad de la atención al cliente y la satisfacción en las Micro y Pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes: Caso restaurante "La Rinconada" en la ciudad de Huarney 2016*. Piura. Chimbote:

- Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Obtenido de [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/11939/SATISFACCION\\_%20CANO\\_SALDANA\\_DORIS\\_MARGARITA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/11939/SATISFACCION_%20CANO_SALDANA_DORIS_MARGARITA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Carbo, L. (2015). *Análisis para la mejora de la calidad del servicio restaurante "La Casa Blanca" de la comunidad Montañita Provincia de Santa Elena año 2015*. Proyecto para optar el título de Licenciado en Turismo y Hotelería, Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/8663/1/TESIS%20LISSETTE%20CARBO.pdf>
- Ccuno Quispe, M. (2019). *La gestión de calidad con el enfoque en atención al cliente de las MYPES del sector servicio rubro restaurantes del distrito de Putiña año 2019*. Juliaca: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/11909>
- Chumacero Velasco, M. (2019). *La gestión de calidad y la atención al cliente de los restaurantes del distrito de Pacaipampa, año 2019*. Piura. Sullana: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Obtenido de [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/14824/RESTAURANTE\\_MYPE\\_CHUMACERO\\_VELASCO\\_MELITZA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/14824/RESTAURANTE_MYPE_CHUMACERO_VELASCO_MELITZA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Cortés Sánchez, J. M. (2017). *Sistemas de Gestión de calidad (ISO 9001:2015)* (1° edición ed.). España, España. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=RhkwDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=gestion+de+calidad&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjOkIm99vTIAhWVHrkGHemrAKM4ChDoAQgnMAA#v=onepage&q&f=false>
- Cuatrecasas Arbós, L. (2012). *Gestión de la Calidad Total* (Díaz de Santos ed.). Madrid: Copyright. Obtenido de [https://books.google.com.pe/books?id=W\\_kh5TLr7uAC&pg=PA575&dq=Cuatrecasas+\(2012\),+%E2%80%9Cla+calidad+es+el+conjunto+de+caracter%C3%ADsticas+que+posee+un&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjU7o\\_U9pzIAhUyILkGHQf\\_A2oQ6AEIJzAA#v=onepage&q=Cuatrecasas%20\(2012\)%2C%20%E2%80](https://books.google.com.pe/books?id=W_kh5TLr7uAC&pg=PA575&dq=Cuatrecasas+(2012),+%E2%80%9Cla+calidad+es+el+conjunto+de+caracter%C3%ADsticas+que+posee+un&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjU7o_U9pzIAhUyILkGHQf_A2oQ6AEIJzAA#v=onepage&q=Cuatrecasas%20(2012)%2C%20%E2%80)
- Dedios López, M. A. (2019). *Gestión de calidad y atención al cliente de la Mype rubro restaurant cevicheria karaoke Ingrid de la Ciudad de Sullana ,año 2019*. Piura. Sullana: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Obtenido de [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/11471/GESTION\\_DE\\_CALIDAD\\_ATENCION\\_AL\\_CLIENTE\\_DEDIOS\\_LOPEZ\\_MERCEDES\\_ARACELLI.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/11471/GESTION_DE_CALIDAD_ATENCION_AL_CLIENTE_DEDIOS_LOPEZ_MERCEDES_ARACELLI.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Galeas, D. (2015). *Análisis de la gestión de la calidad para prestadores de servicios turísticos en la Isla de Luis y Cleo -Recinto Providencia- Provincia los Rios*. Trabajo de titulación de Grado previo a la obtención del título de Licenciada en Turismo Y Hotelería, Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/9763/1/TRABAJO%20DE%20TITULACION%20DE%20GRADO%20ULTIMA.pdf>



- García Cruz, F. E. (2015). *Caracterización de la atención al cliente y la capacitación en las Mype del rubro restaurantes del distrito de Lalaquiz -Huancabamba ,2015*. PIURA. Piura: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Obtenido de [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/2423/ATENCION\\_AL\\_CLIENTE\\_CAPACITACION\\_MYPE\\_GARCIA\\_FABIOLA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/2423/ATENCION_AL_CLIENTE_CAPACITACION_MYPE_GARCIA_FABIOLA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Godos Sanchez, P. (2018). *Caracterización de la competitividad y gestión de calidad de las Mype rubro restaurantes de la Ciudad de Talara año 2018*. Piura. Piura: Universidadn Católica los Ángeles de Chimbote. Obtenido de [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/7548/COMPETITIVIDAD\\_RESTAURANTE\\_GODOS\\_SANCHEZ\\_PABLO\\_ALEXIS.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/7548/COMPETITIVIDAD_RESTAURANTE_GODOS_SANCHEZ_PABLO_ALEXIS.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- González, Ó., & Arciniegas, J. (2016). *Sistemas de Gestión de Calidad* (Primera Edición ed.). Bogotá: Andrés Delgado . Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=baUwDgAAQBAJ&pg=PT59&dq=Principios+de+la+Gesti%C3%B3n+de+calidad&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwj5r6vF8-7XAhVMRSYKHWEEDk04ChDoAQg8MAU#v=onepage&q=Principios%20de%20la%20Gesti%C3%B3n%20de%20calidad&f=false>
- Hernandez, R., Fernandez, C., & Baptista, L. (2006). *Metodología de la Investigación*. Mexico. Obtenido de [https://books.google.com.pe/books?id=76QzvwEACAAJ&dq=Fern%C3%A1ndez+y+Baptista+\(2006\),+se%C3%B1alan+que+se+requiere+de+la+aplicaci%C3%B3n+de+f%C3%B3rmula+estad%C3%ADstica+para+obtener+el+resultado+muestral+a+encuestar,+siendo+la+f%C3%B3rmula+a+aplicar+la+](https://books.google.com.pe/books?id=76QzvwEACAAJ&dq=Fern%C3%A1ndez+y+Baptista+(2006),+se%C3%B1alan+que+se+requiere+de+la+aplicaci%C3%B3n+de+f%C3%B3rmula+estad%C3%ADstica+para+obtener+el+resultado+muestral+a+encuestar,+siendo+la+f%C3%B3rmula+a+aplicar+la+)
- Huamán Valencia, H. (2005). *Manual de técnicas de investigación* (2° edición ed.). Lima, Perú. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=OEHABAAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=QUE+ES+UNA+T%C3%89CNICA+de+investigacion&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjE7Pvar6vmAhXSGLkGHw07BmAQ6AEIzAA#v=onepage&q=QUE%20ES%20UNA%20T%C3%89CNICA%20de%20investigacion&f=false>
- Iborra, M., Dasí, Á., Dolz, C., & Ferrer , C. (2014). *Fundamentos de dirección de empresas* (2.a ed.). Madrid, España: Copyright Paraninfo. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=X9v7CAAAQBAJ&pg=PA96&dq=pestel+en+empresas&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjI0cz7K7IAhUKrVkkHUPHCKgQ6AEIzAA#v=onepage&q=pestel%20en%20empresas&f=false>
- Jara, R. (2011). *Plan de calidad de atención del servicio y la satisfacción del cliente en el restaurant turístico "El Mochica" Trujillo 2010*. Tesis para optar el título de Licenciado en Administración, Trujillo. Obtenido de [http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/3731/jara\\_m.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/3731/jara_m.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

