



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

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

**GESTIÓN DE CALIDAD BASADA EN EL SERVICIO AL
CLIENTE EN MYPE RUBRO RESTAURANTES DEL
DISTRITO DE LAS LOMAS, 2022.**

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

**AUTORA
YURICO LUCELI, CARMEN QUINDE
ORCID: 0000-0002-0622-2099**

**ASESORA
PALACIOS DE BRICEÑO, MERCEDES RENEE
ORCID: 0000-0001-8823-2655**

**PIURA – PERÚ
2022**

EQUIPO DE TRABAJO

AUTORA

Yurico Luceli Carmen Quinde

ORCID: 0000-0002-0622-2099

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

ASESORA

PALACIOS DE BRICEÑO MERCEDES RENEÉ

ORCID: 0000-0001-8823-2655

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

JURADO

Rosillo de Purizaca, María del Carmen

ORCID 0000 0003 2177 5676

Salinas Gamboa, José Germán

ORCID 0000-0002-8491-0751

Mino Asencio, María Isabel

ORCID 0000-0003-1132-2243

FIRMA DEL JURADO Y ASESOR

Rosillo De Purizaca María Del Carmen

Presidente

Salinas Gamboa José German

Miembro

Mino Asencio María Isabel

Miembro

Palacios de Briceño Mercedes René

Asesor

AGRADECIMIENTO

ADios por bendecirme la vida, por guiarme lo largo de mi existencia, ser el apoyo y fortaleza en aquellos momentos de dificultad y de debilidad,a mis padres e hijo por ser los principales promotores de mis sueños, por confiar y creer en mis expectativas, por los consejos, valores y principios que me han inculcado.

DEDICATORIA

A Dios, por ser el inspirador y darme fuerza para continuar en este proceso de obtener uno de los anhelos mas deseados.

A mis padres, por su amor, trabajo y sacrificio en todos estos años, gracias a ustedes hemos logrado llegar hasta aquí y convertirme en lo que soy. Ha sido el orgullo y el privilegio, a todas las personas que me han apoyado y han hecho que el trabajo se realice con exito en especial a aquellos que nos abrieron las puertas y compartieron sus conocimientos.

RESUMEN

El presente informe de investigación tiene como objetivo general determinar las características de la gestión de calidad basada en el servicio al cliente en el rubro de restaurantes del distrito de las Lomas, 2022. Metodología: descriptiva, nivel cuantitativo con diseño no experimental y de corte transversal, se utilizó la técnica de la encuesta. La población de estudio estuvo conformada por 12 trabajadores y 60 clientes. Resultados: Principios de la gestión de calidad el 75% del personal no se les proporciona recursos y la libertad para actuar con responsabilidad y autoridad, 83.3% determinan que si se les ofrece oportunidades para que sus trabajadores aumenten sus conocimientos, competencias y experiencias. Sistema de gestión de calidad, el 75% de los trabajadores si se encuentra informado sobre la ISO 9001:2015. Importancia del servicio al cliente el 71.7% deducen que si frecuentarían el lugar, después de haber consumido en el restaurant, 78.3% si consideran que la comunicación con el personal del restaurant es interactiva. Estrategias de mejora en el servicio al cliente el 78.3% de los clientes si les gustaría que el restaurant cuente con servicio delivery, 90% considera que los precios si son accesibles a los distintos tipos de clientes. Conclusion: En las mypes no se muestra el principio de liderazgo y enfoque, además existe conocimiento del sistema de gestión de calidad referente a las normas ISO, por ultimo los clientes se sienten satisfechos ante el servicio que se les brinda.

Palabras clave: gestión de calidad, servicio al cliente, Mypes.

ABSTRACT

The present title Quality management based on customer service in mype category restaurants in the district of Las Lomas, 2022, had the objective of determining the characteristics of quality management based on customer service in mype category restaurants in the district of Las Lomas. las Lomas, 2022. Methodology: descriptive, quantitative level with non-experimental and cross-sectional design, the survey technique was used. The study population consisted of 12 workers and 60 clients. Results: Principles of quality management 75% of the staff are not provided with resources and the freedom to act with responsibility and authority, 83.3% determine that if they are offered opportunities for their workers to increase their knowledge, skills and experiences. Quality management system, 75% of workers are informed about ISO 9001:2015. Importance of customer service 71.7% deduce that if they would frequent the place, after having consumed in the restaurant, 78.3% if they consider that communication with the restaurant staff is interactive. Strategies for improving customer service 78.3% of customers would like the restaurant to have delivery service, 90% consider that the prices are accessible to different types of customers. Conclusion: In the mypes the principle of leadership and focus is not shown, in addition there is knowledge of the quality management system referring to ISO standards, finally, customers feel satisfied with the service provided.

Keywords: quality management, customer service, Mypes.

CONTENIDO

EQUIPO DE TRABAJO	ii
FIRMA DEL JURADO Y ASESOR	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DEDICATORIA	v
RESUMEN.....	vi
ABSTRACT	vii
CONTENIDO	viii
ÍNDICE DE FIGURAS	x
ÍNDICE DE TABLAS	xi
ÍNDICE DE CUADROS	xii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. REVISIÓN DE LA LITERATURA	9
2.1. Antecedentes	9
2.2. Bases teóricas de la investigación	13
III. HIPÓTESIS	28
IV. METODOLOGÍA	29
4.1. Diseño de la investigación.....	29
4.2. Población y muestra	30
4.3. Definición y Operacionalización de las variables	33
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	39
4.5. Plan de análisis	40
4.6. Matriz de consistencia	42
4.7. Principios éticos.....	43
V. RESULTADOS.....	44

5.1.	Resultados	44
5.2.	Análisis de los resultados	54
VI.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	62
6.1.	Conclusiones	62
6.2.	Recomendaciones	63
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	64
	ANEXOS	68
	ANEXO 1: Instrumento de recolección de datos	68
	ANEXO 2: Matriz Indicador de pregunta	72
	ANEXO 3: Validación del instrumento de recolección de datos.....	76
	ANEXO 4: Protocolo de consentimiento informado.....	82
	ANEXO 5: Evidencia de no adeudo	83
	ANEXO 6: Evidencia del reporte de turniti.....	84

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Grafico de barras que representa a Características demográficas de los propietarios y trabajadores	44
Figura 2: Grafico de barras que representa a Características demográficas de los clientes.	45
Figura 3: Grafico de barras que representa a los principios de la gestión de calidad.	48
Figura 4: Grafico de barras que representa al sistema de gestión de calidad	49
Figura 5: Grafico de barras que representa la importancia del servicio al cliente	51
Figura 6: Grafico de barras que representa a a las estrategias de mejora en el servicio al cliente.....	52

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Características demográficas de los propietarios y trabajadores	44
Tabla 2: Características demográficas de los Clientes	45
Tabla 3: Principios de gestión de calidad.....	46
Tabla 4: Sistema de gestión de calidad.....	49
Tabla 5: Importancia del servicio al cliente	50
Tabla 6: Estrategias de mejora en el servicio al cliente.....	52

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1: Relación de Mypes.....	31
Cuadro 2: Definición y Operacionalización de las variables e indicadores	33
Cuadro 3: Matriz de Consistencia	42

I. INTRODUCCIÓN

La presente investigación titulada gestión de calidad basada en el servicio al cliente en mype rubro restaurantes del distrito de las Lomas, 2022, proviene de las líneas de investigación Gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del Perú, líneas que son asignadas por la Escuela de Administración y se vinculan con las variables que se utilizará para esta investigación en este caso la gestión de calidad y atención al cliente.

Las MYPE hoy en día son consideradas elementos esenciales del crecimiento económico nacional ya que brindan oportunidades de empleo a las personas. El número de personas sin trabajo va en aumento debido al desempleo, por lo que las MYPE promueven el empleo para dinamizar la economía y reducir el desempleo. Según el INEI (2019), actualmente existen más de 2 millones de MYPE en el país, que representan el 95% del total de empresas en el Perú, potenciales contribuyentes al PIB y creadoras del 80% de los empleos. Para ellos es importante reconocer que la MYPE es una fuente de dinamismo y estímulo económico en el Perú, ya que ha aportado mucho al espíritu emprendedor del país Mamani (2019).

Las organizaciones que aseguran el desarrollo y crecimiento de las microempresas mediante la recopilación de recursos y herramientas para luego asignarlos a sus programas de capacitación, así como ayudarlos a ingresar a un mercado cada vez más competitivo, ayudan en el entorno financiero financiando sus operaciones para mejorar su nivel de competencia y su nivel de vida.

Desafortunadamente, incluso con este tipo de ayuda, todavía es muy limitada. Las pequeñas empresas utilizan sistemas de respuesta a emergencias muy disruptivos, como si las estrategias que emplean no previeran el futuro. Aquí es donde fallan estas empresas porque la planificación estratégica consiste en proyectarse hacia el futuro, comparándose con otras grandes empresas, lo que le permite a la empresa sobrevivir en un mercado cada vez más exigente y competitivo, mientras que no es que lo hagan ahora, lo que provocó que fallar y por lo tanto apagarse España (2017).

En la región Piura existen muchas empresas especializadas en la venta de alimentos, muchas veces denominadas restaurantes, estas MYPE, la industria gastronómica peruana, se encuentran en una mayor prosperidad que muchos países, la diversidad de platillos, sabores únicos y la invención de nuevos Los productos permiten que el Perú sea catalogado como el mejor país para la gastronomía. Es por esto que con el tiempo se han abierto varios negocios enfocados en la industria alimenticia. Los restaurantes son lugares donde el éxito cobra importancia porque a todas las personas alrededor del mundo les gusta complacer su paladar. Según el INEI, la actividad restaurantera en el país creció 2,10% debido a los resultados positivos de la actividad restaurantera (2,36%) y otras actividades de foodservice (2,09%).

Además, se anunció que el cambio anual en el Índice de la Industria de Restaurantes es de 1.20%, según los resultados de una encuesta mensual de restaurantes que incluyó una muestra de 1,105 empresas. El negocio de restaurantes del INEI creció 2.10% en enero de este año, el décimo mes consecutivo de crecimiento. En diferentes países podemos ver avances en los restaurantes, por ejemplo tenemos el

caso de McDonald's que es la cadena de comida rápida más grande del mundo con 33.990 restaurantes en 119 países diferentes. Se estima que alrededor de 69 millones de clientes visitan los restaurantes McDonald's todos los días. El país con el mayor número de McDonald's es Estados Unidos, donde la cadena de hamburgueserías contaba con 14.339 locales abiertos a finales de 2014. El segundo mercado por número de restaurantes es Japón con 3.093 establecimientos, y el tercero es China con 2.142. INEI (2021).

Hay una gran cantidad de restaurantes sirviendo al mundo y estos se han convertido en lugares importantes para la sociedad, pero, aun así, tienen serios problemas con la gestión de calidad y servicio al cliente. Perú cuenta con cerca de 220.000 establecimientos especializados en la venta de alimentos y bebidas, número impulsado por el éxito mundial de la cocina peruana, que ha llevado a muchas personas y empresas del país a apostar por el negocio de la cocina. Cámara de Comercio de Lima (CCL). Garantizar la calidad y la salud de los alimentos que las empresas brindan a sus clientes debe ser una prioridad. Para ello se deben implementar sistemas de gestión de alimentos, que ayuden a controlar todo el proceso de los alimentos desde la compra y almacenamiento hasta el consumo España (2017).

Para ello, todos los empleados deben participar y comprender la norma de seguridad alimentaria ISO 22001, que establece las reglas a seguir. También proporciona un sello oficial de calidad que certifica que la institución cumple con los estándares. Existen extensos sistemas de gestión de calidad que son ideales para implementar en restaurantes o bares. Los negocios que cuenten con uno de estos sin

duda administrarán mejor sus recursos, optimizarán sus procesos y serán más competitivos. Otro tema que salta a la vista en los restaurantes es el servicio al cliente, y las ofertas han ido en aumento en los últimos años, junto con la capacidad de elección de los clientes. Al aumentar las posibilidades de elección, los clientes comienzan a poder comparar y elegir entre ellos. Esta elección se realiza en base a diferentes criterios (precio, diseño, prestigio de la institución, nivel de servicio prestado, etc.).

Según Abad (2018), deduce que “el servicio de atención al cliente es el encargado de humanizar la empresa, crear intimidad con los clientes, y fomentar la lealtad y lealtad entre ambas partes. Algunos restaurantes están innovando en las artes culinarias, utilizando diferentes métodos de preparación de productos para insertar platos como el ceviche, a la carta y menús elaborados según los estándares del chef y las tradiciones de la región y la región, ahorrando así dinero en costo y tiempo, reflejado en los productos y servicios de alta calidad. La atención al cliente se basa en la empatía y cualidades positivas de los integrantes de la MYPE, el trato amable, la forma de atender a los clientes, el personal es lo más adecuado, pues en este tipo de negocios, la venta de productos con buen sabor y buen servicio, por un lado, ayuda a incrementar la productividad de las MYPE y de los clientes al ahorrar en costos más económicos”.

La característica principal de la presente investigación fue identificar las perspectivas de las MYPE de los restaurantes de la ciudad de las Lomas, de la cual en base a la aplicación de un instrumento de recolección de datos conocemos como es la organización de las MYPE y su relación con el mundo, por lo que es necesario referirse

al interior y exterior de restaurantes de las Lomas. Desde el significado interno de la infraestructura, la gestión de calidad y el servicio al cliente, además los escenarios del mundo real identificados en la encuesta. En cuanto a la infraestructura del restaurante, la mayoría son de materiales nobles, algunos tienen poca luz y ventilación, suelen mantener fresco el espacio en la misma área, brindan seguridad, se esfuerzan por estar a la vanguardia, se esmeran por brindar lo más bueno de la comida y del gusto de cliente.

En la actualidad, las características que imparte el presente estudio focalizados a los restaurantes de las Lomas, determinamos en cuanto a la gestión de calidad y el servicio al cliente que deben sufrir diferentes cambios para poner a salvo el gestionamiento de la Mype. Ante la situación descrita anteriormente se formuló así mismo el siguiente problema: ¿Cuáles son las características de la gestión de calidad basada en el servicio al cliente en MYPE rubro restaurantes del distrito de Las Lomas, Piura 2022?

Para dar respuesta al problema se planteó el siguiente objetivo general: Determinar las Características de la gestión de calidad basada en el servicio al cliente en las Mype rubro restaurantes del distrito de Las Lomas, Piura, 2022.

