



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN
GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN
LAS MYPE RUBRO RESTAURANTES DE AV.
CHULUCANAS – CIRCUNVALACIÓN, VEINTISÉIS DE
OCTUBRE, 2021**

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

AUTOR

PALACIOS SANTOS, JUNNIOR OSWALDO

ORCID: 0000-0002-8370-7639

ASESORA

PALACIOS DE BRICEÑO, MERCEDES RENEE

ORCID: 0000-0001-8823-2655

PIURA – PERÚ

2021

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

Palacios Santos, Junnior Oswaldo

ORCID: 0000-0002-8370-7639

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

ASESORA

Palacios de Briceño, Mercedes René

ORCID: 0000-0001-8823-2655

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

JURADO

Rosillo de Purizaca, María del Carmen

ORCID: 0000-0003-2177-5676

Presidente

Salinas Gamboa, José Germán

ORCID: 0000-0002-8491-0751

Miembro

Mino Asencio, María Isabel

ORCID: 0000-0003-1132-2243

Miembro

FIRMA DE JURADO Y ASESOR

María del Carmen Rosillo de Purizaca

ORCID: 0000-0003-2177-5676

Presidente

José Germán Salinas Gamboa

ORCID: 0000-0002-8491-0751

Miembro

María Isabel Mino Asencio

ORCID: 0000-0003-1132-2243

Miembro

Mercedes Reneé Palacios de Briceño

ORCID: 0000-0001-8823-2655

Asesora

AGRADECIMIENTO

A los empresarios Mype dedicados al rubro restaurante de la Av. Chulucanas – Circunvalación, Veintiséis de Octubre, que fueron quienes me permitieron desarrollar mi Tesis.

DEDICATORIA

A Dios y a mi Familia por haberme dado las fuerzas de poder culminar mi carrera profesional.

RESUMEN

La presente investigación estableció como objetivo determinar las características de la gestión de calidad y atención al cliente en las Mype rubro restaurantes de Av. Chulucanas – Circunvalación, Veintiséis de Octubre, 2021. Se empleó la metodología nivel descriptivo, tipo cuantitativo, diseño no experimental y corte transversal. Se determinó los siguientes resultados, el 92% de los clientes encuestados señala que el restaurante si cumplen sus expectativas, asimismo el 91% expresó que el restaurante si logra satisfacer sus necesidades de los clientes, por consiguiente, el 96% de los clientes encuestados expresaron que los colaboradores si resuelven sus problemas y el 93% respondieron que los procedimientos si son los adecuados. Por lo tanto las siguientes conclusiones fueron que los procedimientos que aplican son los adecuados para poder incrementar sus ventas y por ende lograr cumplir sus objetivos, asimismo lo más influyente para que puede avanzar con las metas es la atención por parte de los colaboradores, en su gran mayoría las Mypes tienen un gran reto de saber aplicar estrategias para poder satisfacer las necesidades de sus clientes, asimismo se debe personalizar la atención para crear un buen prestigio y que las Mype si cuenta con los equipos tecnológicos que ayudan a mejorar la atención del cliente y lograr fidelizarlos.

Palabras clave: *Gestión de calidad, atención al cliente, Mype*

ABSTRACT

The present research established the objective of determining the Characteristics of Quality Management and Customer Service in the Mype Heading Restaurants of Av. Chulucanas - Circunvalación, Veintiséis de Octubre, 2021. The methodology was descriptive level, quantitative type, non-experimental design and cross-section. The following results were determined, 92% of the surveyed customers indicate that the restaurant does meet their expectations, likewise 91% expressed that the restaurant does meet their customer needs, therefore, 96% of the surveyed customers expressed than collaborators if they solve their problems. and 93% answered that the procedures are adequate. Therefore, the following conclusions were that the procedures they apply are adequate to be able to increase their sales and therefore achieve their objectives, also the most influential thing so that they can advance with the goals is the attention from the collaborators, in the vast majority of the Mype have a great challenge of knowing how to apply strategies to be able to satisfy the needs of their clients, likewise, the attention must be personalized to create a good prestige and that the Mype if it has the technological equipment that helps to improve the attention of the customer and achieve loyalty.

Keywords: *Quality Management, Customer Service, Mype*

CONTENIDO

EQUIPO DE TRABAJO	ii
FIRMA DE JURADO Y ASESOR	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DEDICATORIA	v
RESUMEN	vi
ABSTRACT	vii
CONTENIDO	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. REVISIÓN DE LA LITERATURA	11
2.1. Antecedentes.....	11
2.1.1 Gestión de Calidad.....	11
2.1.2 Atención al Cliente.	16
2.2. Bases teóricas.....	22
2.2.1 Gestión de Calidad.....	22
2.2.2 Atención al Cliente.	27
III. HIPÓTESIS	32
IV. METODOLOGÍA	33
4.1. Diseño de la Investigación.....	33
4.2. Tipo de la Investigación.....	33
4.3. Nivel de la Investigación	33
4.4. Universo y Muestra.....	33
4.5. Definición y Operacionalización de Variables e Indicador.	37
4.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	38
4.7. Plan de análisis	38
4.8. Matriz de Consistencia	39

4.9. Principios Éticos	40
V. RESULTADOS	42
5.1 Resultados.....	42
5.2 Análisis de Resultados.....	47
VI. CONCLUSIONES.....	54
RECOMENDACIONES	55
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	56
ANEXOS	62
Anexo 1: Instrumentos de recolección de datos	62
Anexo 2: Evidencia de Turnitin.....	64
Anexo 3: Constancia de No Adeudo.	65
Anexo 4: Acta de Consentimiento de Encuesta.....	66
Anexo 5: Matriz de Indicador Pregunta.....	67
Anexo 6: Validaciones.....	68
Anexo 7: Libro de Códigos.....	77