- López, S. (2006). *Implantación de un Sistema de Calidad*. España: Ideaspropias. Obtenido de [https://books.google.com.pe/books?id=qdv2lr9yr3wC&pg=PA1&dq=Beneficios+que+aporta+la+Gesti%C3%B3n+de+calidad&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjL2bmO1u7XAhXCNSYKHa\\_yDT0Q6wEIKzAB#v=onepage&q=Beneficios%20que%20aporta%20la%20Gesti%C3%B3n%20de%20calidad&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=qdv2lr9yr3wC&pg=PA1&dq=Beneficios+que+aporta+la+Gesti%C3%B3n+de+calidad&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjL2bmO1u7XAhXCNSYKHa_yDT0Q6wEIKzAB#v=onepage&q=Beneficios%20que%20aporta%20la%20Gesti%C3%B3n%20de%20calidad&f=false)
- Luna, K. (2016). *Caracterización de la gestión de calidad de las Micro y Pequeñas empresas del sector servicio- rubro restaurantes en el distrito de Nuevo Chimbote, 2013*. Chimbote: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Obtenido de [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1374/GESTION\\_DE\\_CALIDAD\\_MYPES\\_LUNA\\_HUARINGA\\_KEVIN\\_ARNOLD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1374/GESTION_DE_CALIDAD_MYPES_LUNA_HUARINGA_KEVIN_ARNOLD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Martínez, R. (2016). *Calidad del servicio y satisfacción del cliente en restaurantes de comida marina Chimbote, 2016*. Chimbote: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Obtenido de [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1756/CALIDAD\\_SERVICIO\\_MARTINEZ\\_CHAVEZ\\_RICHARD\\_OSCAR.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1756/CALIDAD_SERVICIO_MARTINEZ_CHAVEZ_RICHARD_OSCAR.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Mendoza Cruz, B. (2018). *Caracterización de la competitividad y gestión de calidad en las Mype rubro restaurantes en Máncora año 2018*. Piura. Piura: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Obtenido de [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/7837/COMPETITIVIDAD\\_GESTION\\_DE\\_CALIDAD\\_MENDOZA\\_CRUZ\\_BETTY\\_ELIZABETH.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/7837/COMPETITIVIDAD_GESTION_DE_CALIDAD_MENDOZA_CRUZ_BETTY_ELIZABETH.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Monje, C. (2016). *Estrategias de atención al cliente y su relación con la calidad de servicio en el Snack El Reposo Chiclayo- 2015*. Pimentel: Universidad Señor de Sipan. Obtenido de <http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/uss/2288/Tesis%20de%20Monje%20Cubas%20Carlos.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Montalban Ramos, F. (2018). *Caracterización de la gestión de calidad y la competitividad en las Mype rubro restaurantes del AA.HH Almirante Miguel Grau-Piura año 2018*. PIURA. Piura: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Obtenido de [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/7870/COMPETITIVIDAD\\_MYPE\\_MONTALBAN\\_RAMOS\\_FRANK\\_JUNIOR.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/7870/COMPETITIVIDAD_MYPE_MONTALBAN_RAMOS_FRANK_JUNIOR.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Paredes Peraltilla, G. (2014). *Las preferencias gastronómicas del turista extranjero y la evaluación del servicio al cliente en el Restaurante "El Viñedo", Arequipa, 2012-2013*. Arequipa: Universidad Católica Santa María. Obtenido de <https://tesis.ucsm.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/UCSM/4921/79.0107.TH.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Paz Couso, R. (2007). *Atención al cliente (1ª edición ed.)*. España, España: Ideaspropias. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=0yCuHNwXIMIC&pg=PA21&dq=TECNICAS+>

EN+ATENCION+AL+CLIENTE&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjG5-rE5MLIAhWOJrkGHXKbCd4Q6AEIMDAB#v=onepage&q=TECNICAS%20EN%20ATENCION%20AL%20CLIENTE&f=false