De esta manera, para lograr el objetivo principal, se ha planteado los siguientes objetivos específicos: a) Identificar los principios de gestión de calidad de las MYPE rubro restaurantes del distrito de Las Lomas, Piura 2022; b) Conocer el sistema de gestión de calidad de las MYPE rubro restaurantes del distrito de Las Lomas, Piura

2022; c) Determinar la importancia del servicio al cliente que tienen las MYPE rubro restaurantes del distrito de Las Lomas, Piura 2022; y, d) Describir las estrategias de mejora en el servicio de atención al cliente en las MYPE rubro restaurantes del distrito de Las Lomas, Piura 2022.

La investigación se justifica de manera práctica ya que las organizaciones que adoptan el modelo utilizan herramientas más especializadas y enfocadas, que les han permitido lograr mejoras significativas en la prestación de un buen servicio al cliente. Una taxonomía de herramientas de mejora de la calidad apoya a una organización en términos de las políticas de calidad que aplica en sus procesos y actividades. Además, porque tuvo como objetivo caracterizar la gestión de calidad y servicio al cliente de los restaurantes las Lomas, estableciendo las conclusiones para cada objetivo.

La justificación teórica, apoya la investigación basada en la variable de investigación gestión de calidad y servicio al cliente; y de esta manera orienta la investigación en el campo científico y las teorías de diversos autores que también presentan diversos contextos relacionados con las variables.

La justificación metodológica, ya que el estudio utilizó una técnica de encuesta para la recolección de datos en bruto, esto quiere decir, que la información recolectada paso a ser una información entendible representado en gráficas, tablas de frecuencia y su respectivo análisis a través de una herramienta de cuestionario aplicado a dos variables de gestión de calidad y servicio al cliente.

Justificación social, la investigación se justifica, porque permitirá informar a los empresarios y emprendedores que brindan productos o servicios la importancia de la gestión de calidad y la atención al cliente en las empresas. Puesto que esta investigación tiene sentido porque permite a las MYPE aprender a comprender su realidad y hacer recomendaciones a futuro para orientar su gestión en sistemas permitiendo mantener un mercado altamente competitivo en el cual opera.

La metodología empleada en este estudio fue de tipo básico, diseño no experimental - transversal y nivel descriptivo porque se describió las características de las variables gestión de calidad y servicio al cliente; para el desarrollo del presente trabajo de investigación se elaboró un cuestionario de 12 preguntas dirigido trabajadores y propietarios y 14 preguntas dirigido a clientes de las MYPE, que se encontraron dispuestos a participar en la investigación y contaron con disponibilidad de proporcionar información a la investigación, se tuvieron ciertas limitaciones ya que no todos los representantes estuvieron prestos a resolver el cuestionario, pero al momento de entrevistarlos se les explicó y brindo facilidades para orientarlos en sus respuestas, asimismo, esta investigación aporta conocimientos necesarios sobre temas gestión de calidad y servicio al cliente, sirviendo como antecedentes y base teórica para realizar otros estudios similares.

Dentro de los resultados más importantes en referencia a la gestión de calidad, la mayoría de los encuestados determinaron que se cumple poco el principio de liderazgo y enfoque dado a que no existen perspectivas de participación de forma libre, además dichas opiniones y decisiones son tomados de forma unánime; por otro lado,

si tienen conocimiento sobre las normas ISO para que la empresa esté en marcha y cumpla con ciertos requisitos establecidos por la norma, puesto que se determinó que la mayoría si conocen sobre tales requisitos. Por último, respecto al servicio al cliente, se determinó que la mayoría de los clientes se sienten cómodos con el servicio que les ofrece las mypes sin embargo existe ciertas perspectivas en la forma de brindar la información y las promociones que muy poco se les ofrece, además detallan que la comunicación con el trabajador es fluida y que muy poco el trabajador conoce sobre el producto a ofrecer. Por último, dentro de las estrategias de mejora se determinó que la mayoría de cliente prefieren tener un servicio delivery, además de la implementación de ciertos recursos tecnológicos para la eficiencia de la MYPE.

II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1. Antecedentes

2.1.1. Variable: Gestión de calidad

Sotomayor & Torres, (2018) presentaron una investigación titulada “*Diseño de un Modelo de Gestión de Calidad de Servicio al Cliente para el restaurante “La Finquita”*”. Tuvo como objetivo Diseñar un modelo de Gestión de calidad de servicio al cliente mediante estrategias que permitan incrementar las ventas del restaurante “La Finquita” en la Ciudad de Guayaquil”. La metodología es de tipo descriptiva y correlacional, enfoque mixto, ya que incluye la investigación cualitativa y cuantitativa. Mediante encuestas se conoce la calidad percibida por el cliente. Finalmente, se determina que el modelo de gestión de calidad aplicado al restaurante será una contribución significativa para la mejora continua y el crecimiento de las ventas a futuro en este establecimiento.

Quinapanta & Bosa, (2017) presentaron una investigación titulada “*Propuesta de un modelo de gestión de calidad para la mejora de los restaurantes de la ciudad de Ambato*”. Tuvo como objetivo Proponer un modelo de calidad, para la mejora continua en la presentación de productos y servicios en los restaurantes del Cantón de Ambato. Luego de realizar un estudio acerca de una correcta gestión, en el campo de la industria de la restauración, se logra llegar a cierto grado de conocimiento el cual permite

desarrollar una solución a dicho problema encontrado en los restaurantes del cantón Ambato, por lo que se propone realizar un modelo de gestión P.D.C.A.

Mamani, D. (2018) presentó una investigación titulada “*Caracterización de la gestión de calidad en atención al cliente de las MYPE del sector servicio rubro restaurantes campestres del distrito de Pocollay, provincia y región de Tacna periodo 2017*”, tuvo como objetivo describir las características de la gestión de calidad en atención al cliente de las MYPE del sector servicio rubro restaurantes campestres del distrito de Pocollay, Tacna 2017, diseño no experimental - transversal y descriptivo. Resultados: El 81.25% aplica una gestión de calidad, el 56.25% utiliza la mejora continua como técnica moderna de gestión empresarial, el 56.25% considera como prioridad para determinar la calidad en su empresa la calidad del producto, el 43.75% considera la amabilidad y buen trato como prioridad ante sus clientes. Conclusión: la mayoría de las MYPE encuestadas están aplicando una gestión de calidad usando la técnica de mejora continua, y considera que la amabilidad y buen trato contribuye al aumento de las ventas en su negocio.

Gonzales, K.(2020) en su tesis titulada “*Satisfacción de la calidad del servicio en restaurantes de hoteles 5 estrellas de Trujillo – 2019*”. Tuvo como objetivo analizar el nivel de la satisfacción del cliente sobre la calidad del servicio en restaurantes de hoteles 5 estrellas de Trujillo-2019, fue cuantitativa, aplicada y descriptiva. Se trabajó en 2 restaurantes de Hoteles de 5 estrellas, utilizando una escala de Likert del instrumento DINERSERV. Se concluyó que la aplicación de estándares de calidad del servicio son puntos claves para una atención óptima en restaurantes, lo cual puede generar aumento de clientes, rentabilidad y prestigio.

2.1.2. Variable: Atención al cliente

Mosquera, D. (2018) señalaron en su tesis denominada *Calidad del servicio y la satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil*. Tuvo como objetivo Determinar la relación de la calidad del servicio con la satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil, a través de una investigación de campo para el diseño de estrategias de mejora del servicio al cliente. La metodología es un enfoque mixto, en lo cuantitativo se seleccionó un modelo Servqual y la obtención de la información se la realizó a través de encuestas dirigidas a los clientes que consumen en el restaurante Rachy's. Resultados: una insatisfacción con las dimensiones respuesta inmediata y empatía. Se pudo evidenciar que existe una correlación positiva entre la calidad de servicio y la satisfacción al cliente. Se propone programas de capacitación y de calidad dirigidas al personal de servicio y con esto crear una ventaja competitiva dentro de la empresa.

Abad, D. (2018) en su estudio "*Caracterización del servicio al cliente y competitividad de las MYPE rubro Restaurantes de Montero - Ayabaca, año 2018*". Tuvo como objetivo Determinar las características del servicio al cliente y competitividad de las MYPE de servicio rubro restaurantes de Montero – Ayabaca, año 2018. La Metodología empleada fue de tipo de descriptiva, nivel-cuantitativo, diseño no experimental y corte transversal. Luego de la ejecución de los resultados del análisis se concluyó: en la calidad de servicio que el 75% del personal tiene presencia, aspecto limpio y aseado, un 73% son oportunos alcanzan el pedido a tiempo; en cuanto a las dimensiones se identificó que el 70% de los colaboradores tienen capacidad de

respuesta ante los requerimientos de los clientes; un 65% por su empatía frente a la preocupación de entender las necesidades.

Vega & Saldaña(2019) en su trabajo de investigación denominado “*Calidad de servicio y satisfacción del cliente en el restaurante eco turístico el Catamarán Chepén, Huabal-2019*”. Tuvo como objetivo determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y satisfacción del cliente en el restaurante eco turístico el Catamarán Chepén, Huabal-2019.El tipo de investigación fue aplicada, de diseño no experimental, de enfoque cuantitativo y de nivel correlacional simple. La muestra estuvo conformada por 108 clientes del restaurante, se utilizó la técnica de la encuesta y como instrumento un cuestionario para medir ambas variables de estudio. Resultados: existe una relación positiva entre la calidad de servicio y satisfacción del cliente en el restaurante ecoturístico el catamarán, Chepén. Concluyendo que, a mayor calidad de servicio brindada por el restaurante, se obtendrá la satisfacción de los clientes, así mismo se puede indicar que si el restaurante brinda una mala calidad de servicio, se genera la insatisfacción en los clientes.

Alarcón & Ramírez, (2019) en su proyecto de investigación denominado “*Servicio al cliente y la relación con la satisfacción del cliente, en el restaurante Jennifer de Tarapoto, periodo 2016*”, tuvo como objetivo determinar la relación del servicio al cliente entre la satisfacción del cliente en el restaurante Yenifer, periodo 2016, para ello se tuvo una muestra de 232 clientes a quienes se les aplico el instrumento de recolección de datos. Conclusión: existe un mal servicio al cliente, debido a que no hay una buena coordinación con el personal y sobre todo con la

infraestructura, lo más resaltante es mejorar el personal de contacto ya sea con capacitaciones sobre atención, de acuerdo al servicio que se brinda los clientes se sentirán satisfechos de esta manera los resultados fueron que los clientes están regularmente satisfechos, ya que se tiene que mejorar en cuanto al ambiente, servicio, calidad del servicio y alimentos, llegando a la conclusión final que si existe una relación positiva, siendo esta relación muy significativa debido a que el valor de significancia es 0.003, es menor a 0.05, lo por que se acepta la hipótesis alterna (H_i) y se rechaza la hipótesis nula (H_o).

2.2.Bases teóricas de la investigación

2.2.1. Gestión de calidad

Según Alberca(2018) la gestión de la calidad se refiere a las actividades de coordinación de la planificación, organización, orientación y control de una organización con el fin de establecer la política de calidad y los objetivos de calidad. Esta es una estrategia diseñada para asegurar que las necesidades y expectativas de los clientes se cumplan a largo plazo y lograr beneficios financieros y competitivos. La gestión de la calidad es un conjunto coordinado de actividades que permiten dirigir y controlar una organización en términos de calidad.

Es una serie de actividades coordinadas desde las funciones generales de la dirección enfocadas a definir e implementar la política de calidad, objetivos y responsabilidades; considerando los elementos y factores establecidos a través de la

planificación, control, aseguramiento y mejora de la calidad dentro del sistema de gestión, incluyendo la planificación estratégica, el desarrollo de actividades.

Principios de la gestión de calidad

Según el estudio de Alzamora (2019) determina que “existe 7 principios, las cuales están determinados:

El enfoque al cliente en el cliente; las organizaciones dependen de sus clientes, por lo que deben comprender sus necesidades presentes y futuras. Deben adaptarse a la demanda e incluso superar las expectativas de los consumidores. Todo en una organización está orientado al consumidor. La norma ISO 9001 intenta adaptarse a la realidad de que las empresas dependen de la aceptación y consumo de sus productos por parte de los consumidores. Esta necesidad da lugar al principio de orientación al consumidor en todas las actividades productivas de una empresa u organización. Los consumidores deben estar satisfechos, sus necesidades satisfechas y sus expectativas satisfechas. A cambio, los consumidores se identificarán con la organización y tenderán a mantener su nivel de compromiso con la organización.

Liderar; un líder establece un propósito y una dirección unificados para una organización. Pueden crear y sostener el desarrollo interno de los miembros de la organización para participar plenamente en el logro de los objetivos de la organización, tales como: Desarrollar y comprender las necesidades y expectativas de los consumidores. Asegúrese de que los objetivos de la organización estén vinculados a las necesidades y expectativas de los consumidores. Es importante comunicar las necesidades y expectativas de los consumidores en toda la organización, medir la

satisfacción del cliente y actuar en función de los resultados. Los líderes son responsables de movilizar y dirigir el trabajo de la organización. Deben ser modelos a seguir y referencias para otros miembros de la organización. Planifican y desarrollan el plan estratégico de la empresa y están obligados a transmitir sus impulsos al resto de la organización.

Compromiso de los empleados: los miembros de todos los niveles son la esencia de la organización y su dedicación permite que sus habilidades se utilicen en beneficio de la organización. Empoderarlos para que alcancen su potencial de modo que puedan aprovechar al máximo sus habilidades para lograr los objetivos organizacionales y la excelencia en la calidad. Si a los empleados se les muestra un ambiente de trabajo agradable en el que puedan aportar sus ideas y participar en la toma de decisiones sobre propuestas de mejora organizacional, ellos (es decir, los empleados) se sentirán más comprometidos con la empresa. El interés y la participación en el trabajo en equipo influyen en los miembros de la organización para satisfacer las expectativas y necesidades del equipo y, a través de la satisfacción del equipo, aumenta su satisfacción personal.

Enfoque basado en procesos: cuando sus actividades y los recursos relacionados se gestionan como un proceso, los resultados deseados se pueden lograr de manera más eficiente. Un enfoque orientado al proceso puede identificar rápida y fácilmente los problemas y resolverlos rápidamente. No es necesario mejorar el resto del proceso de trabajo normal. Esto tiene un impacto positivo en la capacidad de la organización y su capacidad para adaptarse a mercados exigentes y cambiantes. El

sistema de procesos es más fácil de implementar y mantiene los costos operativos más bajos. Tiene la ventaja de que mientras un proceso afecta al resto, es más fácil cambiar o mejorar una parte de un proceso o cadena de procesos sin que los procesos restantes se vean afectados negativamente por la transición.