I. INTRODUCCIÓN

La presente investigación tiene como finalidad llevar a cabo un estudio para conocer la gestión de calidad y atención al cliente de las Mype rubro restaurantes de Av. Chulucanas – Circunvalación, Veintiséis de Octubre, 2021, proviene de la línea de investigación denominada “gestión de calidad en las Mypes” que es designada por la escuela de administración de la “ULADECH CATÓLICA” y comprenden el campo disciplinar, promoción de las Mypes y se vinculan con las variables de la investigación, gestión de calidad y atención al cliente. El problema que se identificó es: ¿Qué características tiene la gestión de calidad y atención al cliente en las Mype rubro restaurantes de Av. Chulucanas – Circunvalación Veintiséis de Octubre 2021? Asimismo el objetivo general a lograr en esta investigación es “determinar las características de la gestión de calidad y atención al cliente en las Mype rubro restaurantes de Av. Chulucanas – Circunvalación, Veintiséis de Octubre, 2021. De la misma forma los objetivos específicos son: (a) reconocer la importancia de la gestión de calidad en las Mype rubro restaurantes de Av. Chulucanas – Circunvalación, Veintiséis de Octubre, 2021.; (b) describir los principios de la gestión de calidad en las Mype rubro restaurantes de Av. Chulucanas – Circunvalación, Veintiséis de Octubre, 2021; (c) detallar las ventajas de atención al cliente en las Mype, rubro restaurantes de Av. Chulucanas – Circunvalación, Veintiséis de Octubre, 2021; (d) identificar los elementos de la atención al cliente en las Mype, rubro restaurantes de Av. Chulucanas – Circunvalación, Veintiséis de Octubre, 2021. La presente investigación aplicará la metodología descriptiva porque enumera, clasifica y señala las propiedades de las variables, nivel cuantitativo porque depende de la

precisión con que se desea estimar los resultados, diseño no experimental ya que solo se observan los fenómenos tal y como se dan en el contexto natural, técnica encuesta y el instrumento el cuestionario para el recojo de la información, con preguntas de escala nominal. La presente investigación queda delimitada desde la perspectiva geográfica: en Av. Chulucanas – Circunvalación, Veintiséis de Octubre, 2021 en las microempresas del rubro comercial y delimitación temporal año 2021. Esta investigación se justifica de la siguiente manera, en lo que corresponde a la parte práctica: esta investigación se realiza con la finalidad de reconocer y describir sobre la gestión de calidad y atención al cliente de las micros y pequeñas empresas del rubro restaurantes, de tal manera que se logre atraer la mayor parte de los clientes que acuden a los restaurantes de la zona. Además porque permite cumplir con un requisito que la ULADECH ha establecido para la obtención del título profesional.

Sirvent, Gisbert y Pérez (2017) indica que las empresas muchas veces dependen de su clientela y sus necesidades actuales y deben adaptarse a los cambios que podrían suceder en el transcurso del tiempo, además deben tener una visión mucho más alta que favorezca a los propietarios. Asimismo se justifica de la forma metodológica porque accederá a tener una base de datos de posibles consumidores y ver la población de las Mypes rubro restaurantes, para ello se tomarán técnicas y algunas herramientas que puedan lograr o incrementar la rentabilidad de todo lo que las Mypes brindan. Asimismo la caracterización del problema respecto al factor legal las micro y pequeña empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación,

producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. Cuando esta ley hace mención a la sigla Mypes, se refiere a las micro y pequeñas empresas las cuales no obstante deben tener tamaños y características propias, tienen igual tratamiento en la presente ley, con excepción al régimen laboral que es de aplicación para las microempresas.

Las características de las micro, pequeñas y medianas empresas deben ubicarse en alguna de las siguientes categorías empresariales establecidas en función de sus niveles de ventas anuales; microempresa, ventas anuales hasta el monto máximo de 150 unidades impositivas tributarias (UIT), pequeña empresa, ventas anuales superiores a 150 UIT y hasta el monto máximo de 1700 unidades impositivas tributarias (UIT), mediana empresa, ventas anuales superiores a 1700 UIT y hasta el monto máximo de 2300 UIT. El incremento en el monto máximo de ventas anuales señalado para la micro, pequeña y mediana empresa podrá ser determinado por decreto supremo refrendado por el ministro de economía y finanzas y el ministro de la producción cada dos (2) años.

Las entidades públicas y privadas promoverán la uniformidad de los criterios de medición a fin de construir una base de datos homogénea que permita dar coherencia al diseño y aplicación de las políticas públicas de promoción y formalización del sector (Ley Mype, 30056).

Con respecto al régimen laboral de las Mypes aplica a todos los trabajadores sujetos al régimen laboral de la actividad privada que presten servicios en las micro y pequeñas empresas, así como a sus colaboradores y empleadores. Los trabajadores contratados al amparo de la legislación anterior continuarán rigiéndose por las normas vigentes al momento de su celebración. No están incluidos en el ámbito de aplicación laboral los trabajadores sujetos al

régimen laboral común que cesen después de la entrada en vigencia del decreto legislativo N° 1086. La naturaleza y permanencia en el régimen laboral especial, el presente régimen laboral especial es de naturaleza permanente y únicamente aplicable a la micro y pequeña empresa. La microempresa que durante dos (2) años calendario consecutivos supere el nivel de ventas establecido en la presente ley podrá conservar por un (1) año calendario adicional el mismo régimen laboral. En el caso de las pequeñas empresas de superar durante dos (2) años consecutivos el nivel de ventas establecido en la presente ley podrán conservar durante tres (3) años adicionales el mismo régimen laboral (Ley Mype, 30056).