- Paz Couso, R. (2007). *Atención al cliente* (1ª edición ed.). España, España: Ideaspropias. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=0yCuHNwXIMIC&pg=PA21&dq=TECNICAS+EN+ATENCION+AL+CLIENTE&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjG5-rE5MLIAhWOJrkGHXKbCd4Q6AEIMDAB#v=onepage&q=TECNICAS%20EN%20ATENCION%20AL%20CLIENTE&f=false>
- Pérez , C. (2014). *La calidad del servicio al cliente y su influencia en los resultados económicos y financieros de la empresa Restaurante Campestre SAC- Chiclayo periodo enero a septiembre 2011 Y 2012*. Tesis para optar el título de Contador Público, Chiclayo.
- Pérez , V. (2006). *Calida total en la Atención al cliente*. España: Ideaspropias. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=xXdBBinORegC&printsec=frontcover&dq=atenci%C3%B3n+al+cliente&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwiI5t72i-XAhVH5yYKHdv7AP8Q6wEINjAD#v=onepage&q=atenci%C3%B3n%20al%20cliente&f=false>
- Pérez Torres , V. (2010). *Calidad Total en la Atención al cliente* (1ª edición ed.). España, España: Ideaspropias. Obtenido de [https://books.google.com.pe/books?id=xXdBBinORegC&printsec=frontcover&dq=atencion+al+cliente&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiTm83p\\_PTIAhVBFlkGHXHTCC8Q6AEIPTAD#v=onepage&q=atencion%20al%20cliente&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=xXdBBinORegC&printsec=frontcover&dq=atencion+al+cliente&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiTm83p_PTIAhVBFlkGHXHTCC8Q6AEIPTAD#v=onepage&q=atencion%20al%20cliente&f=false)
- Rosas Rupay , D. M. (2019). *Atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las Micro y Pequeñas empresas de sector servicio, rubro restaurantes y de servicio movil de comidas, distrito de Huaraz, 2019*. Chimbote: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Obtenido de [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/14705/ATENCION\\_AL\\_CLIENTE\\_ROSAS\\_RUPAY\\_DEISY\\_MAYUMI.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/14705/ATENCION_AL_CLIENTE_ROSAS_RUPAY_DEISY_MAYUMI.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Salas Sánchez, J. (2017). *Sociedades reguladas por la Ley general de sociedades*. (P. U. Perú, Ed.) Fondo editorial. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=xt55swEACAAJ&dq=Es+la+unidad+econ%C3%B3mica+constituida+por+una+persona+natural+o+jur%C3%ADdica,+bajo+cualquier+forma+de+organizaci%C3%B3n+o+gesti%C3%B3n+empresarial+contemplada+en+la+legislaci%C3%B3n,+que+tiene+como+o>
- Sanchez Agurto, I. (2017). *Caracterización de la capacitación y gestión de calidad de las Mype del sector transporte de la Provincia de Sullana*. Sullana: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Obtenido de [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1681/CAPACITACION\\_GESTION\\_DE\\_CALIDAD\\_SANCHEZ\\_AGURTO\\_INGRID\\_YAJAIRA.pdf?sequence=1](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1681/CAPACITACION_GESTION_DE_CALIDAD_SANCHEZ_AGURTO_INGRID_YAJAIRA.pdf?sequence=1)
- Sunat. (19 de Febrero de 2019). *Iniciando mi negocio*. Recuperado el 09 de Julio de 2019, de Emprender: <http://emprender.sunat.gob.pe/que-beneficios-tengo>

- Torres, J. (2016). *Caracterización de la gestión de calidad en las Mypes del sector servicio - Rubro Cevicherías del P.J. Miraflores bajo de la ciudad de Chimbote, Año 2013*. Chimbote: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Obtenido de [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1058/MYPES\\_GESTION\\_DE\\_CALIDAD\\_TORRES\\_RISCO\\_JOSE\\_MIGUEL.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1058/MYPES_GESTION_DE_CALIDAD_TORRES_RISCO_JOSE_MIGUEL.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Udaondo, M. (1992). *Gestión de Calidad*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos, S.A. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=hoRIEGdLGxIC&printsec=frontcover&dq=Gesti%C3%B3n+de+la+calidad&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwi21t-j0-7XAhXC8CYKHVUaCoUJQ6wEITjAI#v=onepage&q=Gesti%C3%B3n%20de%20la%20calidad&f=false>
- Wigodski, J. (14 de julio de 2010). Recuperado el 09 de diciembre de 2017, de Metodología de la Investigación: <http://metodologiaeninvestigacion.blogspot.pe/2010/07/poblacion-y-muestra.html>
- Zambrana Martínez, M. J. (2015). *Servicio y atención al cliente en restaurantes*. ELEARNINGS.L. Recuperado el 1 de Diciembre de 2019, de <https://books.google.com.pe/books?id=k7pWDwAAQBAJ&pg=PA86&dq=buena+relacion+con+el+cliente+en+restaurantes&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwis7vHrxZXmAhUvxVkkHUSxAj0Q6AEIJzAA#v=onepage&q=buena%20relacion%20con%20el%20cliente%20en%20restaurantes&f=false>

# **ANEXOS**

### Anexo 1: Cronograma de actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																	
N°	Actividades	Año 2019								Año .....							
		Semestre I				Semestre II				Semestre I				Semestre II			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Elaboración del Proyecto	X															
2	Revisión del proyecto por el jurado de investigación		X														
3	Aprobación del proyecto por el Jurado de Investigación			X													
4	Exposición del proyecto al Jurado de Investigación				X												
5	Mejora del marco teórico y metodológico					X											
6	Elaboración y validación del instrumento de recolección de Información						X										
7	Elaboración del consentimiento informado (*)							X									
8	Recolección de datos								X								
9	Presentación de resultados									X							
10	Análisis e Interpretación de los resultados										X						
11	Redacción del informe Preliminar											X					
13	Revisión del informe final de la tesis por el Jurado de Investigación												X				
14	Aprobación del informe final de la tesis por el Jurado de Investigación													X			
15	Presentación de ponencia en jornadas de investigación														X		
16	Redacción de artículo científico															X	

## Anexo 2: Presupuesto del proyecto

<b>Presupuesto desembolsable (Estudiante)</b>			
<b>Categoría</b>	<b>Base</b>	<b>% o número</b>	<b>Total (S/.)</b>
<b>Suministros (*)</b>			
• Impresiones			
• Fotocopias			
• Empastado			
• Papel bond A-4 (500 hojas)			
• Lapiceros			
<b>Servicios</b>			
• Uso de Turnitin	50.00	2	100.00
<b>Sub total</b>			
<b>Gastos de viaje</b>			
• Pasajes para recolectar información	10.00		
<b>Sub total</b>			
<b>Total, de presupuesto desembolsable</b>			
<b>Presupuesto no desembolsable (Universidad)</b>			
<b>Categoría</b>	<b>Base</b>	<b>% o número</b>	<b>Total (S/.)</b>
<b>Servicios</b>			
• Uso de Internet (Laboratorio de Aprendizaje Digital - LAD)	30.00	4	120.00
• Búsqueda de información en base de datos	35.00	2	70.00
• Soporte informático (Módulo de Investigación del ERP University - MOIC)	40.00	4	160.00
• Publicación de artículo en repositorio institucional	50.00	1	50.00
<b>Sub total</b>			400.00
<b>Recurso humano</b>			
• Asesoría personalizada (5 horas por semana)	63.00	4	252.00
<b>Sub total</b>			252.00
<b>Total, de presupuesto no desembolsable</b>			652.00
<b>Total (S/.)</b>			904.00

### **Anexo 3: Cuestionario**

Estimados trabajadores del restaurante Cocos Club, Distrito de Marcavelica, espero de su colaboración respondiendo con veracidad el presente cuestionario.

Instrucciones:

Lea detenidamente cada pregunta formulada marcando con un aspa o círculo.

#### **Variable: Gestión de calidad**

1. ¿Se muestra interesado por conocer los gustos y necesidades de los clientes?