La mejora continua, las capacidades organizacionales y los resultados deben ser los objetivos permanentes de la organización. La excelencia debe alcanzarse a través de un proceso de mejora continua. En todos los ámbitos, la mejora de las capacidades humanas, de la eficiencia de las máquinas, de las relaciones con el público, con los miembros de la organización, con la sociedad, etc., en definitiva, todo lo que se puede mejorar en una organización, y conducir a una mejora de la calidad del producto, es bastante en la satisfacción que un consumidor obtiene de su producto o servicio.

Enfoque basado en hechos para la toma de decisiones; las decisiones se basan en el análisis de datos e información. La toma de decisiones exitosa se basa en la frialdad y objetividad de los datos, no en la intuición, el deseo y la esperanza. El sistema de gestión de la calidad mejora la calidad del acceso a la información y mejora el acceso a la información.

Con buena información, se pueden realizar investigaciones y análisis futuros y se puede mejorar el producto a corto plazo. La información es la herramienta básica o materia prima para la toma de decisiones corporativas. Cuanto mayor sea la calidad de la información, mejor será la calidad de la toma de decisiones. Si tiene información

completa, puede seguir estándares analíticos precisos y cuantificables. El valor de esta información es tanto como la ganancia o no pérdida basada en ella.

Gestión de relaciones; la supervivencia del proveedor se debe a sus tratos con la organización, y su supervivencia depende de la supervivencia de la organización. Al ayudarse mutuamente y cuidar de las necesidades de los demás, pueden lograr el beneficio mutuo de la relación y la eficacia de ambas organizaciones. Las empresas necesitan proveedores confiables que entiendan sus necesidades y expectativas y puedan superar las dificultades para adaptarse a sus necesidades.

Los sistemas de gestión de calidad

Un sistema de gestión de la calidad es una herramienta que permite a cada organización planificar, realizar y controlar las actividades necesarias para alcanzar todos sus objetivos. Un sistema de gestión de la calidad es una estructura organizativa en la que se establecen las responsabilidades, los procedimientos, los procesos y los recursos necesarios para realizar la gestión de la calidad. Esto se aplica a todas las actividades realizadas por la empresa y afecta a todas las etapas, desde la investigación de la demanda del consumidor hasta el servicio postventa.

Un sistema de gestión de la calidad requiere que su estructura organizacional esté enfocada en el logro de los esfuerzos de calidad de una empresa, ya que es parte esencial para liderar, facilitar e impulsar todas las acciones que contribuyan al logro de una estrategia, requiriendo la participación y el compromiso de todos los individuos pertenecientes a la organización. Alzamora (2019).

Por ello las MYPE que poseen un sistema de gestión de calidad buscan fundamentalmente enfocarse en sus estrategias, procesos y actividades en proporcionar en los clientes los productos y servicios que necesita, en el momento que lo necesite a un precio competitivo, por lo que además se requiere lograrlo de manera más eficiente posible ofreciendo ventajas competitivas. Ramirez (2019).

En un sistema se busca “La posibilidad de aumentar la eficacia de las organizaciones, a través del mejoramiento continuo y la eficiencia de los procesos como componentes centrales de los sistemas de gestión, lo que pone en consideración es que los sistemas de gestión de calidad son un instrumento clave de las organizaciones para cumplir la política y los objetivos de calidad previamente establecidos”. Castro (2019).

Los sistemas de gestión de la calidad pueden implementarse en cualquier tipo de organización que requiera evaluar su capacidad para proporcionar productos o servicios que cumplan los requisitos de sus clientes y los reglamentos que le sean de aplicación, siempre que su objetivo sea la satisfacción de aquellos, en busca de asegurar la calidad en beneficio de todas las partes interesadas. Ramirez (2019).

Requisitos del sistema de gestión de calidad

Liderazgo y compromiso:

- Tomar responsabilidad de la eficacia del SGC.

- Garantizar que la política y los objetivos de calidad se establezcan para el SGC y sean compatibles con el contexto y la dirección estratégica de la organización.
- Asegurar la integración de los requisitos del SGC en los procesos de negocio de la organización.
- Promover el uso del enfoque de proceso y del pensamiento basado en el riesgo.
- Asegurar que los recursos necesarios para el SGC estén disponibles.
- Comunicar la importancia de una gestión eficaz de la calidad y de la conformidad con los requisitos del SGC.
- Garantizar que el SGC alcance los resultados esperados.
- Involucrar, dirigir y apoyar a las personas para que contribuyan a la eficacia del SGC
- Promover la mejora continua.
- Apoyar otros roles de gestión relevantes para demostrar su liderazgo en lo que respecta a sus áreas de responsabilidad.

Enfoque al cliente:

- El cliente y los requisitos legales y reglamentarios aplicables se determinan, entienden y se cumplen.
- Determinar y abordar los riesgos y oportunidades que pueden afectar la conformidad de los productos y servicios y la capacidad de mejorar la satisfacción del cliente.
- El enfoque en la mejora de la satisfacción del cliente se mantiene.

Política:

- La alta dirección establecerá, revisará y mantendrá una política de calidad que es apropiado para el propósito y contexto de la organización.
- Proporciona un marco para establecer y revisar los objetivos de calidad e incluye un compromiso para satisfacer los requisitos aplicables. Así mismo, debe comunicarse y entenderse y ponerse a disposición de las partes interesadas pertinentes, según proceda.

Comunicación de la Política de Calidad:

- Estar disponible y mantenerse como información documentada.
- Ser comunicada, entendida y aplicada dentro de la organización.
- Debe estar disponible para las partes interesadas pertinentes, según proceda.

Funciones, responsabilidades y autoridades de la organización:

- La alta dirección garantizará que las responsabilidades y las autoridades para las funciones pertinentes se asignen, comuniquen y entiendan dentro de la organización.

Acciones para abordar el riesgo y las oportunidades:

- Garantizar que el SGC puede lograr los resultados previstos.
- Mejorar los efectos deseables.
- Prevenir o reducir, indeseados efectos.
- Lograr mejoras.

La organización deberá planificar:

- Acciones para abordar los riesgos y oportunidades, para ello, deberá integrar e implementar las acciones en su Sistema de Gestión de la Calidad y evaluar la efectividad de las mismas.

Objetivos

- De calidad y planificación para lograrlos.
- Establecer objetivos de calidad en las funciones, niveles y procesos pertinentes necesarios para el SGC.

Al planificar acciones para lograr objetivos de calidad:

- La organización debe determinar qué es lo que se hará, qué recursos se requerirán, quién será responsable, cuándo se completará, cómo se evaluarán los resultados.

Soporte

- Dentro de los nuevos requisitos para los Sistemas de Gestión de la Calidad.

Competencia

- La organización deberá determinar la competencia necesaria de las personas que realizan trabajos bajo su control que afectan el desempeño y la efectividad del SGC, y asegurar que estas personas sean competentes sobre la base de una educación, formación o experiencia apropiadas.

- Cuando proceda, adoptar medidas para adquirir la competencia necesaria y evaluar la eficacia de las medidas adoptadas y conservar la información documentada apropiada como prueba de competencia.

Conciencia

- Las personas que trabajan bajo el control de la organización deben tener en cuenta la política de calidad y los objetivos de calidad pertinente, así como su contribución a la eficacia del SGC, incluidos los beneficios de un mejor rendimiento, y las implicaciones de no conformarse con los requisitos del SGC.

Comunicación

- La organización determinará las comunicaciones internas y externas que sean necesarias para el SGC.

Operación

Planificación y control operativos

- La organización planificará, implementará y controlará los procesos necesarios para cumplir con los requerimientos para el suministro de productos y servicios, y para implementar las acciones determinadas en 6.0 por:

Determinación de los requisitos para los productos y servicios.

- Establecer criterios para los procesos y para la aceptación de productos y servicios.

- Determinación de los recursos necesarios para lograr la conformidad con los requisitos de productos y servicios.
- Implementar el control de los procesos de acuerdo con los criterios.
- Determinar y conservar la información documentada en la medida necesaria para tener confianza en que los procesos se han llevado a cabo como se ha planificado y demostrar la conformidad de los productos y servicios con los requisitos.

2.2.2. Servicio al cliente

Sánchez, V.(2018) deduce que “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 y satisfacerla, logrando cubrir sus expectativas, e incrementar sus expectativas”.

Según el autor Mamani (2018) manifiesta que, “la atención al cliente incluye las áreas de recursos humanos que se destinan a ofrecer a los clientes, es decir, quienes ya tienen un vínculo con la empresa, servicios de atención ante reclamos, consultas, dudas, sugerencias, cambios o nuevas adquisiciones que éstos deseen realizar”.

Importancia de la atención al cliente

Palacios W. D., (2020) ante la importancia de la atención al cliente, deduce que “es de conocimiento que para cualquier organización que quiera estar estable en el

mercado debe enfocarse en el cliente, el cual asume como su principal fuente de éxito. La atención al cliente busca principalmente y tal lo indica su nombre dar respuesta o solución a las consultas o problemas que los clientes puedan experimentar en relación al uso o consumo de los productos o servicios que adquirieron a la empresa. Pero, un fin implícito, es la fidelización del cliente con la empresa: un cliente contento seguramente estará mucho más dispuesto a adquirir nuevos productos/servicios de la empresa que un cliente que no ha obtenido respuestas o soluciones”.

Sánchez, V. (2018) afirma que, “en el mundo globalizado en el cual nos encontramos, la competencia de las empresas es cada vez mayor. Por eso, las compañías además de enfocarse en sus productos se ven en la necesidad de dirigir sus estrategias en el mejoramiento del servicio al cliente”.

La importancia del servicio al cliente está enfocado a ciertas expectativas las cuales se determina en:

Fidelización de clientes

La fidelización de clientes es un concepto de marketing que tiene como objetivo lograr que los consumidores que han comprado previamente ciertos productos o servicios continúen comprando y se conviertan en clientes habituales a través de diversas estrategias y técnicas de marketing y ventas Mamani (2019).

La lealtad del cliente afecta directamente el desempeño financiero, así como la reputación y la imagen de marca. El impacto de los clientes satisfechos es más determinante que cualquier estrategia de marketing porque: El cliente fiel gasta más,

El cliente fiel comparte su experiencia positiva, El cliente fiel no compite, Retener al cliente siempre es mucho más barato que adquirir nuevos, porque no es necesario lanzar una campaña de marketing muy costosa, que no siempre garantiza un retorno de la inversión Alberca (2018).

Valoración de clientes.

El valor del cliente es el total de ingresos que aporta el consumidor a tu negocio durante toda la vida de la empresa. Es una métrica muy importante y se utiliza al tomar decisiones sobre ventas, marketing, desarrollo de productos y asistencia al cliente Mamani (2019).

Estrategias de relación para ganar y mantener a los clientes

Tales estrategias del servicio al cliente están enfocadas a:

Comunicación: una estrategia de comunicación con el cliente es una guía para expresar cómo planea comunicar un mensaje específico a su público objetivo a través de diferentes canales. La comunicación efectiva es parte de la satisfacción del cliente, por lo tanto, se debe garantizar su ejecución. Escuchar a los clientes es parte de una buena práctica de servicio al cliente. Qué mejor manera que analizar su satisfacción con tu empresa. Además, comprender las necesidades del consumidor es fundamental para mejorar un producto o servicio. Además de revelar el éxito de los esfuerzos para mejorar la experiencia comercial, medir la satisfacción del cliente también puede identificar las debilidades y fortalezas en las estrategias de comunicación Abad (2018).

Flexibilidad del personal: La flexibilidad/adaptabilidad, se puede definir como la capacidad para adaptarse y trabajar en distintas situaciones y con personas diversas. Es la habilidad para adaptarse a los entornos laborales, a los constantes cambios que se dan en él y supone entender y valorar posturas distintas o puntos de vista encontrados Abad (2018).

Canales de atención: Los canales de atención al cliente son el medio por el cual las empresas se comunican e interactúan con el público. Estos canales se pueden utilizar para soporte, reclamos, solicitudes, ventas y más. Proporcionar canales de servicio es crucial para construir una buena relación con los consumidores. Si los clientes necesitan hablar con la empresa, deben contar con un mecanismo de apelación. Un canal de atención al cliente es un punto de contacto proporcionado por una empresa para comunicarse con los consumidores.

Estos canales permiten al público realizar reclamos, solicitar y apoyar públicamente servicios, realizar sugerencias, aclarar inquietudes e incluso realizar compras. Desde la perspectiva del cliente, estos datos de contacto son importantes para que pueda hablar con la empresa si necesita aclarar cualquier duda durante el proceso de compra Abad (2018).

Necesidades del cliente

Las necesidades de los clientes se definen como los factores que los impulsan a comprar un determinado producto o servicio.

Para identificar las necesidades del cliente, es importante comprender qué impulsa su decisión de compra. Definir tu mercado objetivo y segmentarlo es el primer paso. El propósito es analizar los intereses, deseos y problemas que puede abordar al momento de comprar. Como resultado, tendrá una idea clara de cómo debería ser su propuesta de valor para los clientes Abad (2018).

El tipo de necesidades del cliente se puede determinar en términos de productos y servicios.

Entre los productos, identifica: **Productos asequibles:** Los clientes quieren productos que se ajusten a sus presupuestos. **Productos funcionalmente eficientes:** los clientes necesitan productos que funcionen de la manera correcta para resolver sus problemas o deseos. **Productos compatibles:** El producto o servicio debe ser confiable, eficiente, de alto rendimiento y compatible con otras herramientas para satisfacer todos los tipos de necesidades del cliente.

En relación al servicio, determina: **Agente empáticos y amables:** Cuando un cliente se encuentra con un problema y se contacta con el departamento de servicio al cliente de tu empresa, espera empatía por parte de los agentes que lo ayudan. **Buena experiencia de compra:** La experiencia de compra es una de las necesidades del cliente más importantes. **Velocidad de respuesta:** Para el servicio al cliente, la velocidad de respuesta se traduce en tiempos de respuesta cortos y resolución rápida de tickets.

III. HIPÓTESIS

Respecto a la afirmación de Sampieri & Mendoza, (2020) una hipótesis es una afirmación en forma de conjetura de las relaciones entre dos o más variables, las hipótesis son siempre planteadas en forma de oraciones declarativas y relacionan variables con variables, sea en forma general o específico. En la presente investigación no hay hipótesis ya que no es un estudio de caso.