La administración tributaria es un ente de poder del estado peruano a quien se le designa como entidad para el cobro de los tributos. Por otra parte la entidad nacional de recaudación de impuestos SUNAT asimismo cada entidad municipal se encarga de hacer los cobros respectivos administrativos y tasas municipales o en lo cual los impuestos de ley designan (SUNAT, 2020).

En consideración al RUS en la cual es un régimen tributario que fue diseñado para las personas que tengan un comercio pequeño la cual este les permite hacer un pago mensual considerable y adecuado a sus ingresos en función a sus compras y/o ventas, asimismo este régimen está dirigido a todas las personas naturales que tengan un establecimiento de venta y/o servicios a los consumidores finales. Asimismo también está considerado para aquellas personas que desarrollan algún oficio en este régimen tributario, los comprobantes permitidos son las boletas de venta y otros tickets de máquinas registradoras como comprobantes de pago. En este régimen está prohibida la emisión de facturas y otros comprobantes que dan derecho a crédito tributario (SUNAT, 2020).

Respecto al factor económico las Mypes son el principal motor de la economía peruana ya que generan empleo a más de 7 millones de compatriotas, es decir el 45% de la PEA, lo que representa el 21% del PBI nacional (CONFIEP, 2021).

Al igual que el resto de la región y buena parte del mundo la COVID - 19 ha desatado una de las peores crisis que Perú ha atravesado en su historia contemporánea. Como resultado de una superposición de shocks adversos que tiene pocos precedentes, en 2020 se producirá una contracción del producto interno bruto (PIB) de dos dígitos, la destrucción de millones de empleos formales e informales, y un repunte de la pobreza que revertirá parte de las ganancias de dos décadas de progreso social sostenido (Abuelafia, 2020).

Desde el inicio de la emergencia, las cámaras acogieron las medidas restrictivas y promovieron entre sus asociados su cumplimiento para mantener en la medida de lo posible la continuidad de las actividades en condiciones de seguridad. Se han implementado modalidades de trabajo a distancia y jornadas laborales flexibles y se han postergado eventos, suspendido viajes y apoyado la realización de actividades de sensibilización y difusión de información para la prevención de los contagios. Las cámaras también habilitaron servicios en línea y facilitaron el acceso a las medidas de política que afectan la actividad empresarial y su difusión. En muchos casos se organizaron seminarios y capacitaciones gratuitas para las empresas (Bárcena, 2020).

La crisis económica tiene su origen tanto en la oferta como en la demanda. Las restricciones sociales han generado la suspensión total o parcial de las actividades productivas. Este efecto ha sido más fuerte en sectores cuyas actividades implican aglomeración y cercanía física (turismo, espectáculos,

hoteles, restaurantes, transporte y servicios personales), mientras que ha sido menor en aquellos que se han considerado indispensables (alimentos, desinfectantes, artículos de limpieza, medicamentos e insumos y equipos médicos). La interrupción de muchas actividades productivas ha generado problemas también en la provisión de insumos nacionales e importados para las empresas que han seguido operando. Por el lado de la demanda la reducción de los ingresos de los consumidores y la incertidumbre han redundado en una caída del consumo y un cambio en los patrones de consumo. Esto se ha dado en segmentos de bienes de consumo duradero (automóviles, muebles, electrodomésticos (Bárcena, 2020).

Según la asociación de emprendedores del Perú (ASEP) en el Perú las Mypes aportan aproximadamente el 40% del PBI y por ello son una de las mayores impulsoras del crecimiento económico del país. De ahí es que se dice que el Perú es un país de emprendedores y está considerado entre los más altos en latinoamérica. Las más de 8 mil micros y pequeñas empresas que participaron a nivel nacional en las compras estatales en el periodo 2011 al 2017 a través del núcleo ejecutor de compras de Foncodes, esperan las convocatorias de compras a Mypes para tener la oportunidad de seguir siendo proveedoras del estado. Las Mypes que participaron como proveedoras de bienes y servicios a varios ministerios, han encontrado en compras a Mypes más que una fuente de ingresos en una etapa de crisis, una oportunidad para capitalizarse e implementar mejoras en los procesos productivos. Lo más importante es que se han formalizado (MIDIS, 2018).

Los emprendedores saben que una parte crucial para mantener a flote sus negocios es contar con financiamiento, pues esto permite el crecimiento de la

empresa mediante renovación de stock, inversión en estrategias, implementación de e-commerce y otras acciones. Una forma de conseguir ese financiamiento es a través de un préstamo que les permita poner en marcha su emprendimiento o darle un segundo aire a su negocio. Entre las diversas alternativas de préstamos presentes en el mercado, la de préstamos con garantía resulta una de las más ventajosas, ya que no solo pueden usar el dinero en sus negocios, sino también tienen la oportunidad de invertir en proyectos personales, como hacer remodelaciones en su vivienda o construir un piso adicional para después alquilarlo; incluso pueden aprovechar el dinero para cancelar deudas pendientes (El Comercio, 2021).

El emprendimiento empresarial de la micro y pequeña empresa tiene una participación del 24% en el PBI nacional. Durante el lanzamiento de la campaña “Guerreros Mypes” el titular del ministerio de la producción (Produce) manifestó que este sector aporta el 85% del empleo en el país. “De cada 100 puestos de trabajo, 85 se generan gracias a la actividad de las micro y pequeñas empresas. Es un sector muy intensivo en mano de obra que genera la principal fuente de empleo en el Perú”, informó Pérez-Reyes a la agencia andina. Añadió que esa es la razón por la cual produce está muy interesado en impulsar el desarrollo y asociatividad de las Mypes para que puedan seguir creciendo y posteriormente se conviertan en medianas y grandes empresas. Raúl Pérez-Reyes indicó que en el mundo las micro y pequeñas empresas siempre tienen un aporte importante a la economía. "En el caso del Perú esto debe acompañarse de formalidad" (Pérez, 2020).