SI

NO

2. ¿El dueño del restaurante permite la participación de todo el equipo y toma en cuenta las opiniones del mismo?

SI

NO

3. ¿Ud. como trabajador considera que debe ser amable y cortés para ayudar a satisfacer las necesidades de los clientes?

SI

NO

4. ¿Considera que es importante la buena relación dentro del restaurante para poder lograr el éxito?

SI

NO

5. ¿Ud. cree que la mejora constante del servicio que se ofrece es importante para alcanzar los objetivos fijados en el restaurante?

SI

NO



6. ¿Las decisiones que toma el dueño del restaurante se basan en el análisis de datos?

SI

NO

7. ¿Existe un trato formal con sus proveedores para que estos lo tengan como un cliente exclusivo?

SI

NO

8. ¿Ud. que labora en el restaurante, cree que se brinda un buen servicio de calidad?

SI

NO

9. ¿Considera que es necesario minimizar costos en una organización?

SI

NO

10. ¿La imagen de una empresa depende de la buena gestión que se realiza?

SI

NO

11. ¿La buena atención determina la calidad del servicio en la satisfacción de los clientes?

SI

NO

12. ¿Durante el tiempo que labora en el restaurante ha visto mejoras?

SI

NO

**Variable: Atención al cliente**

Estimados clientes del Restaurante Campestre Cocos Club, Distrito de Marcavelica, espero de su colaboración respondiendo con veracidad el presente cuestionario.

1. ¿Considera que el personal del restaurante mantiene un trato cordial y es paciente para resolver sus dudas?

SI

NO

2. ¿Cuándo tiene alguna duda le resuelven y brindan una solución aceptable?

SI

NO

3. ¿Cree que el personal debe ser buen motivador para ayudarlo a satisfacer sus necesidades?

SI

NO

4. ¿Cuándo desea saber acerca de los platos que se ofrecen, los trabajadores le brindan una respuesta eficiente?

SI

NO

5. ¿Considera que el personal del restaurante le ayuda y atiende sus pedidos?

SI

NO

6. ¿Cuándo acude al restaurante lo reciben amablemente y le brindan buena acogida?

SI

NO

7. ¿Considera que el personal le brinda información acerca del servicio que se ofrece?

SI

NO

8. ¿Se brinda una buena presentación de los platos que le ofrecen?

SI

NO

9. ¿El personal se despide de una manera cortés y lo invita a que regrese?

SI

NO

## Anexo 4: Consentimiento informado



“Año del Diálogo y la Reconciliación Nacional”.

Sullana Septiembre, 2018.

**Oficio N.º 001-144 - 2018 DTI ULADECH/CDRR**

Señor: Luis Aguirre Zapata; – Gerente y Propietario de Restaurante “Cocos Club”-  
Marcavelica.


Asunto: Solicito permiso.

Tengo el agrado de dirigirme a Ud., para manifestarle que, estamos realizando un estudio de investigación con el objetivo de: Determinar las características de la Gestión de calidad bajo el enfoque de la Atención al cliente del Restaurante Campestre Cocos Club, en el distrito de Marcavelica, año 2017. Nos gustaría presentarle una hoja informativa sobre las razones del estudio, luego de eso Ud. Decidirá si desea continuar en el presente estudio. Luego de haber aceptado participar, procederá a llenar la siguiente encuesta, en ella solo debe llenar los cuadros vacíos y marcar la opción que corresponda a su respuesta. Agradecemos de antemano su participación.

Aprovecho la oportunidad para expresarle los sentimientos de mi mayor consideración y deferente estima personal.

Dios Guarde a Ud.

  
Mg. ADM. EMP. Carlos David Ramos Rosas  
DOCENTE TUTOR ULADECH  
CLAD 03509

  
R.U.C - 10093286761



“Año del Diálogo y la Reconciliación Nacional”.

**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE  
CHIMBOTE (ULADECH Católica)**

**Instituto de Investigación (IIU)**

**CARACTERÍSTICAS DE LA GESTIÓN DE CALIDAD BAJO  
EL ENFOQUE DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN EL  
RESTAURANTE CAMPESTRE COCOS CLUB EN EL  
DISTRITO DE MARCAVELICA, AÑO 2017**

**Investigador principal:** Mgtr. Carlos David Ramos Rosas (Universidad Católica los  
Ángeles de Chimbote)

**Fecha de Versión:** 09 de setiembre, 2018 (Versión 1.0)


---

*Detalles e indicaciones:*

Estimado Empresarios,

Estamos realizando un estudio de investigación con el objetivo de:  
Determinar las características de la gestión de calidad bajo el enfoque de  
la atención al cliente del Restaurante Campestre Cocos Club en el distrito de  
Marcavelica, año 2017. Nos gustaría presentarle una hoja informativa  
sobre las razones del estudio, luego de eso Ud. Decidirá si desea  
continuar en el presente estudio. Luego de haber aceptado participar,  
procederá a llenar la siguiente encuesta, en ella solo debe llenar los  
cuadros vacíos y marcar la opción que corresponda a su respuesta.  
Agradecemos de antemano su participación.

  
Mgtr. ADM. EMP. Carlos David Ramos Rosas  
DOCENTE TUTOR ULADECH  
CLAD 03509

  
R.U.C - 10093286767



"Año del Diálogo y la Reconciliación Nacional".

## Consentimiento Informado

### Propósito del proyecto de investigación

El propósito de este estudio es Determinar las características de la Gestión calidad bajo el enfoque de la atención al cliente del Restaurante Campestre Cocos Club en el distrito de Marcavelica, año 2017.

### ¿Por qué le pedimos participar?

Estamos solicitando su participación como voluntario en un estudio de investigación que tiene gran importancia por cuanto llenara el vacío de conocimiento debido a que no existe reporte de las características de la gestión de la calidad bajo el enfoque de la atención al cliente del Restaurante Cocos Club, distrito de Marcavelica, año 2017.

### Procedimientos

Si Ud. accede participar, le pediremos que complete un cuestionario estructurado de Gestión de Calidad y Atención al cliente, como instrumento de recolección de datos, mediante la técnica de la encuesta a una muestra poblacional que se calculará de la población de Sullana. El cuestionario demora aproximadamente 20 minutos.

### Riesgos/molestias

Este estudio no representa ningún riesgo para la Mype que administra.