IV. METODOLOGÍA

4.1. Diseño de la investigación

El tipo de la presente investigación fue Cuantitativa ya que se midió y cuantifico numéricamente las variables estudiadas, que en este caso son: gestión de calidad y atención al cliente de las MYPE rubro restaurantes, Las Lomas, Piura, 2022.

Cuantitativo; porque según el autor Díaz (2015), la metodología cuantitativa consiste en el contraste de teorías ya existentes a partir de una serie de hipótesis surgidas de la misma, siendo necesario obtener una muestra, ya sea en forma aleatoria o discriminada, pero representativa de una población o fenómeno objeto de estudio. Por lo tanto, para realizar estudios cuantitativos es indispensable contar con una teoría ya construida, dado que el método científico utilizado en la misma es el deductivo.

El nivel de la presente caracterización fue descriptivo. Para el autor Díaz (2015) define que la investigación descriptiva consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento. Donde los resultados de una investigación descriptiva se ubican en un nivel intermedio en cuanto a la profundidad de los conocimientos se refiere.

Diseño No experimental: Díaz (2015), manifiesta que el diseño no experimental es el que se realiza sin manipular en forma deliberada ninguna variable. El investigador no sustituye intencionalmente las variables independientes, se observan los hechos tal y como se presentan en su contexto real y en un tiempo determinado. Por lo tanto, la investigación tuvo un diseño no experimental transversal, primero porque se analizó y se midió los indicadores de la gestión de calidad y atención al cliente de las MYPE rubro restaurantes, Las Lomas, Piura, 2022, sin la manipulación deliberada de estas variables, por lo que únicamente se observó los fenómenos que fueron estudiados en su ambiente natural para después ser analizados.

Transversal, porque se recolectaron los datos en un solo momento, en un tiempo único, cuyo propósito fue describir variables, y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado.

4.2.Población y muestra

Población:

Según Díaz (2015), una población desde el punto de vista estadístico, es un conjunto finito o infinito de entes (individuos, objetos, empresas, etc.) que poseen unas características comunes. El tamaño que tiene una población es un factor muy importante en el proceso de investigación y viene dado por el número de elementos que constituyen la misma.

Población: Se utilizó una población de 06 Micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes, Las Lomas, Piura, 2022, las cuales hicieron un total de 12 trabajadores.

Cuadro 1: Relación de MYPE

N.º	MYPE	RUC	N.º de trabajadores
01	Restaurant “Daniela”	10027664291	02
02	Restaurant “El Cutervino”	10708886381	02
03	Restaurant “Mi Sandrita”	10027330008	03
04	Restaurant “Plaza chickens”	10274286933	02
05	Restaurant “El sabor del norte”	10027346800	02
06	Restaurant “Vero Bac”	10421528484	01
Total			12

Fuente: Elaboración propia.

La población para la variable gestión de calidad es finita, relacionada a los propietarios y trabajadores de las microempresas antes mencionadas, las cuales hacen un total de 12.

En relación al servicio al cliente, la población es infinita, de las cuales por conveniencia de autor se consideró a 10 clientes por cada una de las mypes, las cuales hacen un total de 60 clientes.

Muestra: Díaz (2015) define a la muestra como un subgrupo de la población, es un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus características al que llamamos población.

Para seleccionar la muestra se utilizó la técnica de muestreo no probabilístico por conveniencia, debido a la voluntaria participación y disponibilidad de tiempo de las unidades de muestreo para participar en esta investigación. Hernández (2018).

Además, se tomó en cuenta los criterios de inclusión y exclusión: Los criterios de inclusión aplicados a los propietarios y trabajadores son:

- Personas perseverantes en el rubro
- Propietarios de microempresa del rubro restaurantes con más de 1 año de funcionamiento.
- Tienen más de 1 colaborador a cargo

Los criterios de exclusión aplicados a los propietarios son:

- Propietarios ocupados y sin disponibilidad para resolver el cuestionario.
- Propietarios con algún problema mental.

4.3. Definición y Operacionalización de las variables

Cuadro 2: Definición y Operacionalización de las variables e indicadores

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicadores	Ítems	Fuente	Escala
Gestión de calidad	Según Castro G, (2019) deduce que es el conjunto de acciones encaminadas a planificar, organizar y controlar la función calidad en una empresa	La variable gestión de calidad se midió bajo las dimensiones de principios de gestión de calidad y el sistema de gestión de calidad.	Principios de la gestión de calidad	1. Enfoque al cliente	2. ¿El restaurante comprende las necesidades actuales y futuras de los clientes? 3. ¿El restaurante mide la satisfacción de los clientes actuando según los resultados?	PROPIETARIOS Y TRABAJADORES	Nominal
				2. Liderazgo	4. ¿Proporciona al personal los recursos y la libertad para actuar con responsabilidad y autoridad?		Nominal
				3. Participación del personal	5. ¿Ofrece oportunidades para que sus trabajadores aumenten sus conocimientos,		Nominal

					competencias y experiencias? 6. ¿Comparten libremente conocimientos y experiencias en equipos?	
				4. Enfoque a procesos	7. ¿Evalúa los posibles riesgos, con secuencias e impactos del proceso de calidad del servicio, en los clientes y proveedores?	Nominal
				5. Enfoque del sistema	8. ¿Define el sistema de gestión de calidad, identificando aquellos procesos que afectan algún objetivo?	Nominal
				6. Mejora continua	9. ¿Fomenta en la empresa la mejora continua de productos, procesos y sistemas?	Nominal

				7. Enfoque a toma de decisiones	10. ¿Analiza los datos y la información obtenidos a través de los procesos, empleando métodos validos?		Nominal
				8. Relación con proveedores	11. ¿Establece relaciones con los proveedores para lograr mutuamente beneficios a corto y largo plazo?		Nominal
			Sistema de gestión	9. Contenido	12. ¿Se encuentra informado sobre la ISO 9001:2015?		Nominal
				10. Requisitos	13. ¿Cumple con todos requisitos establecidos en la ISO 9001:2015		Nominal
Servicio al cliente	España A, (2017), indica que el servicio al cliente es un conjunto de acciones que son avanzadas en las	La variable servicio al cliente se midió con las dimensiones de	Importancia de la atención al cliente	11. Fidelización de clientes	14. ¿Le ofrecen promociones en algunos productos al ser cliente del restaurant?	CLIENTES	Nominal
				12. Valoración de clientes.	15. ¿En la atención que se le brinda, considera Usted que recibe un trato preferencial?		Nominal

	organizaciones con la orientación al mercado, en base a ello se identifican las necesidades de los consumidores en el momento de que la persona compre, logrando así cubrir con las expectativas y poder cubrir con sus necesidades (Sánchez, 2018).	importancia y estrategias de mejora en el servicio.			16. ¿Frecuentaría el lugar, después de haber consumido en el restaurant?	
			Estrategias de mejora en el servicio de atención al cliente	13. Comunicación	17. ¿De acuerdo a la calidad de los productos, los precios son los adecuados?	Nominal
					18. ¿Califica buena la atención que se le brindan cada momento a la hora de hacer el pedido?	
			14. Flexibilidad del personal	19. ¿Usted recomendaría el lugar donde fue atendido?	20. ¿Considera que la comunicación con el personal del restaurant es interactiva?	
					21. ¿Al momento de ser atendidos, el personal les muestran el conocimiento sobre el plato a adquirir?	Nominal

				15. Canales de atención	<p>22. ¿Le gustaría que el restaurant cuente con servicio delivery?</p> <p>23. ¿Considera usted que el restaurant muestra variedad de productos para todo tipo de clientes?</p> <p>24. ¿Considera que los precios son accesibles a los distintos tipos de clientes?</p>		Nominal
				16. Necesidades del cliente	<p>25. ¿Cree Ud. ¿Que la atención en el restaurant es rápida?</p> <p>26. ¿Cree Usted que le brindan atención personalizada y suficiente dentro del restaurant?</p> <p>27. ¿Percibe un ambiente que muestra calidad y profesionalismo?</p>		Nominal

Nota: Elaborado por el autor.

4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnicas

Según Díaz (2015), las técnicas son el conjunto de mecanismos, medios, y sistemas de dirigir, recolectar, conservar, reelaborar y transmitir los datos en una investigación determinada. Por lo tanto, para el desarrollo de la presente investigación se utilizó la técnica de la encuesta tomando una muestra de la población objetivo.

Encuesta: Se realizó una encuesta dirigida a los trabajadores con el objetivo de obtener información respecto a la gestión de calidad de las MYPE rubro restaurantes, Las Lomas, Piura, 2022.

Para la variable Gestión de calidad se formuló 12 preguntas cerradas bajo la modalidad de responder SI o NO dependiendo de la pregunta, las cuales fueron respondidas por los trabajadores.

Para la variable Servicio al cliente se formularon 14 preguntas cerradas bajo la modalidad de responder SI o NO dependiendo de la pregunta, las cuales fueron respondidas por los clientes.

Instrumentos

Para Díaz (2015), afirma que los instrumentos en una investigación es un recurso del que puede valerse el investigador para acercarse a los fenómenos y extraer de ellos información, que permite registrar la información recolectada

y facilitan la toma de decisiones y cálculos estadísticos. Se aplicó un cuestionario para la recolección de la información de la investigación, siendo la única forma posible de relacionarse con un gran número de personas para conocer varios aspectos de las variables en estudio y las preguntas estandarizadas pueden arrojar datos más confiables.

Cuestionario: Se hizo un cuestionario estructurado las cuales contuvo preguntas cerradas para la población de trabajadores y clientes de las Mype rubro restaurantes, Las Lomas, Piura, 2022, con el fin de poder obtener sus aportes y así poder realizar el informe de investigación.

4.5.Plan de análisis

Según Díaz (2015), el plan de análisis detalla las medidas de resumen de las variables y como serán presentadas, indicando los modelos y técnicas estadísticas a usar, El software a usar en el procesamiento, El nivel de significancia fijado para las pruebas estadística.

Se recogió los datos mediante la técnica (encuesta), se tabularon y graficaron de manera ordenada de acuerdo a cada variable y sus dimensiones. Los datos fueron ingresados a una base de datos de Microsoft Excel para luego ser exportados a una base de datos en el software PASW Statistics versión 18.0, para su respectivo procesamiento, luego se realizó el análisis y la interpretación de los datos obtenidos por medio del instrumento de recojo de datos

(cuestionario) que fue revisado por el programa SPSS y validado (con el método juicio del experto) por especialistas, lo cual permitió dar conclusiones viables a cada uno de los objetivos planteados.

4.6. Matriz de consistencia

Cuadro 3: Matriz de Consistencia

TITULO	ENUNCIADO	OBJETIVOS	VARIABLES	HIPOTESIS	Metodología
Gestión de calidad basada en el servicio al cliente en Mype rubro restaurantes del distrito de las Lomas, 2022.	¿Cuáles son las características de la Gestión de calidad basada en el servicio al cliente en MYPE rubro restaurantes del distrito de Las Lomas, Piura 2022?	<p>Determinar las Características de la gestión de calidad basada en el servicio al cliente en MYPE rubro restaurantes del distrito de Las Lomas, Piura, 2022.</p> <p>Objetivos específicos</p> <p>a) Identificar los principios de gestión de calidad de las MYPE rubro restaurantes del distrito de Las Lomas, Piura 2022.</p> <p>b) Conocer el sistema de gestión de calidad de las MYPE rubro restaurantes del distrito de Las Lomas, Piura 2022.</p> <p>c) Determinar la importancia del servicio al cliente que tienen las MYPE rubro restaurantes del distrito de Las Lomas, Piura 2022.</p> <p>d) Describir las estrategias de mejora en el servicio de atención al cliente en las MYPE rubro restaurantes del distrito de Las Lomas, Piura 2022.</p>	<p>Gestión de calidad</p> <p>Servicio al cliente</p>	Para el presente estudio no se formularon hipótesis porque su alcance no implica una influencia o causalidad. Hernandez, Fernandez y Baptista (2018).	<p>Tipo fue una investigación Cuantitativa</p> <p>Nivel DESCRIPTIVO</p> <p>Diseño No experimental</p> <p>Población de 06 Micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes.</p> <p>Muestra: 12 trabajadores y 60 clientes.</p>

Nota: Elaborado por el autor.

4.7.Principios éticos

La universidad Uladech (2016) brinda principios éticos para desarrollar un trabajo eficiente. Aquellos que fueron fundamentales para la investigación (Resolución N° 0973-2019-CU-ULADECH Católica, 2019). Los principios éticos que se utilizaron son los siguientes:

Protección de la persona: los propietarios y trabajadores de las MYPE, rubro restaurantes, Las Lomas, Piura, 2022, participaron voluntariamente de la investigación además disponiendo de la información adecuada con el fin de proteger sus derechos fundamentales en caso se encuentren en situación de vulnerabilidad.

Libre participación y derecho a estar informado: los propietarios y trabajadores de las MYPE, rubro restaurantes, Las Lomas, Piura, 2022 que participaron en la investigación teniendo derecho de estar informados sobre los propósitos y fines de la investigación.

Beneficencia y no-maleficencia: es importante que la unidad de análisis de la presente investigación tuviera ciertas conductas ante la participación del presente proyecto siguiendo reglas generales.

Consentimiento

Solo se trabajaron con los propietarios y trabajadores de las MYPE, rubro restaurantes, que aceptaron voluntariamente participaron en el presente trabajo.