Respecto a los factores éticos, el rubro restaurantes tiene diferentes objetivos además de la rentabilidad por ejemplo, debe crear aportes de valor

económico al conjunto de la sociedad, producir oportunidades de trabajo para los miembros de la sociedad, e incluso contribuir a preservar los valores sociales. La ética en los negocios implica que la decisión individual se encuentra influenciada también por las circunstancias sociales. La ética no es una ciencia estática, es una disciplina dinámica, así como dinámica es la conducta humana objeto final de su estudio, es decir el objetivo de la ética es guiar el comportamiento del ser humano en forma individual y en forma colectiva (Cortez, 2018).

Respecto al factor sociocultural se da a conocer la cultura, el crecimiento de la población, los niveles de educación por edades, sus medios de transporte además de su formación general, la conducta de los futuros clientes también son un ente muy importante para el crecimiento y cumplimiento de metas. Piura es la capital de la región de Piura, en el noroeste de Perú. Es conocida por sus edificios coloniales, como la catedral de Piura con su altar dorado ornamental. La catedral está frente a la plaza de armas, una plaza pequeña con árboles de tamarindo. La casa museo Almirante Miguel Grau conserva fotos y recuerdos del héroe de guerra del siglo XIX. La iglesia de san Francisco es donde Piura declaró su independencia de España en 1821.

En cuanto a los lugares turísticos de la provincia de Piura, entre los más atractivos turísticos más relevantes encontramos, la plaza de armas que está situada en el centro histórico de la ciudad. Es un lugar apacible y de descanso, tiene a sus costados la municipalidad provincial y la iglesia catedral; construida en la época colonial y en el centro está el monumento a la libertad, conocida como "la pola". Casa museo grau ha sido declarada como monumento nacional. Allí vivió parte de su infancia el Almirante Miguel Grau, la casona data del siglo XVIII y contiene una valiosa colección histórica como fotos y estampillas,

además de la espada que perteneció a Miguel Jerónimo Seminario (Diario Correo, 2020).

Respecto al factor tecnológico es solo un medio para facilitar el proceso de la transformación digital que al final busca mejorar la eficiencia y la competitividad de los negocios. Por ello no es necesario pensar en complejos sistemas de información digital para plasmar los frutos de la adopción de las tecnologías en las actividades que los propietarios se programan día a día; basta con saberlas aprovechar para un bien específico. Este es el caso por ejemplo de Financial Management Training for Microentrepreneurs un proyecto creado por la universidad de Harvard con el objetivo de enseñar cómo administrar las finanzas de una pequeña empresa a través de mensajes enviados mediante dispositivos móviles.

Los creadores argumentan que los cursos tradicionales sobre educación financiera no han presentado un impacto en los comportamientos financieros reales. Así con base en los principios de la ciencia del comportamiento encuentran que las molestias asociadas a asistir a una clase presencial tiende a desincentivar la participación de los microempresarios. Según los resultados del proyecto los emprendedores que recibieron los mensajes mejoraron sus prácticas de gestión financiera entre un 2% y un 8% en comparación con quienes no lo recibieron. Queda claro que las Mypes de comercio necesitan prestar mucha atención a los cambios de la industria para mejorar su competitividad, la misma que cada vez está más condicionada a la capacidad de estos negocios para incorporar las herramientas tecnológicas en sus procesos. Frente a esto resulta importante que la política nacional incorpore como misión promover el acceso y la adopción del comercio electrónico como principal herramienta para las Mypes

en aras de incentivar la reactivación económica del sector (Noticias Andina, 2019).

La tecnología de esta nueva generación mejora los procesos administrativos de las pequeñas empresas tal como lo señala el gerente Romero, el primordial objetivo es que las empresas incorporen nuevas herramientas tecnológicas y digitales para que marquen la diferencia de la competencia la cual le permitirá tener una proyección a futuro muy favorable (Noticias Andina, 2019).

Por lo tanto, la presente investigación se justifica de manera practica porque se describen las características de la gestión de calidad y de la atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes para que así se logren los objetivos de las Mypes, además de atraer mayores clientes y que estos mismos se identifiquen con las medianas y pequeñas empresas. Asimismo porque nos permite desarrollar un punto muy importante designado por la ULADECH y así lograr con esto la obtención del título profesional. Además, existe justificación metodológica porque se aplicó la metodología descriptiva determinándose científicamente un método efectivo que determino el tamaño de la población.

II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1. Antecedentes

2.1.1 Gestión de Calidad.

Álava (2019) presentó un trabajo denominado *Sistema Integrado de Gestión de Calidad para el Restaurante “La Pampa”, Ciudad Ambato*, trabajo realizado en universidad regional autónoma de los Andes (Ecuador). El principal objetivo es: proponer un sistema integrado de gestión de calidad para la prestación de servicios en el restaurante “La Pampa” de la ciudad de Ambato y sus herramientas de control para la mejora del producto gastronómico según la norma INEN en Ecuador. Se empleó la metodología nivel descriptivo, tipo cuantitativo. La principal conclusión es que el restaurante la PAMPA parrilla Argentina, en Ambato, pudo realizarse con el propósito de determinar el sistema de gestión de riesgo mediante el diagnóstico realizado, donde se evidenció el desconocimiento de las buenas prácticas de manufactura para la seguridad alimentaria, la inadecuada organización de los procesos que impide un correcto control de la calidad higiénica en toda la transformación del producto hasta su distribución, y un producto terminado con afectación en la calidad total y atención al cliente.