### Beneficios

El estudio no presenta ningún beneficio para usted, pero podría beneficiar a la ciencia ya que reportará un panorama de las características de la gestión bajo el enfoque de la atención al cliente del Restaurante Cocos Club, distrito de Marcavelica, año 2017.

### Pago por participación

Su participación en este estudio es completamente voluntaria. Nosotros no pagamos por su participación.

### Protegiendo la confidencialidad de los datos

Toda la información recogida en este estudio será manejada con rigurosa confidencialidad. Aunque se coleccionará su nombre y de la MYPE para propósitos del estudio, no los usaremos rutinariamente. Y toda la información recolectada será guardada en bases de datos protegidas con contraseñas. Usted no será identificable ya que solo números serán usados en vez de nombres en las bases de datos.

  
MSc. ACUL. ZMP. Carlos David Ramos Poma  
DOCENTE TUTOR ULADECH  
CLAD 03509



“Año del Diálogo y la Reconciliación Nacional”.

**Compartiendo su información con otros**

Los resultados de este estudio podrían presentarse en revistas o conferencias científicas, pero sin su nombre y sin ninguna información que pueda identificarlo. Su nombre no aparecerá en ninguna publicación de este estudio.

**¿A quién debo llamar si tengo dudas o problemas?**

- Llame al investigador principal, Mgr. Carlos David Ramos Rosas al teléfono 955943115 sobre cualquier pregunta, duda o queja que crea se relacione al estudio.
- Llame o contacte a la oficina del Comité Institucional de Ética en Investigación de la ULADECH Católica. Contacte al Comité Institucional de Ética si siente que no ha sido tratado justamente o si tiene alguna otra preocupación. La información del Comité Institucional de Ética es la siguiente:

Dra. Carmen Gorriti Siappo

Presidente del Comité Institucional de Ética en Investigación de la ULADECH Católica

Teléfono: (+51043) 327-933.


E-mail: [cgorritis@gmail.com](mailto:cgorritis@gmail.com)

**Declaración del participante**

El estudio descrito me ha sido explicado, y yo voluntariamente doy mi consentimiento para participar en este estudio. Si tengo preguntas futuras acerca del estudio, éstas serán contestadas por uno de los investigadores listados en el punto anterior.

Doy permiso a los investigadores para:

- Usar la información colectada en este estudio Si - No

  
R.U.C. - 10093286761

## Anexo 5: Base de datos

### Variable: Gestión de calidad

	P. 1	P. 2	P. 3	P. 4	P. 5	P. 6	P. 7	P. 8	P. 9	P. 10	P. 11	P. 12
trabajador 1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
trabajador 2	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
trabajador 3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
trabajador 4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
trabajador 5	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
trabajador 6	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1
trabajador 7	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
trabajador 8	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
trabajador 9	1	0	1	1	1	0	1	1	0	0	1	0
trabajador 10	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0



**Variable: Atención al cliente**

	P. 1	P. 2	P. 3	P. 4	P. 5	P. 6	P. 7	P. 8	P. 9
cliente 1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
cliente 2	1	1	1	1	1	1	1	1	1
cliente 3	1	1	1	1	1	1	1	1	1
cliente 4	1	1	1	1	1	1	0	1	1
cliente 5	1	1	1	1	1	1	0	1	1
cliente 6	1	1	1	1	1	1	0	1	1
cliente 7	0	0	0	0	0	0	0	1	1
cliente 8	1	1	1	0	1	1	1	1	1
cliente 9	1	1	1	1	1	1	1	1	1
cliente 10	1	1	1	1	1	1	1	1	1
cliente 11	0	0	0	0	0	0	0	0	0
cliente 12	1	0	1	1	0	1	1	1	1
cliente 13	1	1	1	1	1	1	1	1	1
cliente 14	0	0	0	0	0	0	0	1	1
cliente 15	0	0	0	0	0	0	0	0	0
cliente 16	1	1	1	0	0	1	1	1	1
cliente 17	1	0	1	1	1	1	1	1	1
cliente 18	1	0	1	1	0	1	1	1	1
cliente 19	1	0	1	1	1	1	1	1	1
cliente 20	1	1	1	0	1	1	0	1	1
cliente 21	1	1	1	1	1	1	1	1	0
cliente 22	1	1	1	1	1	1	0	1	1
cliente 23	1	1	1	1	1	1	1	1	0
cliente 24	1	1	1	1	1	1	0	1	1
cliente 25	1	1	1	1	1	1	1	1	1
cliente 26	1	1	1	1	1	1	1	1	0
cliente 27	1	1	1	1	1	1	0	1	1
cliente 28	1	1	1	0	1	1	1	1	0
cliente 29	1	1	1	1	1	1	0	1	1
cliente 30	1	1	1	1	1	1	0	1	0
cliente 31	1	1	1	1	0	0	1	1	1
cliente 32	1	1	1	0	0	0	0	1	0
cliente 33	1	1	1	1	0	0	1	1	1
cliente 34	1	1	1	0	0	0	0	0	0
cliente 35	1	0	1	1	0	0	1	1	1
cliente 36	1	1	1	1	1	0	0	1	0
cliente 37	1	1	1	1	0	0	1	1	1
cliente 38	1	0	1	0	1	0	0	0	0
cliente 39	1	1	1	1	1	0	1	1	0

cliente 40	1	1	1	1	0	0	0	1	1
cliente 41	0	1	0	0	1	0	1	1	0
cliente 42	0	0	1	1	0	0	1	0	1
cliente 43	0	1	1	1	1	0	1	1	1
cliente 44	0	1	1	1	1	0	1	1	0
cliente 45	0	0	0	1	0	0	1	1	0
cliente 46	0	1	1	1	1	0	1	0	1
cliente 47	0	0	1	1	0	0	1	1	0
cliente 48	0	0	0	1	0	0	1	1	1
cliente 49	0	1	1	1	1	0	1	1	0
cliente 50	1	1	1	1	0	0	1	1	1
cliente 51	1	1	0	1	1	0	1	0	0
cliente 52	1	1	1	1	0	0	1	1	1
cliente 53	1	0	1	1	1	0	1	1	0
cliente 54	1	0	1	1	1	1	1	0	1
cliente 55	1	1	0	1	1	1	1	1	0
cliente 56	1	1	1	1	1	0	1	1	0
cliente 57	1	1	1	0	1	0	1	0	0
cliente 58	0	1	1	1	1	0	1	1	0
cliente 59	1	1	1	1	1	0	1	1	0
cliente 60	1	1	1	0	1	0	1	1	1
cliente 61	1	1	0	1	1	1	1	1	0
cliente 62	1	1	1	1	1	1	1	1	1
cliente 63	1	1	0	1	1	1	1	1	1
cliente 64	1	1	1	1	1	1	1	1	0
cliente 65	0	1	1	1	1	1	1	1	1
cliente 66	0	1	1	1	1	1	1	1	0
cliente 67	0	1	1	1	1	1	1	1	1
cliente 68	0	1	1	1	1	1	1	1	0