V. RESULTADOS

5.1.Resultados

Resultados demográficos

Tabla 1: Características demográficas de los propietarios y trabajadores

		N	%	Total
Edad	De 18 a 28	02	16.70	12
	De 29 a 40	09	75.00	
	De 40 a más	01	8.30	
Genero	Masculino	08	66.7	12
	Femenino	04	33.3	
Grado de instrucción	Secundaria	03	25.0	12
	Técnica	07	58.3	
	Universitaria	02	16.7	
Años de la empresa en el mercado	1 a 2	03	25.0	12
	2 a 4	06	50.0	
	4 a más	03	25.0	
Años laborando en la empresa	1 a 2 años	04	33.3	12
	2 a 4 años	06	50.0	
	4 a más	02	16.7	

Fuente: Encuesta aplicada a los propietarios y trabajadores

Elaboración propia

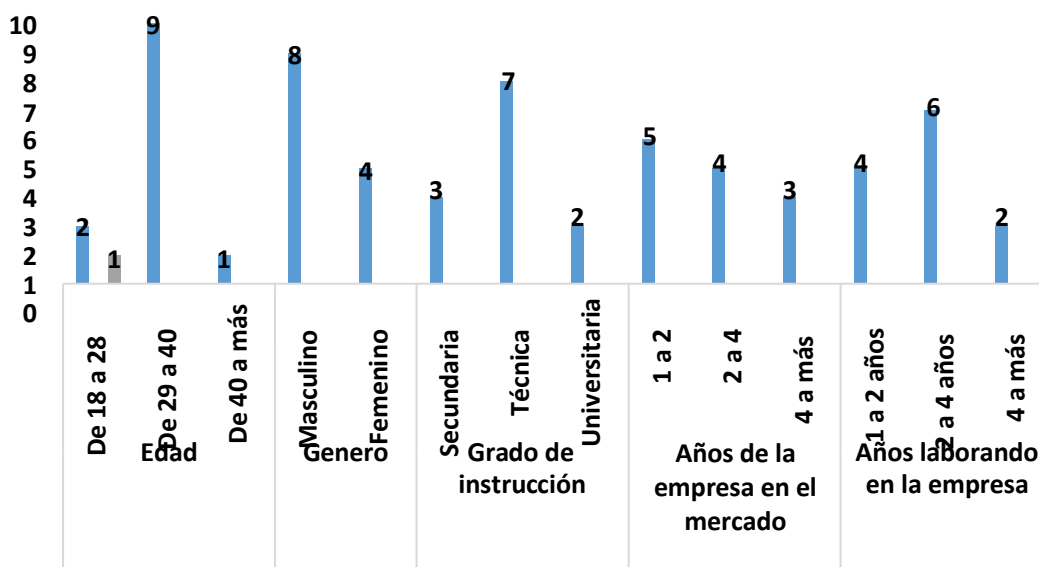


Figura 1: Grafico de barras que representa a Características demográficas de los propietarios y trabajadores

Elaboración propia

Podemos determinar respecto a las características demográficas de los propietarios y trabajadores, el 75% comprenden la edad de 29 a 40 años, además el 66.7% son hombres, el 58.3% tienen un grado de instrucción técnica, el 41.7% tienen entre 1 a 2 años en el mercado, y por último el 50% es decir la mitad de los encuestados tienen entre 2 a 4 años laborando en la empresa.

Tabla 2: Características demográficas de los Clientes

		N	%	Total
Edad	De 18 a 28	25	41.7	60
	De 29 a 40	30	50.0	
	De 40 a más	05	8.3	
Genero	Masculino	38	63.3	60
	Femenino	22	36.7	
Grado de instrucción	Secundaria	15	25.0	60
	Técnica	35	58.3	
	Universitaria	10	16.7	

*Fuente: Encuesta aplicada a los clientes
Elaboración propia*

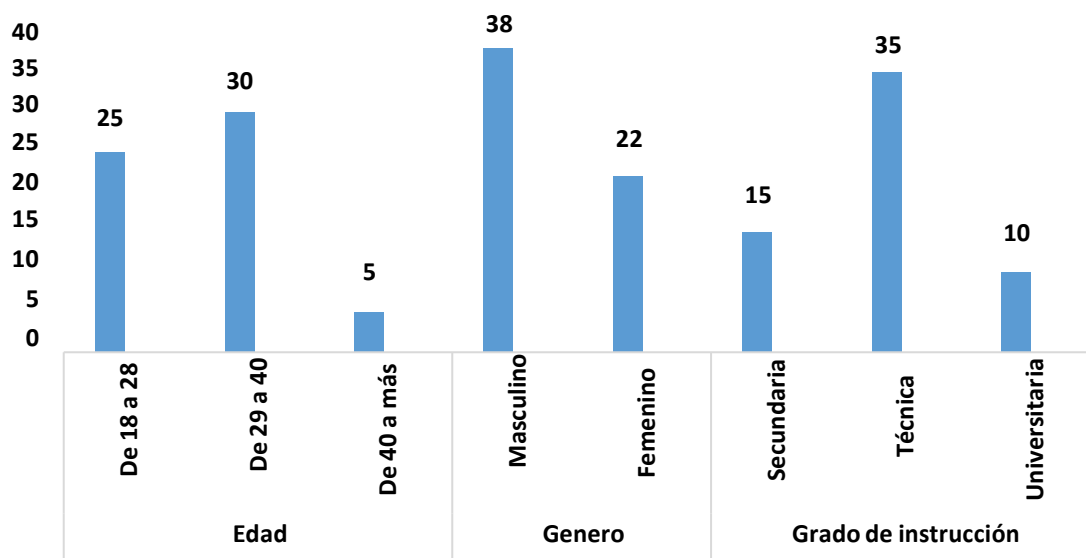


Figura 2: Gráfico de barras que representa a Características demográficas de los clientes.

Elaboración propia

Podemos determinar respecto a las características demográficas de los clientes de las mypes en estudio, el 50% comprenden la edad de 29 a 40 años, además el 63.3% son hombres, el 58.3% tienen un grado de instrucción técnica.

5.1.1. Gestión de calidad

5.1.1.1. Objetivo específico 1: Identificar los principios de gestión de calidad de las MYPE rubro restaurantes del distrito de Las Lomas, Piura 2022

Tabla 3: Principios de gestión de calidad

N°	Ítems	Si		No		Total	
		N	%	N	%	N	%
1.	¿El restaurante comprende las necesidades actuales y futuras de los clientes?	08	66,7	04	33,3	12	100
2.	¿El restaurante mide la satisfacción de los clientes actuando según los resultados?	07	58,3	05	41,7	12	100
3.	¿Proporciona al personal los recursos y la libertad para actuar con responsabilidad y autoridad?	03	25,0	09	75,0	12	100
4.	¿Ofrece oportunidades para que sus trabajadores aumenten sus conocimientos, competencias y experiencias?	10	83,3	02	16,7	12	100
5.	¿Comparten libremente conocimientos y experiencias en equipos?	09	75,0	03	25,0	12	100

6.	¿Evalúa los posibles riesgos, con secuencias e impactos del proceso de calidad del servicio, en los clientes y proveedores?	05	41,7	07	58,3	12	100
7.	¿Define el sistema de gestión de calidad, identificando aquellos procesos que afectan algún objetivo?	11	91,7	01	8,3	12	100
8.	¿Fomenta en la empresa la mejora continua de productos, procesos y sistemas?	10	83,3	02	16,7	12	100
9.	¿Analiza los datos y la información obtenidos a través de los procesos, empleando métodos validos?	08	66,7	04	33,3	12	100
10.	¿Establece relaciones con los proveedores para lograr mutuamente beneficios a corto y largo plazo?	09	75,0	03	25,0	12	100

*Fuente: Encuesta aplicada a los propietarios y trabajadores en relación a los principios de la gestión de calidad.
Elaboración propia*

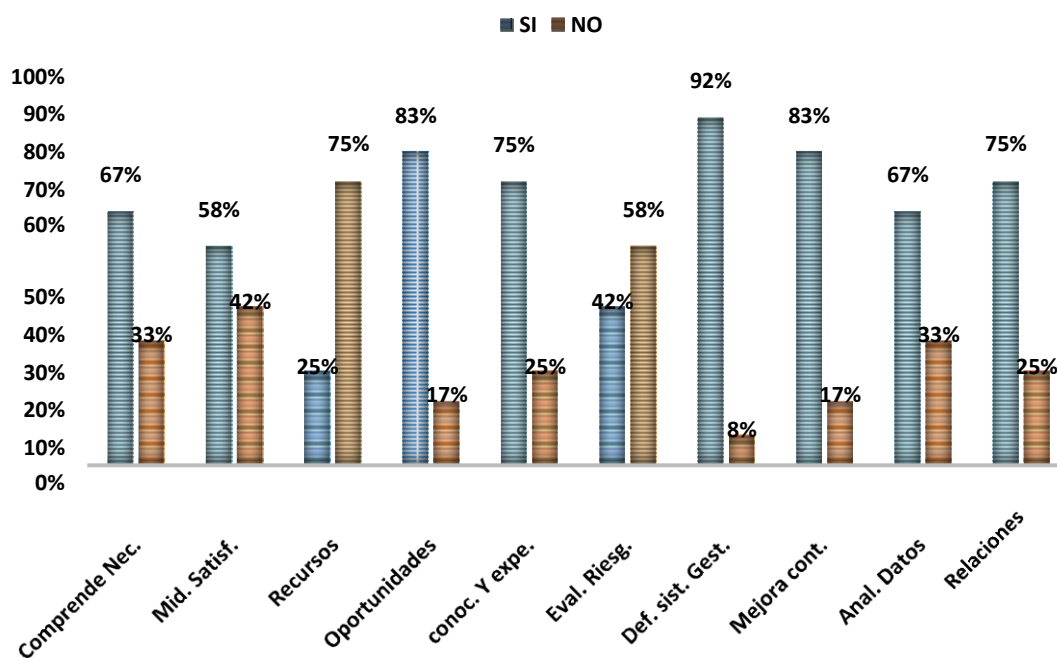


Figura 3: Grafico de barras que representa a los principios de la gestión de calidad. Elaboración propia

En relación a los principios de la gestión de calidad, podemos determinar que el 66.7% de los trabajadores deducen que el restaurant si comprenden las necesidades actuales y futuras de los clientes; el 58.3% afirman que si mide la satisfacción de los clientes actuando según los resultados; el 75% del personal no se les proporciona recursos y la libertad para actuar con responsabilidad y autoridad. El 83.3% determinan que si se les ofrece oportunidades para que sus trabajadores aumenten sus conocimientos, competencias y experiencias; el 75% si comparten libremente conocimientos y experiencias en equipos. Por otro lado, el 58.3% no evalúan los posibles riesgos, con secuencias e impactos del proceso de calidad del servicio, en los clientes y proveedores; el 91.7% de los trabajadores definen el sistema de gestión de calidad, identificando aquellos procesos que afectan algún objetivo, el 83.3% de los trabajadores si fomentan en la empresa la mejora continua de productos, procesos y sistemas. Por otro lado el 66.7% de los trabajadores si analizan los datos y la información obtenidos a través de los procesos, empleando métodos validos; por último, el 75% establecen relaciones con los proveedores para lograr mutuamente beneficios a corto y largo plazo.

5.1.1.2. Objetivo específico 2: Conocer el sistema de gestión de calidad de las MYPE rubro restaurantes del distrito de Las Lomas, Piura 2022

Tabla 4: Sistema de gestión de calidad

N°	Ítems	Si		No		Total	
		N	%	N	%	N	%
11.	¿Se encuentra informado sobre la ISO 9001:2015?	09	75	03	25	12	100
12.	¿Cumple con todos requisitos establecidos en la ISO 9001:2015	07	58,3	05	41,7	12	100

Fuente: Encuesta aplicada a los propietarios y trabajadores en relación al sistema de gestión de calidad.

Elaboración propia

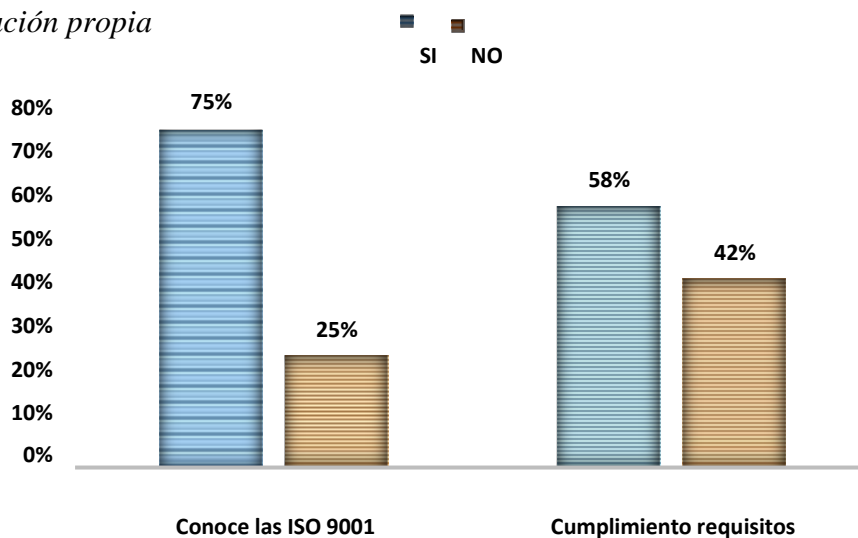


Figura 4: Gráfico de barras que representa al sistema de gestión de calidad
Elaboración propia

Podemos determinar en lo que respecta al sistema de gestión de calidad, el 75% de los trabajadores si se encuentra informado sobre la ISO 9001:2015; además el 58.3% si cumplen con todos requisitos establecidos en la ISO 9001:2015, lo cual ante el porcentaje de conocimiento, esto es poco considerable por ser menor al conocimiento.

5.1.2. Servicio al cliente

5.1.2.1.Objetivo específico 3: Determinar la importancia del servicio al cliente que tienen las MYPE rubro restaurantes del distrito de Las Lomas, Piura 2022

Tabla 5: Importancia del servicio al cliente

N°	Ítems	Si		No		Total	
		N	%	N	%	N	%
13.	¿Le ofrecen promociones en algunos productos al ser cliente del restaurant?	25	41,7	35	58,3	60	100
14.	¿En la atención que se le brinda, considera Usted que recibe un trato preferencial?	28	46,7	32	53,3	60	100
15.	¿Frecuentaría el lugar, despues de haber consumido en el restaurant?	43	71,7	17	28,3	60	100
16.	¿De acuerdo a la calidad de los productos, los precios son los adecuados?	38	63,3	22	36,7	60	100
17.	¿Califica buena la atención que se le brindan cada momento a la hora de hacer el pedido?	36	60,0	24	40,0	60	100
18.	¿Usted recomendaría el lugar donde fue atendido?	24	40,0	36	60,0	60	100
19.	¿Considera que la comunicación con el personal del restaurant es interactiva?	47	78,3	13	21,7	60	100
20.	¿Al momento de ser atendidos, el personal les muestra el conocimiento sobre el plato a adquirir?	52	86,7	08	13,3	60	100

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes en relación a la importancia del servicio al cliente.