Farías (2020) en su tesis denominada *La Gestión de la Calidad en Empresas de Restaurantes en Santo Domingo, 2020*, trabajo realizado en universidad regional autónoma de los Andes (Ecuador). El principal objetivo es proponer el modelo PDCA (planificar, realizar, controlar, actuar) para el mejoramiento la gestión de la calidad en empresas de restaurantes en Santo Domingo, se empleó una metodología cualitativa y cuantitativa, como principales conclusiones tenemos que para encontrar alternativas viables de solución a la

problemática existente sobre la gestión de la calidad en las empresas de restaurantes en Santo Domingo, se hizo necesaria la descripción de causas y efectos, afecciones que han impedido que estas organizaciones sean mayormente competitivas. Para realizar la fundamentación teórica del proyecto, se hizo indispensable la indagación en diferentes fuentes de consulta, mismas que proporcionaron información relevante acerca del tema propuesto, así también a través de los diferentes métodos, técnicas e instrumentos de investigación se pudo corroborar la problemática y dio la viabilidad para el desarrollo de la propuesta.

López (2018) en su tesis denominada *Gestión de Calidad y la Satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil*, trabajo realizado en la universidad católica de Santiago de Guayaquil. (Ecuador). El principal objetivo es: 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. Se empleó una metodología cualitativa y cuantitativa. Las principales conclusiones que el servicio al cliente es muy importante en cualquier empresa, depende de esto el éxito o el fracaso de la misma. Para una organización siempre es bueno que un cliente salga satisfecho para que así ellos puedan recomendar el lugar por su buena comida y servicio. además, es necesario tener una evaluación de la gestión de calidad que permita controlar correctamente las actividades de la empresa. Así como reducir las falencias del servicio para obtener mayores beneficios económicos. se permitió identificar los factores importantes en la calidad del servicio como son: respuesta inmediata, trato personalizado, instalaciones, maquinarias y equipos modernos.

Parihuamán (2018) realizó una tesis denominada *Gestión de Calidad y Competitividad de las MYPE del Sector Servicios-Rubro Restaurantes del Distrito de Huacho, 2018*. Trabajo realizado en la universidad católica los ángeles de chimbote (Lima), el principal objetivo es determinar las principales características de la gestión de calidad y competitividad de las Mypes del sector servicios-rubro restaurantes del distrito de Huacho, 2018. Se empleó una metodología de tipo básico, enfoque cuantitativo y un nivel de investigación descriptivo. Las principales conclusiones fueron que mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas los representantes legales se encuentran entre los 31 a 50 años y seguida de 51 a más años de edad, son masculinos y tienen estudios superiores universitario, por tal motivo se pudo deducir que los empresarios son conscientes de las actividades que ejercen en sus negocios por nivel educativo y la experiencia que llevan en el mercado competitivo. Además la mayoría de micro y pequeñas empresas restaurantes tienen de 11 a más trabajadores, su objetivo de creación es generar ganancias, asimismo su tipo de constitución de empresa es de persona jurídica, es así que se aprecia un gran lineamiento de conducción respecto a las Mypes y su creación en el entorno competitivo.

Trujillo (2019) realizó un trabajo denominado *La Gestión de Calidad y su Influencia en los Beneficios de las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Servicios – Rubro Restaurantes, de la Av. Ancash, Distrito de El Agustino, Lima, 2018*, Trabajo realizado en la universidad católica los ángeles de chimbote (Lima), el principal objetivo es determinar la gestión de calidad y su influencia en los beneficios de las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro restaurantes, de la av. Ancash, distrito de el Agustino, Lima, 2018. Se empleó una metodología de tipo descriptivo, presenta un nivel cuantitativo, con un diseño no

experimental y de corte transversal. La principal conclusión es que el 41% de los gerentes y/o administradores de los restaurantes tienen de 31 a 50 años de edad, en cuando al género se concluye que el 66.67% de los dueños y/o administradores con hombres, así mismo estos cuentan con el grado de estudio secundaria completa lo cual representa un 41.67% de los entrevistados. según el tiempo que estas permanecen en el rubro son de entre 4 a 6 años y esto representan un 41.62%, así mismo cuentan con una fuerza laboral de 1 a 5 trabajadores, por lo general está conformado por familiares los que representan un 41.67%.

Díaz (2018) en su tesis denominada *Gestión de Calidad Con El Uso De Las Estrategias Competitivas Genéricas En Las Micro Y Pequeñas Empresas Del Rubro Restaurante Del Distrito De Independencia, Provincia De Huaraz, 2017*. Trabajo realizado en la universidad católica los ángeles de chimbote (Huaraz), el principal objetivo es determinar las principales características de la gestión de calidad con el uso de las estrategias competitivas genéricas en las micro y pequeñas empresas del rubro restaurante del distrito de Independencia, provincia de Huaraz, 2017. Se empleó una metodología con enfoque mixto, cualitativo y cuantitativo; de modelo exploratorio descriptivo., la principal conclusión fue que en totalidad de los representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro restaurante en el distrito de Independencia, provincia de Huaraz, 2017 tiene como representantes a los propios dueños donde la mayoría de restaurantes son conducidos por mujeres, de entre 41 a 50 años que tienen estudios de grado secundaria. En la mayoría de las micro y pequeñas empresas del rubro restaurante en el distrito de Independencia, provincia de Huaraz, 2017 laboran entre 1 a 4 trabajadores, la mayoría llevan menos de 6 años de funcionamiento.