## Anexo 6: Validación del cuestionario

### Variable: Gestión de la calidad

“Año de la lucha contra la corrupción y la impunidad”

Mg. Lic. IGNACIA ABIGAIL LOZANO RAMOS

ESPECIALIDAD: ESTADÍSTICO

COLEGIADO: COESPE N°214

**Validez y Confiabilidad:**

Para evaluar el instrumento en su validez y confiabilidad se realizó una prueba piloto, a fin de garantizar la calidad de los datos. El instrumento se aplicó a 78 personas con el fin de explorar sobre la claridad y comprensión de las preguntas.

**Validez:** El instrumento que midió Gestión de Calidad y la Atención al Cliente en el Restaurante Campestre “Cocos Club” en el distrito de Marcavelica año 2017, fue validado por expertos que acrediten experiencia en el área, para emitir los juicios y modificar la redacción del texto para que sea comprensible por el entrevistado.

**Confiabilidad:** La confiabilidad fue evaluada mediante el método de Alfa de Cronbach, utilizando el paquete estadístico *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) versión 25. Dando el siguiente resultado:

  
LIC. IGNACIA ABIGAIL LOZANO RAMOS  
COESPE 214  
COLEGIO DE ESTADÍSTICOS DEL PERÚ

ESTADÍSTICO DEL ALFA DE CRONBACH PARA DETERMINAR GESTIÓN DE CALIDAD Y LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN EL RESTAURANTE CAMPESTRE "COCOS CLUB" EN EL DISTRITO DE MARCAVELICA AÑO 2017

**VARIABLE GESTIÓN DE CALIDAD**

Estadística de Fiabilidad	
Nº de Preguntas	Alfa Cronbach
12	0.962

Estadísticas de total de elemento				
	Media de escala	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
P01	8,20	16,622	,931	,956
P02	8,40	16,711	,716	,963
P03	8,10	18,322	,583	,965
P04	8,20	16,622	,931	,956
P05	8,20	16,622	,931	,956
P06	8,30	16,233	,908	,956
P07	8,20	16,622	,931	,956
P08	8,20	16,622	,931	,956
P09	8,40	16,711	,716	,963
P10	8,30	16,233	,908	,956
P11	8,10	18,322	,583	,965
P12	8,40	16,711	,716	,963

Podemos Determinar que el Instrumento utilizado para este estudio es confiable debido a que existe un 96.2% de confiabilidad con respecto a 12 Preguntas (10 encuestados) de la Variable Gestión de calidad.

  
 LIC. IGNACIA ABIGAIL LOZANO RAMOS  
 COESPE 214  
 COLEGIO DE ESTADÍSTICOS DEL PERÚ

## VARIABLE: ATENCIÓN AL CLIENTE

### VARIABLE ATENCIÓN AL CLIENTE

Estadística de Fiabilidad	
Nº de Preguntas	Alfa Cronbach
9	0.840

Estadísticas de total de elemento				
	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
P01	5,72	5,100	,847	,789
P02	5,69	6,127	,325	,846
P03	5,62	6,031	,455	,833
P04	5,66	6,376	,221	,854
P05	5,72	5,100	,847	,789
P06	5,93	5,651	,458	,835
P07	5,72	5,100	,847	,789
P08	5,72	5,100	,847	,789
P09	5,87	6,176	,234	,860

Podemos Determinar que el Instrumento utilizado para este estudio es confiable debido a que existe un 84.0% de confiabilidad con respecto a 9 Preguntas (68 encuestados) de la Variable Atención al Cliente.

  
 LIC. TITULAR ABIGAIL LOZANO RAMOS  
 COESPE 214  
 COLEGIO DE ESTADÍSTICOS DEL PERÚ

## Anexo 7: Juicio de expertos



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

DEPARTAMENTO DE INVESTIGACIÓN

### JUICIO DE EXPERTOS

Yo, Carlos David Ramos Rosas, con cédula de  
colegiatura 03509 con profesión Administrador y  
ejerciendo actualmente como experto, por medio de la presente hago constar que he  
revisado con fines de validación el instrumento de recolección de datos del trabajo.

“Características de la Gestión de calidad bajo el enfoque de la Atención al cliente en el  
Restaurante Campestre Cocos club en el distrito de Marcavelica, año 2017” presentado por  
el estudiante universitario Saldarriaga Zapata, Yomira Isabel de la escuela profesional de  
Administración. Los resultados de la revisión realizada corresponden a aspectos como la  
adecuación (correspondencia del contenido de la pregunta con los objetivos de la  
investigación); la pertinencia (relación estrecha de la pregunta con la investigación) y la  
redacción (interpretación unívoca del enunciado de la pregunta, a través de la claridad y  
precisión del uso del vocabulario técnico) de cada uno de los ítems presentados, el detalle  
se presenta en el cuadro a continuación:

  
ING. ADM. EMP. Carlos David Ramos Rosas  
DOCENTE TUTOR ULADECH  
CLAD 03509

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE JUICIO POR ESPERTOS									
Orden	Pregunta	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso o aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
	VARIABLE DE CAPACITACIÓN								
	VARIABLE GESTIÓN DE CALIDAD	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
1er O. E	Describir los principios de la gestión de calidad en el Restaurante Campestre Cocos Club en el distrito de Marcavelica año 2017.								
1	¿Se muestra interesado por conocer los gustos y necesidades de los clientes?	✓			✓		✓		✓
2	¿El dueño del restaurante permite la participación de todo el equipo y toma en cuenta las opiniones del mismo?	✓			✓		✓		✓
3	¿Ud. como trabajador considera que debe ser amable y cortés para ayudar a satisfacer las necesidades de los clientes?	✓			✓		✓		✓
4	¿Considera que es importante la buena relación dentro del restaurante para poder lograr el éxito?	✓			✓		✓		✓
5	¿Ud. cree que la mejora constante del servicio que se ofrece es importante para alcanzar los objetivos fijados en el restaurante?	✓			✓		✓		✓
6	¿Las decisiones que toma el dueño del restaurante se basan en el análisis de datos?	✓			✓		✓		✓
7	¿Existe un trato formal con sus proveedores para que estos lo tengan como un cliente exclusivo?	✓			✓		✓		✓
2do O. E	Describir los beneficios de la gestión de calidad en el Restaurante Campestre Cocos Club en el distrito de Marcavelica año 2017.								
8	¿Ud. que labora en el restaurante, cree que se brinda un buen servicio de calidad?	✓			✓		✓		✓
9	¿Considera que es necesario minimizar costos en una organización?	✓			✓		✓		✓
10	¿La imagen de una empresa depende de la buena gestión que se realiza?	✓			✓		✓		✓
11	¿La buena atención determina la calidad del servicio en la satisfacción de los clientes?	✓			✓		✓		✓
12	¿Durante el tiempo que labora en el restaurante ha visto mejoras?	✓			✓		✓		✓

  
 MSc. ADM. ENR. Carlos David Ramos Pocos  
 DOCENTE TUTOR ULADECH  
 CLAD 03309



	VARIABLE ATENCIÓN AL CLIENTE								
3er O. E	Detallar las actitudes de atención al cliente en el Restaurante Campestre Cocos Club en el distrito de Marcavelica año 2017.								
13	¿Considera que el personal del restaurante mantiene un trato cordial y es paciente para resolver sus dudas?	✓			✓		✓		✓
14	¿Cuándo tiene alguna duda le resuelven y brindan una solución aceptable?	✓			✓		✓		✓
15	¿Cree que el personal del restaurante debe ser buen motivador para ayudarlo a satisfacer sus necesidades?	✓			✓		✓		✓
16	¿Cuándo desea saber acerca de los platos que se ofrecen, los trabajadores le brindan una respuesta eficiente?	✓			✓		✓		✓
17	¿Considera que el personal del restaurante le ayuda y atiende sus pedidos?	✓			✓		✓		✓
4to O. E	Describir las técnicas de atención al cliente en el Restaurante Campestre Cocos Club en el distrito de Marcavelica año 2017.								
18	¿Cuándo acude al restaurante lo reciben amablemente y le brindan buena acogida?	✓			✓		✓		✓
19	¿Considera que el personal le brinda información acerca del servicio que se ofrece?	✓			✓		✓		✓
20	¿Se brinda una buena presentación de los platos que le ofrecen?	✓			✓		✓		✓
21	¿El personal se despide de una manera cortés y lo invita a que regrese?	✓			✓		✓		✓

  
 M.C. ADM. EXP. Carlos David Ramos Rosas  
 DOCENTE TUTOR ULADECH  
 CLAD 03509





UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

DEPARTAMENTO DE INVESTIGACIÓN

JUICIO DE EXPERTOS

Yo, Elizabeth Diamina Zapata Castro, con cédula de  
colegiatura 06563 con profesión administradora y  
ejerciendo actualmente como experto, por medio de la presente hago constar que he  
revisado con fines de validación el instrumento de recolección de datos del trabajo.



“Características de la Gestión de calidad bajo el enfoque de la Atención al cliente en el  
Restaurante Campestre Cocos club en el distrito de Marcavelica, año 2017” presentado por  
el estudiante universitario Saldarriaga Zapata, Yomira Isabel de la escuela profesional de  
Administración. Los resultados de la revisión realizada corresponden a aspectos como la  
adecuación (correspondencia del contenido de la pregunta con los objetivos de la  
investigación); la pertinencia (relación estrecha de la pregunta con la investigación) y la  
redacción (interpretación unívoca del enunciado de la pregunta, a través de la claridad y  
precisión del uso del vocabulario técnico) de cada uno de los ítems presentados, el detalle  
se presenta en el cuadro a continuación:

  
Mgtr. Elizabeth Zapata Castro  
COORD. ESC. PROF. ADMINISTRACIÓN

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE JUICIO POR EXPERTOS									
Orden	Pregunta	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso o aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
	VARIABLE DE CAPACITACIÓN								
	VARIABLE GESTIÓN DE CALIDAD	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
<b>1er O. E</b>	<b>Describir los principios de la gestión de calidad en el Restaurante Campestre Cocos Club en el distrito de Marcavelica año 2017.</b>								
1	¿Se muestra interesado por conocer los gustos y necesidades de los clientes?	✓			✓		✓		✓
2	¿El dueño del restaurante permite la participación de todo el equipo y toma en cuenta las opiniones del mismo?	✓			✓		✓		✓
3	¿Ud. como trabajador considera que debe ser amable y cortés para ayudar a satisfacer las necesidades de los clientes?	✓			✓		✓		✓
4	¿Considera que es importante la buena relación dentro del restaurante para poder lograr el éxito?	✓			✓		✓		✓
5	¿Ud. cree que la mejora constante del servicio que se ofrece es importante para alcanzar los objetivos fijados en el restaurante?	✓			✓		✓		✓
6	¿Las decisiones que toma el dueño del restaurante se basan en el análisis de datos?	✓			✓		✓		✓
7	¿Existe un trato formal con sus proveedores para que estos lo tengan como un cliente exclusivo?	✓			✓		✓		✓
<b>2do O. E</b>	<b>Describir los beneficios de la gestión de calidad en el Restaurante Campestre Cocos Club en el distrito de Marcavelica año 2017.</b>								
8	¿Ud. que labora en el restaurante, cree que se brinda un buen servicio de calidad?	✓			✓		✓		✓
9	¿Considera que es necesario minimizar costos en una organización?	✓			✓		✓		✓
10	¿La imagen de una empresa depende de la buena gestión que se realiza?	✓			✓		✓		✓
11	¿La buena atención determina la calidad del servicio en la satisfacción de los clientes?	✓			✓		✓		✓
12	¿Durante el tiempo que labora en el restaurante ha visto mejoras?	✓			✓		✓		✓


 UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CHILE  
 CENTRO DE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO  
  