Elaboración propia

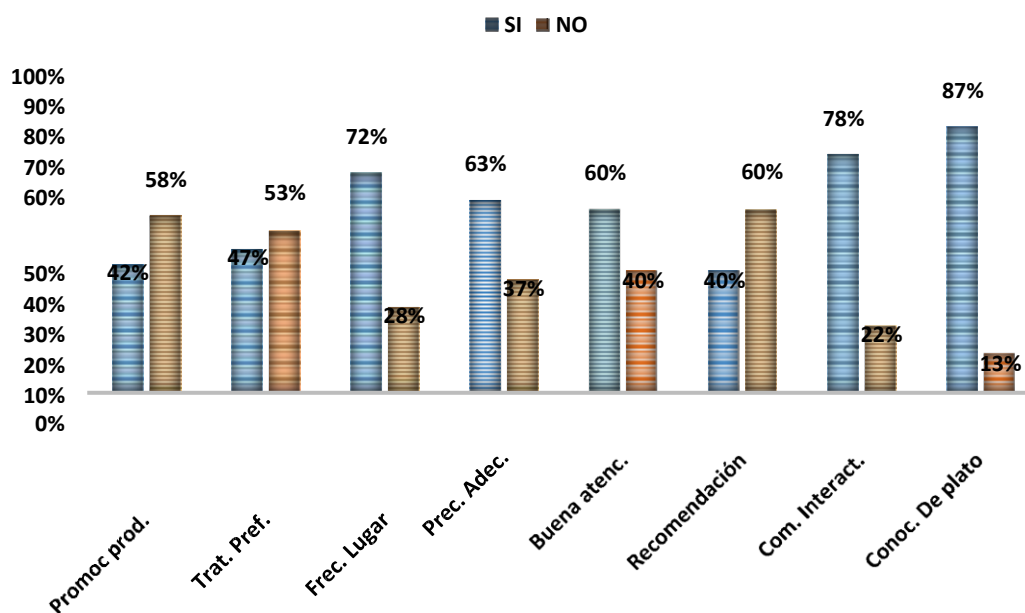


Figura 5: Grafico de barras que representa la importancia del servicio al cliente
Elaboración propia

Respecto a la importancia del servicio al cliente, el 58.3% de los clientes deducen que no se les ofrecen promociones en algunos productos al ser cliente del restaurant; casi del mismo modo el 53.3% tampoco consideran que reciben un trato preferencial. El 71.7% deducen que si frecuentarían el lugar, después de haber consumido en el restaurant, el 63.3% deducen que de acuerdo a la calidad de los productos, los precios si son los adecuados, el 60% afirman que si califican buena la atención que se le brindan cada momento a la hora de hacer el pedido, sin embargo del mismo modo no recomendarían el lugar donde fueron atendidos. El 78.3% si consideran que la comunicación con el personal del restaurant es interactiva; y por último, el 86.7% afirman que el personal si les muestra el conocimiento sobre el plato a adquirir.

5.1.2.2. Objetivo específico 4: Describir las estrategias de mejora en el servicio de atención al cliente en las MYPE rubro restaurantes del distrito de Las Lomas, Piura 2022

Tabla 6: Estrategias de mejora en el servicio al cliente

N°	Ítems	Si		No		Total	
		N	%	N	%	N	%
21.	¿Le gustaría que el restaurant cuente con servicio delivery?	47	78,3	13	21,7	60	100
22.	¿Considera usted que el restaurant muestra variedad de productos para todo tipo de clientes?	36	60,0	24	40,0	60	100
23.	¿Considera que los precios son accesibles a los distintos tipos de clientes?	54	90,0	06	10,0	60	100
24.	¿Cree Ud. Que la atención en el restaurant es rápida?	38	63,3	22	36,7	60	100
25.	¿Cree Usted que le brindan atención personalizada y suficiente dentro del restaurant?	28	46,7	32	53,3	60	100
26.	¿Percibe un ambiente que muestra calidad y profesionalismo?	45	75,0	15	25,0	60	100

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes en relación a las estrategias de mejora en el servicio al cliente.

Elaboración propia

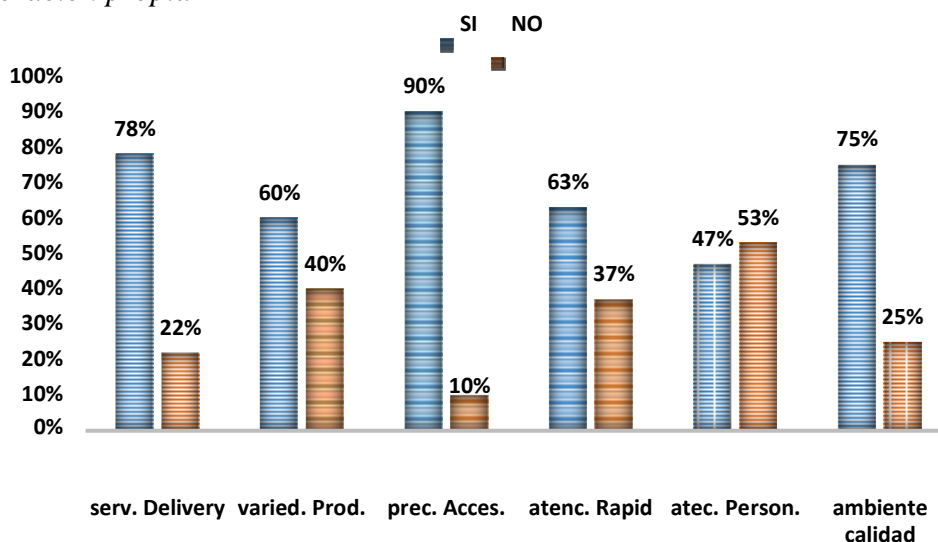


Figura 6: Grafico de barras que representa a las estrategias de mejora en el servicio al cliente.

Elaboración propia

Respecto a las estrategias de mejora en el servicio al cliente, determinamos que el 78.3% de los clientes si les gustaría que el restaurant cuente con servicio delivery, el 60% si consideran que el restaurant muestra variedad de productos para todo tipo de clientes, además el 90% considera que los precios si son accesibles a los distintos tipos de clientes, el 63.3% deducen que la atención en el restaurant es rápida; el 53.3% deducen que la atención que se les brinda es personalizada y suficiente dentro del restaurant; y el 75% deducen que si perciben un ambiente que muestra calidad y profesionalismo.

5.2. Análisis de los resultados

5.2.1. Gestión de calidad

5.2.1.1. Objetivo específico 1: Identificar los principios de gestión de calidad de las MYPE rubro restaurantes del distrito de Las Lomas, Piura 2022

En relación a los principios de la gestión de calidad, podemos determinar que el 66.7% de los trabajadores deducen que el restaurant si comprenden las necesidades actuales y futuras de los clientes; el 58.3% afirman que si mide la satisfacción de los clientes actuando según los resultados.

Según el Principio de calidad 1, referido a la Orientación al cliente, es una actitud permanente para detectar y satisfacer las necesidades y prioridades de los clientes internos y externos. Cuando estamos orientados al cliente, cumplimos éstos 3 requisitos: a) Conocemos las cualidades de los productos y servicios de la empresa, b) Detectamos las necesidades y prioridades de los clientes, buscando la mejor opción para satisfacerlas, c) Comunicamos a los clientes los beneficios que les aportamos (reducción de costes, aumento de ingresos, mejora organizativa, etc.) y medimos su satisfacción.

El 75% del personal no se les proporciona recursos y la libertad para actuar con responsabilidad y autoridad.

Ante las perspectivas del Principio de calidad 2, determinada como Liderazgo, este es el conjunto de habilidades directivas (tomar iniciativa, gestionar, convocar, promover, incentivar, motivar y evaluar un proyecto, de

forma eficaz y eficiente) que un individuo tiene para influir a la forma de ser les personas o a un equipo de personas, logrando que el equipo esté motivado en lograr los objetivos y metas. El liderazgo como uno de los principios de gestión de la calidad implica actividades de organización y planificación, los cuales se realizarán en el marco del plan estratégico. Las actividades de análisis, prevención, mejora y seguimiento de la calidad total, se deberán incorporar de forma permanente al sistema de gestión de la empresa, a través del plan de negocio o del certificado ISO, y así crear consciencia y espíritu de mejora de la calidad de la empresa en los niveles más elevados.

El 83.3% determinan que si se les ofrece oportunidades para que sus trabajadores aumenten sus conocimientos, competencias y experiencias; el 75% si comparten libremente conocimientos y experiencias en equipos.

Tales resultados están enfocados al principio de calidad 3, la cual hace referencia al compromiso con las personas, de la cual el personal, a todos los niveles, es la esencia de una organización y su compromiso sincero hace que sus habilidades se utilicen para el beneficio de la organización. La participación del personal es uno de los principios de gestión de la calidad que se aplica a partir de que el personal: a) Conoce sus competencias y responsabilidades en la resolución de incidencias. Si es necesario deberá recibir formación ISO específica, b) Comparten sus conocimientos y experiencias, c) Es consciente del que implica su contribución a la organización, y son evaluados de acuerdo con los objetivos.

Por otro lado, el 58.3% no evalúan los posibles riesgos, con secuencias e impactos del proceso de calidad del servicio, en los clientes y proveedores; el 91.7% de los trabajadores definen el sistema de gestión de calidad, identificando aquellos procesos que afectan algún objetivo.

Tales resultados están centrados en el principio de calidad 4, la cual está determinada al Enfoque a procesos, deduce que la gestión por procesos de actividades y recursos es uno de los principios de gestión de la calidad que ayuda a lograr de forma más eficaz los resultados esperados. Para aplicarlo, se debe: a) Definir correctamente los procesos y responsabilidades. La organización ha dejado de ser una organización por departamentos o áreas funcionales para ser una organización por procesos; b) Están definidas las interfaces entre procesos y funciones; c) Evaluar los riesgos, sus consecuencias e impactos a cualquier parte interesada. Para lograrlo se puede utilizar como guía la norma ISO 31000.

El 83.3% de los trabajadores si fomentan en la empresa la mejora continua de productos, procesos y sistemas.

Resultado enfocado al Principio de calidad 5, lo cual deduce la Mejora continua como uno de los principios de gestión de la calidad, debe ser un objetivo permanente de la organización. Para demostrar la aplicación de éste principio, normalmente: a) Se da un enfoque comprometido a la mejora. El personal deberá tener la competencia y formación para aplicar la mejora; b) La mejora continua será el objetivo de todos, implicándose a la mejora de

productos, procesos y sistemas, c) Se realizan auditorías y evaluaciones para detectar nuevas áreas de mejora.

Por otro lado el 66.7% de los trabajadores si analizan los datos y la información obtenidos a través de los procesos, empleando métodos validos; por último.

Resultado la cual está considerado con el Principio de calidad 6 Enfoque basado en hechos para la toma de decisiones, la cual deduce que se debe ser consciente que aquello que no se puede medir, no se puede controlar es un caos. Por eso, las decisiones más eficaces están fundamentadas con el análisis de datos e información, este principio es demostrado mediante: a) Tener información y datos precisos y fiables; b) Son accesibles tanto la información como los datos; c) Se analizan los datos, experiencia y se toman decisiones para la mejora continua en función de los resultados.

El 75% establecen relaciones con los proveedores para lograr mutuamente beneficios a corto y largo plazo.

Por ultimo este resultado está enfocado al Principio de calidad 7 Gestión de las relaciones, las cuales es el último de los principios de gestión de la calidad aumenta la capacidad de crear valor en la organización y al proveedor. Se demuestra la aplicación de éste principio a partir de: a) Se identifican y seleccionan proveedores clave para la organización y se crean relaciones entre los dos; b) Se necesita desarrollar alianzas estratégicas con los proveedores para ser más competitivos y mejorar la productividad y rentabilidad. En las alianzas gana tanto la organización como los proveedores; c) Se instaura un

fondo común de competencias, recursos y actividades conjuntas para la mejora;
d) Se dispone de una comunicación clara y abierta.

Los principios de gestión de la calidad están vinculados con aquella la empresa moderna que busque consolidarse, crecer y desarrollarse para tener éxito. Cuando se implanta la norma ISO 9001, para que sea útil el certificado, es necesario que estos principios sirvan para la mejora continua de la organización Alzamora (2019).

5.2.1.2. Objetivo específico 2: Conocer el sistema de gestión de calidad de las MYPE rubro restaurantes del distrito de Las Lomas, Piura 2022

Podemos determinar en lo que respecta al sistema de gestión de calidad, el 75% de los trabajadores si se encuentra informado sobre la ISO 9001:2015; además el 58.3% si cumplen con todos requisitos establecidos en la ISO 9001:2015, lo cual ante el porcentaje de conocimiento, esto es poco considerable por ser menor al conocimiento.

Según Alzamora (2019), Un Sistema de Gestión es un conjunto de elementos relacionados entre sí orientados en una forma de trabajar basado en procesos, con una política de trabajo para alcanzar objetivos. Dichos elementos pueden ser recursos humanos, recursos económicos, infraestructura y equipos, conocimientos y experiencia, etc.

Por ello en la investigación se pudo observar que la mayoría de los trabajadores tienen conocimiento y/o información sobre el sistema de gestión de calidad respaldada en las ISO 9001, sin embargo más de la mitad cumplen con los requisitos establecidos por las normas.

5.2.2. Servicio al cliente

5.2.2.1. Objetivo específico 3: Determinar la importancia del servicio al cliente que tienen las MYPE rubro restaurantes del distrito de Las Lomas, Piura 2022

Respecto a la importancia del servicio al cliente, el 58.3% de los clientes deducen que no se les ofrecen promociones en algunos productos al ser cliente del restaurant; casi del mismo modo el 53.3% tampoco consideran que reciben un trato preferencial. El 71.7% deducen que si frecuentarían el lugar, después de haber consumido en el restaurant, el 63.3% deducen que de acuerdo a la calidad de los productos, los precios si son los adecuados, el 60% afirman que si califican buena la atención que se le brindan cada momento a la hora de hacer el pedido, sin embargo del mismo modo no recomendarían el lugar donde fueron atendidos. El 78.3% si consideran que la comunicación con el personal del restaurant es interactiva; y por último, el 86.7% afirman que el personal si les muestra el conocimiento sobre el plato a adquirir.

Ante esta perspectiva sabemos que un buen servicio al cliente se traduce en credibilidad y percepción de marca. Una buena experiencia de servicio al

cliente se construye dando estructura a todos los puntos de interacción de una organización con el cliente. Alinear varios procesos orientados al cliente creará una mejor experiencia y esta experiencia puede ser la que determine el consumo de los clientes García & Herrera (2017).