Medina (2018) realizó una tesis denominada *Caracterización de Competitividad y Gestión de Calidad de las MYPE Sector Servicio Gastronómico Rubro Restaurantes Comida Marina, Talara, Año 2018*. Trabajo realizado en la universidad católica los ángeles de chimbote (Piura), el principal objetivo es determinar la competitividad y gestión de calidad de las Mypes sector servicio gastronómico rubro restaurantes comida marina de Talara, año 2018. Se empleó una metodología de tipo de descriptiva, nivel-cuantitativo, diseño no experimental y corte transversal. La principal conclusión es que en los restaurantes de la Av.B de Talara la mayor parte de los encuestados considera que prima la diferenciación, el enfoque de apoyo y estrategias. Debido a que están atentos a las exigencias de los consumidores para innovar cada cierto tiempo y lograr mantener contento al cliente, los administradores tienen muy presente que la infraestructura, la limpieza del local y el ambiente juega un rol muy importante dentro de ello, la publicidad es un indicador con alta influencia, por ello se mantiene a los clientes.

Mendoza (2018) realizó un trabajo de investigación denominada *Caracterización De La Competitividad Y Gestión De Calidad En Las MYPE Rubro Restaurantes En Máncora, Año 2018*. Trabajo realizado en la Universidad católica los ángeles de chimbote (Piura), el principal objetivo es determinar las características de la competitividad y gestión de calidad de las Mypes rubro restaurantes en Máncora, año 2018. Se empleó la metodología de tipo descriptiva y de nivel cuantitativo con diseño no experimental, de corte transversal. Como principales conclusiones tenemos que la mayoría de clientes señalan que el éxito del restaurante depende directamente del conocimiento y habilidades del administrador, asimismo las estrategias no atraen la mayor cantidad de clientes, las Mypes no innovan en sus comidas e infraestructura, no cuentan con todos los

platos que se ofrecen en la carta, no se evidencia un valor agregado en el servicio, no emplean redes sociales para su promoción y finalmente no evidencian esfuerzo de los trabajadores para una adecuada atención. Respecto a las ventajas competitivas, la mayoría de clientes considera que la carta no contiene menús ejecutivos, no existe diferenciación con los platos de la competencia, los precios de la carta no están acorde al rubro de restaurantes.

Sullon (2019) realizó una tesis denominada *Gestión de Calidad y la Capacitación en las MYPE, Rubro Restaurantes de la Av. Progreso en el Distrito de Castilla - Piura, Año 2019*. Realizado en la universidad católica los ángeles de chimbote (Piura), el principal objetivo es determinar las principales características de la gestión de calidad y la Capacitación en las Mypes rubro restaurantes de la Av. Progreso en el distrito de Castilla. Se empleó una metodología cuantitativo y cualitativo. Como principal conclusión tenemos que los elementos de la Gestión de calidad en las Mypes investigada en planificación antes de realizar alguna actividad, la totalidad de propietarios encuestados manifiestan que, si planifican antes de realizar una actividad, que ayuda con la toma de decisiones para el crecimiento de la Mype. La totalidad de propietarios les gustaría que el nombre de su restaurante sea reconocido fuera de la ciudad, indican que les gustaría recibir reconocimientos al restaurante fuera de la ciudad, ya que les traería más beneficios, a mayor reconocimiento, mayor demanda de clientes.

2.1.2 Atención al Cliente.

Jired (2018) en su trabajo denominado *Calidad de los Servicios y Atención al Cliente en el Restaurante Pizza Burger Diner, Ubicado en la Cabecera del Departamento de Zacapa*. (Guatemala), el principal objetivo es: determinar la calidad del servicio y la atención al cliente en el restaurante de

comida rápida, ubicado en la cabecera del departamento de Zacapa. Se tomó una metodología cualitativa, de tipo descriptiva. Como principales conclusiones encontramos que los clientes perciben la calidad de los servicios como buenos o aceptables, estando satisfechos con la mayoría excepto con la temperatura ambiente, área de juegos, servicio de baños, la disponibilidad y condiciones del parqueo, siendo calificados de regular y malos. El personal del restaurante es amable, cortés y profesional, los clientes se encuentran totalmente satisfechos y la calificación es excelente, de igual manera calificaron la rapidez del servicio, prontitud en que fue tomada su orden y entrega de alimentos.

Ortiz (2018) en su tesis denominada *Modelo de Gestión Por Procesos y Mejoramiento de la Atención al Cliente. Caso: Big Patrick Bar Restaurante*, trabajo realizado en la Pontificia universidad católica del Ecuador-Matriz (Ecuador), como principal objetivo es mejorar la atención al cliente en Big Patrick bar restaurante, mediante el desarrollo de un modelo de gestión por procesos, que favorece el incremento en la eficiencia de los mismos y en el grado de satisfacción de los clientes. Se empleó una metodología cualitativa y cuantitativa, como principal conclusión es direccionamiento estratégico realizado en Big Patrick bar restaurante permitió a los socios identificar el contexto en el que se desarrolla su negocio, a través de un análisis detallado de su entorno externo e interno se determinaron doce estrategias que favorecerían la mejora en su desempeño, de las cuales se seleccionaron cinco para ser implementadas en un período de cuatro meses y que corresponden a: la realización de la planificación estratégica, ya que este tipo de negocios en su mayoría inician sin una verdadera planificación.

Cárdenas (2017) realizó una tesis denominada *Análisis del servicio al cliente en el restaurante la Riviera y su impacto en la calidad del servicio e*

imagen de establecimiento. Tesis desarrollada en la universidad de Guayaquil (Ecuador) como principal objetivo es identificar las actitudes y puntos de vista de la parte administrativa desde su óptica para su interpretación en diferentes contextos. Se empleó una metodología cuantitativa y cualitativa, las principales conclusiones encontramos no tener clara la información de las actividades que se realicen dentro del restaurante por parte de los meseros, hará que el cliente perciba que el mesero no está al tanto de lo que hace su empresa y es el quien juzga a su manera su actitud, ya sea de forma positiva o negativa. El cumplimiento de las expectativas del cliente es muy importante para su entera satisfacción y contento de su estadía, tomar en cuenta que un mal servicio por parte de los meseros, será para los clientes una forma de exponer ante sus amistades su mala experiencia, esto creará una mala imagen del establecimiento.