 Mgtr. Elizabeth Zapata Castro  
 COORD. ESC. PROF. ADMINISTRACIÓN

	VARIABLE ATENCIÓN AL CLIENTE								
3er O. E	Detallar las actitudes de atención al cliente en el Restaurante Campestre Cocos Club en el distrito de Marcavelica año 2017.								
13	¿Considera que el personal del restaurante mantiene un trato cordial y es paciente para resolver sus dudas?	✓			✓		✓		✓
14	¿Cuándo tiene alguna duda le resuelven y brindan una solución aceptable?	✓			✓		✓		✓
15	¿Cree que el personal del restaurante debe ser buen motivador para ayudarlo a satisfacer sus necesidades?	✓			✓		✓		✓
16	¿Cuándo desea saber acerca de los platos que se ofrecen, los trabajadores le brindan una repuesta eficiente?	✓			✓		✓		✓
17	¿Considera que el personal del restaurante le ayuda y atiende sus pedidos?	✓			✓		✓		✓
4to O. E	Describir las técnicas de atención al cliente en el Restaurante Campestre Cocos Club en el distrito de Marcavelica año 2017.								
18	¿Cuándo acude al restaurante lo reciben amablemente y le brindan buena acogida?	✓			✓		✓		✓
19	¿Considera que el personal le brinda información acerca del servicio que se ofrece?	✓			✓		✓		✓
20	¿Se brinda una buena presentación de los platos que le ofrecen?	✓			✓		✓		✓
21	¿El personal se despide de una manera cortés y lo invita a que regrese?	✓			✓		✓		✓


 UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE  
 CENTRO ACADÉMICO CATÓLICO SULLANA  
  
 Mgtr. Elizabeth Zapata Castro  
 COORD. ESC. PROF. ADMINISTRACIÓN



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

DEPARTAMENTO DE INVESTIGACIÓN

JUICIO DE EXPERTOS

Yo, Gustavo Alfonso Zúñiga Ramos, con cédula de  
colegiatura 05861 con profesión Industriales y  
ejerciendo actualmente como experto, por medio de la presente hago constar que he  
revisado con fines de validación el instrumento de recolección de datos del trabajo.

“Características de la Gestión de calidad bajo el enfoque de la Atención al cliente en el  
Restaurante Campestre Cocos club en el distrito de Marcavelica, año 2017” presentado por  
el estudiante universitario Saldarriaga Zapata, Yomira Isabel de la escuela profesional de  
Administración. Los resultados de la revisión realizada corresponden a aspectos como la  
adecuación (correspondencia del contenido de la pregunta con los objetivos de la  
investigación); la pertinencia (relación estrecha de la pregunta con la investigación) y la  
redacción (interpretación unívoca del enunciado de la pregunta, a través de la claridad y  
precisión del uso del vocabulario técnico) de cada uno de los ítems presentados, el detalle  
se presenta en el cuadro a continuación:

  
D.º. Adm. GUSTAVO A. ZÚÑIGA RAMOS  
C.º.º. U.º.º. CHIMBOTE, PERÚ



MATRIZ DE VALIDACIÓN DE JUICIO POR EXPERTOS									
Orden	Pregunta	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso o aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
	VARIABLE DE CAPACITACIÓN	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
	VARIABLE GESTIÓN DE CALIDAD	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
1er O. E	Describir los principios de la gestión de calidad en el Restaurante Campestre Cocos Club en el distrito de Marcavelica año 2017.								
1	¿Se muestra interesado por conocer los gustos y necesidades de los clientes?	✓			✓		✓		✓
2	¿El dueño del restaurante permite la participación de todo el equipo y toma en cuenta las opiniones del mismo?	✓			✓		✓		✓
3	¿Ud. como trabajador considera que debe ser amable y cortés para ayudar a satisfacer las necesidades de los clientes?	✓			✓		✓		✓
4	¿Considera que es importante la buena relación dentro del restaurante para poder lograr el éxito?	✓			✓		✓		✓
5	¿Ud. cree que la mejora constante del servicio que se ofrece es importante para alcanzar los objetivos fijados en el restaurante?	✓			✓		✓		✓
6	¿Las decisiones que toma el dueño del restaurante se basan en el análisis de datos?	✓			✓		✓		✓
7	¿Existe un trato formal con sus proveedores para que estos lo tengan como un cliente exclusivo?	✓			✓		✓		✓
2do O. E	Describir los beneficios de la gestión de calidad en el Restaurante Campestre Cocos Club en el distrito de Marcavelica año 2017.								
8	¿Ud. que labora en el restaurante, cree que se brinda un buen servicio de calidad?	✓			✓		✓		✓
9	¿Considera que es necesario minimizar costos en una organización?	✓			✓		✓		✓
10	¿La imagen de una empresa depende de la buena gestión que se realiza?	✓			✓		✓		✓
11	¿La buena atención determina la calidad del servicio en la satisfacción de los clientes?	✓			✓		✓		✓
12	¿Durante el tiempo que labora en el restaurante ha visto mejoras?	✓			✓		✓		✓

  
 Lic. ADM. GUSTAVO A. ZÚÑIGA RAMOS  
 REG. UNIC. COLEG. N° 65851  
 RUC N° 10020540441

	VARIABLE ATENCIÓN AL CLIENTE								
3er O. E	Detallar las actitudes de atención al cliente en el Restaurante Campestre Cocos Club en el distrito de Marcavelica año 2017.								
13	¿Considera que el personal del restaurante mantiene un trato cordial y es paciente para resolver sus dudas?	✓			✓		✓		✓
14	¿Cuándo tiene alguna duda le resuelven y brindan una solución aceptable?	✓			✓		✓		✓
15	¿Cree que el personal del restaurante debe ser buen motivador para ayudarlo a satisfacer sus necesidades?	✓			✓		✓		✓
16	¿Cuándo desea saber acerca de los platos que se ofrecen, los trabajadores le brindan una respuesta eficiente?	✓			✓		✓		✓
17	¿Considera que el personal del restaurante le ayuda y atiende sus pedidos?	✓			✓		✓		✓
4to O. E	Describir las técnicas de atención al cliente en el Restaurante Campestre Cocos Club en el distrito de Marcavelica año 2017.								
18	¿Cuándo acude al restaurante lo reciben amablemente y le brindan buena acogida?	✓			✓		✓		✓
19	¿Considera que el personal le brinda información acerca del servicio que se ofrece?	✓			✓		✓		✓
20	¿Se brinda una buena presentación de los platos que le ofrecen?	✓			✓		✓		✓
21	¿El personal se despide de una manera cortés y lo invita a que regrese?	✓			✓		✓		✓

  
 ASISTENTE SOCIAL  
 UNIC. TOLIMA  
 RUC: 201010101010101010



## Anexo 8: Evidencias fotográficas