Ante los resultados podemos notar que más de la mitad de los clientes deducen que no se les ofrecen promociones en algunos productos al ser cliente del restaurant; tampoco consideran que reciben un trato preferencial. Sin embargo, la mayoría si frecuentarían el lugar, después de haber consumido, además los precios si son los adecuados de acuerdo a la calidad del producto, califican buena la atención que se le brindan cada momento a la hora de hacer el pedido, pero no recomendarían el lugar donde fueron atendidos. Del mismo modo, consideran que la comunicación con el personal del restaurant es interactiva; y que el personal si les muestra el conocimiento sobre el plato a adquirir.

5.2.2.2.Objetivo específico 4: Describir las estrategias de mejora en el servicio de atención al cliente en las MYPE rubro restaurantes del distrito de Las Lomas, Piura 2022

Respecto a las estrategias de mejora en el servicio al cliente, determinamos que el 78.3% de los clientes si les gustaría que el restaurant cuente con servicio delivery, el 60% si consideran que el restaurant muestra variedad de productos para todo tipo de clientes, además el 90%

considera que los precios si son accesibles a los distintos tipos de clientes, el 63.3% deducen que la atención en el restaurant es rápida; el 53.3% deducen que la atención que se les brinda es personalizada y suficiente dentro del restaurant; y el 75% deducen que si perciben un ambiente que muestra calidad y profesionalismo.

Una buena atención al cliente se enfoca en escuchar atentamente cuáles son las necesidades e inquietudes de los clientes y en satisfacerlas. Si no se busca constantemente oportunidades para mejorar la atención al cliente, la relación se estancará.

Ante las perspectivas de los resultados, observamos que la mayoría de los clientes si les gustaría que el restaurant cuente con servicio delivery, además consideran que muestra variedad de productos para todo tipo de clientes, casi todos deducen que los precios si son accesibles a los distintos tipos de clientes. Por otro lado, más de la mitad deducen que la atención en el restaurant es rápida; que la atención que se les brinda es personalizada y suficiente y que si perciben un ambiente que muestra calidad y profesionalismo.

VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. Conclusiones

- Se concluye en referencia a los principios de la gestión de calidad, que los trabajadores comprenden las necesidades actuales y futuras de los clientes, además se aprecia que se cumple los principios de la gestión de calidad a excepción del liderazgo ya que no se tiene presente los criterios de libertad para actuar de acuerdo a su función; y además el principio de enfoque puesto a que no se evalúan los posibles riesgos que puedan existir en la empresa.
- Se determinaron que en las mypes rubro restaurantes, referente al sistema de gestión de calidad, la mayoría conocen sobre la ISO 9001:2015; además cumplen con todos requisitos establecidos en la ISO 9001:2015, lo cual ante el porcentaje de conocimiento, esto es poco considerable por ser menor al conocimiento.
- Respecto a la importancia del servicio al cliente, más de la mitad de los clientes deducen que no se les ofrecen promociones en algunos productos al ser cliente del restaurant; tampoco consideran que reciben un trato preferencial. Sin embargo frecuentarían el lugar, después de haber consumido en el restaurant, de acuerdo a la calidad de los productos, los precios si son los adecuados, califican buena la atención que se le brindan cada momento a la hora de hacer el pedido, sin embargo del mismo modo no recomendarían el lugar donde fueron atendidos. La mayoría consideran que la comunicación con el personal

del restaurant es interactiva; y por último, si les muestra el conocimiento sobre el plato a adquirir.

- Respecto a las estrategias de mejora en el servicio al cliente, determinamos la mayoría de los clientes si les gustaría que el restaurant cuente con servicio delivery, además consideran que muestra variedad de productos para todo tipo de clientes, casi todos deducen que los precios si son accesibles a los distintos tipos de clientes. Por otro lado, más de la mitad deducen que la atención en el restaurant es rápida; que la atención que se les brinda es personalizada y suficiente y que si perciben un ambiente que muestra calidad y profesionalismo.

6.2.Recomendaciones

- Es importante tener presente que el cumplimiento de los principios de la gestión de calidad se verá respaldada al éxito de la gestión de la empresa, ante las perspectivas de los clientes.
- Por otro lado, se debe aplicar ciertas estrategias para que los clientes se sientan satisfechos ante sus necesidades de adquirir el producto.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abad, D. N. (2018). *Caracterización del servicio al cliente y competitividad de las mype rubro restaurantes de Montero - Ayabaca, AÑO 2018*. Piura: Uladech. Recuperado el 24 de febrero de 2022
- Alarcón, M. C., & Ramírez, M. D. (2019). *Servicio al cliente y la relación con la satisfacción del cliente, en el restaurante Yenifer de Tarapoto, periodo 2016*. Tarapoto: Universidad Nacional de San Martín - Tarapoto. Recuperado el 08 de marzo de 2022, de <https://repositorio.unsm.edu.pe/bitstream/handle/11458/3314/ADMINISTRACION%20-%20Mary%20Clayre%20Davila%20Alarcon%20%26%20Maria%20Deisy%20Barboza%20Ramirez.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Alberca, D. P. (25 de junio de 2018). *Caracterización de la Calidad del Servicio al Cliente y Rentabilidad en las MyPes en el Sector Servicio, Rubro Restaurantes del Distrito de Pampas de Hospital – Tumbes, 2017*. (U. C. Chimbote, Ed.) Recuperado el 03 de noviembre de 2020, de <http://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/1434755>
- Alzamora, J. A. (2019). *Características de la gestión de calidad y marketing del restaurant – pollería “las canastas” en el distrito de Piura año 2019*. Piura: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.
- Castro, G. S. (2019). *Gestión de calidad y marketing estratégico de las pollerías en el distrito de Sullana año 2019*. Sullana: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.
- Delgado, L. C., & Martínez, F. L. (2018). *Diseño de una propuesta de mejora del Sistema de Gestión de Calidad e Inocuidad basada en la ISO 9001:2015 integrada a las Buenas Prácticas Avícolas, para la “Avícola Don Quijote” ubicada en la ciudad de Arequipa*. Arequipa: Universidad Católica San Pablo.
- Díaz, S. C. (2015). *Metodología de la investigación científica*. Lima: San Marcos.
- España, A. L. (2017). *Evaluación de la calidad de servicio al cliente en el Restaurante Pizza Burger Diner de Gualan, Zacapa*. Guayaquil: Universidad Rafael

- Landívar. Recuperado el 20 de noviembre de 2021, de <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesisjcem/2017/01/01/Sanchez-Aby.pdf>
- García, N. J., & Herrera, R. S. (2017). *Relación de la calidad de servicio y la satisfacción del cliente en la Pollería Chiken Dorado*. Pimentel: Universidad Señor de Sipan.
- Gonzales, K. A. (2020). *Satisfacción de la calidad del servicio en restaurantes de hoteles 5 estrellas de Trujillo – 2019*. Trujillo: Universidad Privada del Norte. Recuperado el 08 de marzo de 2022, de <https://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/3017501>
- INEI. (04 de Abril de 2021). *Subsector restaurantes decreció 50,48% en febrero de 2021*. Obtenido de Subsector restaurantes decreció 50,48% en febrero de 2021: <https://www.inei.gob.pe/prensa/noticias/subsector-restaurantes-decrecio-5048-en-febrero-de-2021-12852/>
- Mamani, D. J. (26 de setiembre de 2019). *Gestión de calidad en atención al cliente de las MYPE del sector comercio rubro boticas AV. Bolognesi del distrito de Tacna 2018*. Recuperado el 10 de marzo de 2021, de SUNEDU: <http://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/1431519>
- Mamani, M. d. (2018). *Caracterización de la gestión de calidad en atención al cliente de las Mype del sector servicio rubro restaurantes campestres del distrito de Pocollay, provincia y región de Tacna periodo 2017*. Juliaca: Universidad Católica los Angeles de Chimbote.
- Mamani, M. D. (2018). *Caracterización de la gestión de calidad en atención al cliente de las mype del sector servicio rubro restaurantes campestres del distrito de Pocollay, provincia y región de Tacna periodo 2017*. Tacna: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Recuperado el 08 de marzo de 2022, de <https://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/2825657>
- Medina, R. Z. (2015). *Gestión de la calidad, formalización, competitividad, financiamiento, capacitación y rentabilidad en micro y pequeñas empresas de la provincia del Santa, año 2013*. Recuperado el 03 de noviembre de 2020, de <https://revistas.uladech.edu.pe/index.php/increscendo/article/view/829>
- Mosquera, D. C. (2018). *Calidad del servicio y la satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil*. Guayaquil: Universidad

- Católica de Santiago de Guayaquil. Recuperado el 08 de marzo de 2022, de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/9867/1/T-UCSG-POS-MAE-160.pdf>
- Palacios, W. D. (24 de junio de 2020). *Competitividad y atención al cliente en las MYPE rubro restaurantes de la urb. Santa Isabel - Piura, año 2019*. (U. C. Chimbote, Ed.) Recuperado el 03 de noviembre de 2020, de <http://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/1430402>
- Poma, K. M. (2018). *Gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector-servicio, rubro pollerías, ubicadas en la Avenida Pacífico del distrito de nuevo Chimbote, provincia del Santa, año 2017. Caso “Granja Linda”*. Chimbote: Universidad Católica los Angeles de Chimbote.
- Quinapanta, M. d., & Bosa, B. D. (2017). *Propuesta de un modelo de gestión de calidad para la mejora de los restaurantes de la ciudad de Ambato*. Ambato - Ecuador: Universidad Regional Autónoma de los Andes. Recuperado el 08 de marzo de 2022, de <https://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/5749/1/PIUAESC008-2017.pdf>
- Ramirez, D. L. (2019). *Gestión de Calidad y Competitividad de las MYPES del sector servicio-rubro restaurantes campestres Huacho, Provincia de Huaura, Lima 2018*. Lima: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.
- Rosales, J. J. (2020). *La gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurant pollería del distrito de Chimbote, provincia del Santa, año 2017. caso: Pollería “La granja linda”*. Chimbote: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.
- Sánchez, V. M. (2018). *Calidad de servicio y satisfacción del cliente Pollería Mirko, Chimbote 2017*. (U. S. Pedroi, Ed.) Recuperado el 23 de octubre de 2020, de SUNEDU: http://repositorio.usanpedro.edu.pe/bitstream/handle/USANPEDRO/10659/Tesis_59650.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Sotomayor, E. M., & Torres, A. S. (2018). *Diseño de un modelo de gestión de calidad de servicio al cliente para el restaurante “La Finquita”*. Guayaquil:

Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Recuperado el 08 de marzo de 2022, de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/10360/1/T-UCSG-PRE-ECO-GES-496.pdf>

- Sucari, J. C. (2019). *Gestión de calidad bajo el enfoque del marketing y el posicionamiento de las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro pollerías en el distrito de Chimbote, 2019*. Chimbote: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.
- Toledo, G. D. (2014). *Gestión de la calidad en el servicio y atención al cliente para el mejoramiento de las operaciones internas en restaurantes de lujo en el centro histórico de la ciudad de Quito*. Recuperado el 03 de noviembre de 2020, de <http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/8010>
- Uladech, R. (2016). *CÓDIGO DE ÉTICA PARA LA INVESTIGACIÓN*. Chimbote: Universidad Católica los Angeles de Chimbote.
- Vega, E. Y., & Saldaña, R. E. (2019). *Calidad de servicio y satisfacción del cliente en el restaurante eco turístico el Catamarán Chepén, Huabal-2019*. Chepén: Universidad César Vallejo. Recuperado el 08 de marzo de 2022, de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/53791/B_Cotrina_SRE-B_Nu%c3%b1ez_VEY-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Ventura, E. Y. (2019). *Gestión de calidad en la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías, en el casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2018*. Chimbote: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

ANEXOS

ANEXO 1: Instrumento de recolección de datos



FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERIA
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION CUESTIONARIO DE
IRIGIDO A PROPIETARIOS Y TRABAJADORES

Sr. Empresario:

La información que usted proporciona será utilizada solo con fines académicos y de investigación, por lo que se agradece por su valiosa información y colaboración respondiendo al presente cuestionario que tiene por finalidad la elaboración de mi Tesis denominada: **GESTIÓN DE CALIDAD BASADA EN EL SERVICIO AL CLIENTE EN MYPE RUBRO RESTAURANTES DEL DISTRITO DE LAS LOMAS, 2022.**

Ítems	SI	NO
1. ¿El restaurante comprende las necesidades actuales y futuras de los clientes?		
2. ¿El restaurante mide la satisfacción de los clientes actuando según los resultados?		
3. ¿Proporciona al personal los recursos y la libertad para actuar con responsabilidad y autoridad?		
4. ¿Ofrece oportunidades para que sus trabajadores aumenten sus conocimientos, competencias y experiencias?		
5. ¿Comparten libremente conocimientos y experiencias en equipos?		

6. ¿Evalúa los posibles riesgos, con secuencias e impactos del proceso de calidad del servicio, en los clientes y proveedores?		
7. ¿Define el sistema de gestión de calidad, identificando aquellos procesos que afectan algún objetivo?		
8. ¿Fomenta en la empresa la mejora continua de productos, procesos y sistemas?		
9. ¿Analiza los datos y la información obtenidos a través de los procesos, empleando métodos válidos?		
10. ¿Establece relaciones con los proveedores para lograr mutuamente beneficios a corto y largo plazo?		
11. ¿Se encuentra informado sobre la ISO 9001:2015?		
12. ¿Cumple con todos requisitos establecidos en la ISO 9001:2015		



FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERIA
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION CUESTIONARIO D
IRIGIDO A LOS CLIENTES

Sr. Empresario:

La información que usted proporcione será utilizada solo con fines académicos y de investigación, por lo que se agradece por su valiosa información y colaboración respondiendo al presente cuestionario que tiene por finalidad la elaboración de mi Tesis denominada: **GESTIÓN DE CALIDAD BASADA EN EL SERVICIO AL CLIENTE EN MYPE RUBRO RESTAURANTES DEL DISTRITO DE LAS LOMAS, 2022.**

Ítems	SI	NO
1. ¿Le ofrecen promociones en algunos productos al ser cliente del restaurant?		
2. ¿En la atención que se le brinda, considera Usted que recibe un trato preferencial?		
3. ¿Frecuentaría el lugar, despues de haber consumido en el restaurant?		
4. ¿De acuerdo a la calidad de los productos, los precios son los adecuados?		
5. ¿Califica buena la atención que se le brindan cada momento a la hora de hacer el pedido?		