Ramírez (2018) en su tesis denominada *Atención Al Cliente Como Factor Relevante En La Gestión De Calidad Y Plan De Mejora En Las Micro Y Pequeñas Empresas Del Sector Servicio Rubro Restaurante Del Distrito De Huari, 2019*. Trabajo realizado en la universidad católica los ángeles chimbote (Huaraz) como principal objetivo es: determinar las principales características de la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes del distrito de Huari, 2019, se empleó una metodología cualitativo y cuantitativo. Como principal conclusión, la mayoría de los representantes tienen entre 31- años de edad son de género masculino, tienen grado de instrucción superior no universitario, son dueños de su empresa y llevan en el cargo entre 4 a 6 años. La mayoría de las micro y pequeñas empresas llevan en el rubro entre 4 a 6 años,

cuentan con 6 a 10 trabajadores, siendo personas familiares y no familiares y tiene como finalidad generar ganancias.

Meneses (2019) en su tesis *Caracterización de la Gestión de Calidad, en Atención al Cliente de las MYPE, Sector Servicio – Rubro Restaurant: Caso “Plaza Restaurant”, Cañete, 2018.* (Huaraz) como principal objetivo es: analizar la calidad de servicio y atención al cliente de los tres restaurantes tomados como objeto de estudio para la posible implementación de mejoras en los mismos. Se empleó una metodología cualitativa y cuantitativa. Las principales conclusiones fueron que la plaza restaurant se centra en el cliente y además toman sus sugerencias como una opinión constructiva y todas sus recomendaciones son anotadas y tomadas en cuenta. la Gestión de Calidad, manejan estrictos controles en sus insumos, producto, equipos, se desarrollan talleres de mejora y de reforzamiento, la herramienta de gestión es la organización. Todo lo antes mencionado ayuda a tener cada vez mejor una gestión de calidad excelente. En cuanto a la Atención al Cliente se ha podido observar que utilizan protocolos de comunicación con el cliente desde que ingresa hasta que sale del restaurant a través del saludo la amabilidad, la empatía, la rapidez en el servicio, la capacidad de respuestas que tienen para la solución de problemas, el personal de cocina y atención al cliente tienen buena presentación.

Flores (2019) realizó un trabajo denominado la *Calidad del Servicio en la Atención al Cliente en la MYPE, Rubro Restaurante, Caso “Plaza Restaurant”, del Distrito San Vicente, Provincia Cañete, Año 2019.* Trabajo realizado en la universidad católica los ángeles chimbote (Cañete) como principal objetivo es: identificar las dimensiones de la calidad del servicio en la atención al cliente en la Mypes rubro restaurante, caso plaza restaurant del distrito san

Vicente, provincia Cañete, año 2019. Se empleó una metodología cualitativa y cuantitativa, como principales conclusiones tenemos que se identificaron 3 de las dimensiones del modelo propuesto por Parasuraman, Zeithaml & Berry y son la capacidad de respuesta, los elementos tangibles y la seguridad en base a la entrevista realizada pues para la representante de la Mype estos son los que han llevado a su establecimiento a ser el favorito dentro de los demás restaurantes que se encuentran en el distrito de San Vicente. Las características de los elementos tangibles en este establecimiento permiten brindar calidad del servicio en atención al cliente. Estas características se ven reflejadas en cuanto a remodelación del lugar, mantenimiento y modernidad de los equipos que son parte del proceso y atención del restaurante, y en este negocio se controla constantemente que esta dimensión guarde siempre las mejores características.

Ordinola (2020) realizó una tesis denominada *Caracterización de la Capacitación y Atención al Cliente en las MYPE Rubro Restaurantes en el Cercado del Distrito de Castilla de la Provincia de Piura, Año 2018*. Trabajo realizado en la universidad católica los ángeles chimbote (Piura), el principal objetivo es: determinar las características de la capacitación y atención al cliente en las Mypes del rubro restaurantes en el cercado del distrito de Castilla de la provincia de Piura, año 2018. Se empleó una metodología de nivel descriptivo, tipo cuantitativo, diseño no experimental de corte transversal. Las principales conclusiones fueron que las Mypes forman líderes capaces de destacar en el entorno laboral, seguido de nivel de satisfacción donde se logra identificar que las medidas de atención adoptadas incrementan el nivel de satisfacción, además que la capacitación formal, donde se logró identificar que existe un conocimiento que las Mypes brindan capacitación formal a sus trabajadores, asimismo, respecto a la

capacitación informal, se identificó que se tiene conocimiento que algunas Mypes brindan dicho tipo de capacitación a sus trabajadores.

Pozo (2019) realizó un trabajo denominado *Competitividad y Atención al Cliente de las MYPE Rubro Restaurantes Urbanización Santa Isabel Piura - Piura, Año 2019*, realizado en la universidad católica los ángeles chimbote (Piura), el principal objetivo es: identificar qué características tiene la competitividad y la atención al cliente en las Mypes rubro restaurantes de la urb. Santa Isabel - Piura, año 2019. Se empleó una metodología de nivel descriptivo, tipo cuantitativo, diseño no experimental, de corte transversal, además como principales conclusiones se encuentran los elementos de la atención al cliente que se tienen en las Mypes son el entorno, por lo que las instalaciones de los restaurantes están equipadas en su totalidad para poder brindar una buena atención y son atractivas ante la vista de los clientes, la organización del restaurante donde los clientes reciben el servicio y son tratados de manera adecuada, además los beneficios de la atención al cliente que brindan a las Mypes son la satisfacción del cliente, donde ofrecen un servicio óptimo y adecuado para el cliente, la comunicación asertiva dentro del restaurante que permite al personal poder interrelacionarse positivamente y la fidelización de los clientes donde los clientes se sienten valorados por la empresa y de ese modo optan por recomendar a las demás personas a visitar el restaurante.