6. ¿Usted recomendaría el lugar donde fue atendido?		
7. ¿Considera que la comunicación con el personal del restaurant es interactiva?		
8. ¿Al momento de ser atendidos, el personal les muestran el conocimiento sobre el plato a adquirir?		
9. ¿Le gustaría que el restaurant cuente con servicio delivery?		
10. ¿Considera usted que el restaurant muestra variedad de productos para todo tipo de clientes?		
11. ¿Considera que los precios son accesibles a los distintos tipos de clientes?		
12. ¿Cree Ud. Que la atención en el restaurant es rapida?		
13. ¿Cree Usted que le brindan atención personalizada y suficiente dentro del restaurant?		
14. ¿Percibe un ambiente que muestra calidad y profesionalismo?		

ANEXO 2: Matriz Indicador de pregunta

Variable	Dimensión	Indicador	Pregunta	Fuente
GESTION DE CALIDAD	Principios de la gestión de calidad	Enfoque al cliente	1. ¿El restaurante comprende las necesidades actuales y futuras de los clientes? 2. ¿El restaurante mide la satisfacción de los clientes actuando según los resultados?	Propietario y trabajadores
		Liderazgo	3. ¿Proporciona al personal los recursos y la libertad para actuar con responsabilidad y autoridad?	Propietario y trabajadores
		Participación del personal	4. ¿Ofrece oportunidades para que sus trabajadores aumenten sus conocimientos, competencias y experiencias? 5. ¿Comparten libremente conocimientos y experiencias en equipos?	Propietario y trabajadores
		Enfoque de procesos	6. ¿Evalúa los posibles riesgos, con secuencias e impactos del proceso de calidad del servicio, en los clientes y proveedores?	Propietario y trabajadores

		Enfoque del sistema	7. ¿Define el sistema de gestión de calidad, identificando aquellos procesos que afectan algún objetivo?	Propietario y trabajadores
		Mejora continua	8. ¿Fomenta en la empresa la mejora continua de productos, procesos y sistemas?	Propietario y trabajadores
		Enfoque a la toma de decisiones	9. ¿Analiza los datos y la información obtenidos a través de los procesos, empleando métodos válidos?	Propietario y trabajadores
		Relación con proveedores	10. ¿Establece relaciones con los proveedores para lograr mutuamente beneficios a corto y largo plazo?	Propietario y trabajadores
	Sistema de gestión de calidad	Contenido	11. ¿Se encuentra informado sobre la ISO 9001:2015?	Propietario y trabajadores
		Requisitos	12. ¿Cumple con todos requisitos establecidos en la ISO 9001:2015?	Propietario y trabajadores
SERVICIO AL CLIENTE	Importancia de la atención al cliente	Fidelización del cliente	13. ¿Le ofrecen promociones en algunos productos al ser cliente del restaurant?	Clientes
		Valoración de clientes	14. ¿En la atención que se le brinda, considera Usted que recibe un trato preferencial? 15. ¿Frecuentaría el lugar, después de haber	Clientes

			consumido en el restaurant?	
Estrategias de mejora en el servicio al cliente	Comunicación	<p>16. ¿De acuerdo a la calidad de los productos, los precios son los adecuados?</p> <p>17. ¿Califica buena la atención que se le brindan cada momento a la hora de hacer el pedido?</p> <p>18. ¿Usted recomendaría el lugar donde fue atendido?</p> <p>19. ¿Considera que la comunicación con el personal del restaurant es interactiva?</p>		Cientes
	Flexibilidad del personal	<p>20. ¿Al momento de ser atendidos, el personal les muestran el conocimiento sobre el plato a adquirir?</p>		Cientes
	Canales de atención	<p>21. ¿Le gustaría que el restaurant cuente con servicio delivery?</p> <p>22. ¿Considera usted que el restaurant muestra variedad de productos para todo tipo de clientes?</p> <p>23. ¿Considera que los precios son accesibles a los distintos tipos de clientes?</p>		Cientes

		Necesidades del cliente	24. ¿Cree Ud. Que la atención en el restaurant es rapida? 25. ¿Cree Usted que le brindan atención personalizada y suficiente dentro del restaurant? 26. ¿Percibe un ambiente que muestra calidad y profesionalismo?	Cientes
--	--	--------------------------------	---	---------

ANEXO 3: Validación del instrumento de recolección de datos

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo **Arica Clavijo**, identificado con DNI **02786302** con el grado de

Magíster en Docencia Universitaria, por medio de la presente hago constar que he

revisado con fines de validación el (los) instrumento(s) de recolección de datos:

el (los) instrumento(s) de recolección de datos:

el (los) instrumento(s) de recolección de datos:

el (los) instrumento(s) de recolección de datos:

el (los) instrumento(s) de recolección de datos:

el (los) instrumento(s) de recolección de datos:

el (los) instrumento(s) de recolección de datos:

el (los) instrumento(s) de recolección de datos:

Luego de hacer la revisión correspondiente se recomienda al estudiante tener en cuenta

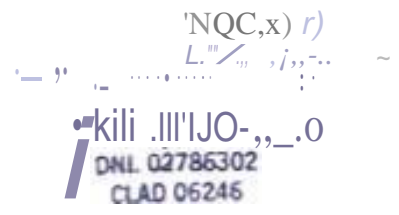
las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar sus resultados.


 Mg. Arica Clavijo Hector Orlando
 DNI. 02786302
 CLAD 06245

Piura, Marzo 2022

Items relacionados	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?	¿Se necesitan tus items para medir el concepto
	SI	NO	SI	NO		
CESION DE C.U.ID.-\D						
1. ¿El restaurante comprende las necesidades actuales y futuras de los clientes?	X			X		SI () NO (x)
2. ¿El restaurante mide la satisfacción de los clientes actualdo según los resultados?	X			X		SI () NO (x)
3. ¿Proporciona al personal los recursos y U libertad para actuar con responsabilidad y autoridad?	X			X		SI () NO (x)
4. ¿Ofrece oportunidades para que sus trabajadores aumenten sus conocimientos, competencias y experiencia?	X			X		SI () NO (x)
5. ¿Compara libremente conocimientos y experiencias en equipos?	X			X		SI () NO (x)
6. ¿Evalúa los posibles riesgos, con secuencias e impacto del proceso de calidad de servicio, en los clientes y proveedores?	X			X		SI () NO (x)
7. ¿Evalúa el sistema de gestión de calidad, identificando aquellos procesos que afectan algún objetivo?	X			X		SI () NO (x)
8. ¿Fomenta en empresa la mejora continua de productos, procesos y servicios?				X		SI () NO (x)
9. ¿Analiza los datos y la información obtenidos a través de los procesos empleando métodos válidos?	X			X		SI () NO (x)
10. ¿Establece relaciones con los proveedoras para lograr mutuamente beneficios a corto y largo plazo?				X		SI () NO (x)
11. ¿Se encuentra informado sobre la ISO 9001:2015?				X		SI () NO (x)
12. ¿Cumple con todos, requisitos establecidos en la ISO 9001:2015	X			X		SI () NO (x)

- clientes?
- i. ¿Cree Ud. que la atención en el restaurant es rápida? () NO (X)
 - ii. ¿Cree Ud. que le brindan atención personalizada y suficiente dentro del restaurant? () NO (X)
 - iii. ¿Cree un ambiente que muestra calidad y profesionalismo? () NO (X)



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, **Carlos Eduardo Calle Pasapera**, identificado con **DNI 03319318**, con el grado de **Magíster en Administración**. Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el (los) instrumento(s) de recolección de datos: Cuestionario, elaborado por el estudiante **Yurico Luceli Carmen Quinde**, para efecto de su aplicación a los sujetos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación: **“GESTIÓN DE CALIDAD BASADA EN EL SERVICIO AL CLIENTE EN MYPE RUBRO RESTAURANTES DEL DISTRITO DE LAS LOMAS, 2022”**, que se encuentra realizando.

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

Piura, Marzo 2022



Mgt. Carlos E. Calle Pasapera
ADM. EMPRESAS
Reg-15902

GESTION DE CALIDAD	¿Es pertinente con el concepto?		¿Se puede mejorar la implementación?		¿Se debe implementar, o no?		¿Se debe medir o no?
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1. ¿El restaurante comprende las necesidades actuales y futuras de los clientes?	X			X			SI () NO (X)
2. ¿El restaurante reduce la satisfacción de los clientes actuando según los resultados?	X			X			SI () NO (X)
3. ¿El restaurante proporciona personal con los recursos y la libertad para actuar con responsabilidad y autoridad?	X			X			NO (X)
4. ¿Existen oportunidades para que sus trabajadores aumenten sus conocimientos, competencias y experiencias?							SI () NO (X)
5. ¿Se capacitan adecuadamente a los conocimientos y experiencias en equipos?	X					X	SI (X) NO ()
6. ¿Se identifican los posibles riesgos, con secuencia e impactos del proceso de calidad del servicio, en los clientes y proveedores?	X					X	SI () NO (X)
7. ¿Se controla el sistema de gestión de calidad, identificando aquellos procesos que afectan algún objetivo?	X			X			SI () NO (X)
8. ¿Se toma en esta empresa una mejora continua de productos, procesos y sistemas?	X			X			SI () NO (X)
9. ¿Se organizan datos y la información obtenidos a través de los procesos, empleando métodos, válidos?	X			X			SI () NO (X)
10. ¿Se establecen relaciones con los proveedores para lograr mutuamente beneficios a corto y largo plazo?	X			X			SI () NO (X)
11. ¿Se encuentra información sobre la ISO 9001:2015?	X			X			SI () NO (X)
12. ¿Cumple con todos los requisitos establecidos en la ISO 9001:2015?	X			A			SI () NO (X)

¡...!

Mgl. Carlos F. Care Posopeio
p.OM. EMPRESAS
RPg-15902

Items relacionados SERVICIO AL CLIENTE	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI/NO
1. ¿Le ofrecen promociones en algunos productos al ser cliente del restaurant?	X			X			SI () NO(x)
2. ¿En la atención que se le brinda, considera Usted que recibe un trato preferencial?	X			X			SI () NO(x)
3. ¿Frecuentaría el lugar, después de haber consumido en el restaurant?	X			X			SI () NO(x)
4. ¿De acuerdo a la calidad de los productos, los precios son los adecuados?	X			X			SI () NO(x)
5. ¿Califica buena la atención que se le brindan cada momento a la hora de hacer el pedido?	X			X			SI () NO(x)
6. ¿Usted recomendaría el lugar donde fue atendido?	X			X			SI () NO(x)
7. ¿Considera que la comunicación con el personal del restaurant es interactiva?	X			X			SI () NO(x)
8. ¿Al momento de ser atendidos, el personal les muestran el conocimiento sobre el plato a adquirir?	X			X			SI () NO(x)
9. ¿Le gustaría que el restaurant cuente con servicio <u>delivery</u> ?	X			X			SI () NO(x)
10. ¿Considera usted que el restaurant muestra variedad de productos para todo tipo de clientes?	X			X			SI () NO(x)
11. ¿Considera que los precios son accesibles a los distintos tipos de clientes?	X			X			SI () NO(x)
12. ¿Cree Ud. Que la atención en el restaurant es rápida?	X			X			SI () NO(x)
13. ¿Cree Usted que le brindan atención personalizada y suficiente dentro del restaurant?	X			X			SI () NO(x)
14. ¿Percibe un ambiente que muestra calidad y profesionalismo?	X			X			SI () NO(x)


 Mgt. Carlos E. Calle Pasapeira
 ADM. EMPRESAS
 Reg. 15902

ANEXO 4: Protocolo de consentimiento informado

PROTOCOLO DE ASENTIMIENTO INFORMADO

(Ciencias Sociales)

Mi nombre es YURICO LUCELI CARMEN QUINDEy estoy haciendo mi investigación titulada “*Gestión de calidad basada en el servicio al cliente en mype rubro restaurantes del distrito de las Lomas, 2022*”, la cual tuvo como finalidad Determinar las características de la Gestión de calidad basada en el servicio al cliente en mype rubro restaurantes del distrito de las Lomas, 2022.

A continuación, te presento unos puntos importantes que debes saber antes de aceptar ayudarme:

- Tu participación es totalmente voluntaria. Si en algún momento ya no quieres seguir participando, puedes decírmelo y volverás a tus actividades.
- La conversación que tendremos será de 10 minutos máximos.
- En la investigación no se usará tu nombre, por lo que tu identidad será anónima.
- Solo se puede participar de la investigación si eres mayor de 18 años.
- Tus padres ya han sido informados sobre mi investigación y están de acuerdo con que participes si tú también lo deseas.
- Par solicitar información con respecto al avance de la investigación puede ser solicitada al siguiente correo:

Te pido que marques con un aspa (x) en el siguiente enunciado según tu interés o no de participar en mi investigación.

¿Quiero participar en la investigación de Gestión de calidad basada en el servicio al cliente en mype rubro restaurantes del distrito de las Lomas, 2022?	Si	No
---	---------------	----

Fecha: 15/04/2022

ANEXO 5: Evidencia de no adeudo

ANEXO 6: Evidencia del reporte de turniti

← → ↻ campus.uladec.edu.pe/mod/turnitintooltwo/view.php?id=1832514 ☆ ⓘ ⋮

Dashboard > My courses > 01IV0820220111TI000669 > XI SEMANA: Presentación de la propuesta de informe... > turnitin-informe final

My Submissions

Sección 1 Sección 2 Sección 3

Title	Start Date	Due Date	Post Date
turnitin-informe final - Sección 2	21 Apr 2022 - 21:47	1 Jun 2022 - 21:47	28 Jun 2022 - 21:57

Refresh Submissions

Submission Title	Turnitin Paper ID	Submitted	Similarity
View Digital Receipt <u>TURNITI INFORME FINAL</u>	1823950815	29/04/22, 11:06	7%

Navigation

- Dashboard
- Site home
- Site pages
- My courses
 - 01IV0820220111TI000669
 - Participants
 - Badges
 - Competencies
 - Grades
 - General
 - I SEMANA: Socialización del SPA/Aprobación del tem...
 - II SEMANA: Planeamiento de la investigación
 - III SEMANA: Metodología de la investigación
 - IV SEMANA: Evaluación del Proyecto de Investigació...
 - V SEMANA: Ejecución y validación del instrumento d...
 - VI SEMANA: Avances en la recolección de Datos
 - VII SEMANA: Avances en la recolección de Datos
 - VIII SEMANA: Interpretación de resultados