Valdivieso (2018) realizó una tesis denominada *Caracterización de la Competitividad y Calidad de Atención al Cliente en las MYPE Rubro Restaurantes de la Urb. Santa Ana - Piura Año 2018*. trabajo realizado en la universidad católica los ángeles chimbote (Piura), el principal objetivo es: determinar la incidencia de las estrategias de calidad como instrumento para el

desarrollo de la competitividad de las micro y pequeñas empresas de la Ciudad de Trujillo. Se empleó como metodología de trabajo descriptiva - explicativa, no experimental. Las principales conclusiones fueron que los consumidores respondieron que si son tratados con amabilidad al momento de la atención y que los tiempos de espera si son considerables para ellos además de estar en un ambiente limpio. En lo relativo a la innovación de las Mypes, se llegó a la conclusión que tiene una adecuada infraestructura. Además, la participación de los clientes se determina el adecuado horario de atención, existencia del área de parqueo y la contribución con el medio ambiente, con relación al posicionamiento gracias al producto y servicio de calidad se satisface las necesidades del cliente y se obtiene un desempeño óptimo lo que ayuda a elevar los beneficios en esta variable.

2.2. Bases teóricas

2.2.1 Gestión de Calidad

Sirvent, Gisbert y Pérez (2017) expresan que la gestión de calidad es el proceso de cambio que ha sufrido el concepto de calidad y sus implicaciones. Para entender la gestión de calidad previamente debemos hablar de la calidad como un control de calidad y del proceso de evolución a gestión de calidad total. Una etapa donde la calidad solo se refiere al control final de los productos separándolos en buenos o malos. A continuación se pasa a la etapa de control de calidad del proceso en la que el lema principal es que “la calidad no se controla, sino que se fabrica”. Por lo tanto, el control de calidad se inició con la idea de la inspección y para garantizar esta calidad se precisa de la participación de todos los miembros de la organización. La siguiente etapa a la que se llega es a la de una

calidad de diseño que aparte de corregir o reducir los defectos también los previene.

Por lo tanto el camino hacia una calidad total significa crear una nueva cultura, mantener un liderazgo, desarrollar al personal y el trabajo en equipo, desarrollar a los proveedores, tener un enfoque hacia el cliente y planificar la calidad, es decir, es la evolución de la calidad a calidad total por la cual entendemos que comprende todos los aspectos de la organización e involucra a todos sus miembros. Dado el contexto socio-económico actual en el que existe un proceso de cambio acelerado y la competitividad es global, las organizaciones luchan por sobrevivir y destacar logrando una mayor eficiencia brindando productos y servicios de calidad. Por eso muchas empresas reconocen la importancia de la calidad y su gestión a la hora de lograr destacar entre la competencia teniendo una metodología que les sirva de soporte.

Importancia de Gestión de Calidad

Ulloa (2018) señala que la gestión de calidad debe verse como el trabajo por reforzar la formación y consolidación de un valor humanitario donde el factor más importante es la satisfacción por el trabajo bien hecho y que no solo sea un vinculado de técnicas y procedimientos que los directivos aplican para comprobar si los colaboradores realizan bien sus actividades. La implementación del sistema de gestión de calidad comprende muchas dificultades, algunas evidentes otras que casi no se pueden percibir de forma curiosa, tanto propietarios como trabajadores oponen resistencia a los cambios que conllevan estos sistemas. Uno de los planteamientos en contra de ellos es que la implementación no le son muy favorables para ellos ya que les demanda de muchos gastos adaptarse a los

mismos, pero la opinión generalizada es que con la mejoría obtenida en cuanto a la eficiencia y la disminución de errores, los costos disminuyen. Cualquier iniciativa para mejorar de manera integral una organización debe ponerse en práctica mediante un proceso de reestructuración y la implementación de nuevas técnicas que se define como una transformación de la cultura organizacional y un rediseño de los procesos para incrementar la calidad del servicio y su eficiencia.

Ulloa (2018) señala que las empresas de hoy no pueden existir para sobrevivir, sino para tener éxito y para poder posicionarse dentro del mercado significa reaccionar en forma rápida y dinámica ante las dificultades que pueda haber en el transcurso de sus actividades, aprovechar en toda su magnitud las oportunidades del nuevo escenario económico y tributarios siempre a la mejora continua de la empresa como sistema. Esto significa para la empresa que debe dotarse de todas las herramientas posibles que le ayuden a minimizar sus vulnerabilidades, al fortalecer así sus cualidades de modo tal que se vuelva cada día más competitiva y la mejor manera de lograrlo es implementando un buen sistema de gestión de calidad basada en:

- **Planificar:** Se alinea con el planeamiento de la calidad y las mejoras de la misma.
- **Hacer:** Describe las políticas, los procedimientos, los manejos de los clientes y los procesos para desarrollar mejor sus actividades.
- **Verificar:** Agrupar el control de la calidad de los procesos.
- **Actuar:** Se relaciona con las acciones basadas en los resultados que se obtienen tales como decisiones acerca de la aceptabilidad de la producción, la identificación de la causa raíz, mejora de la calidad, etc.

Principios de Gestión de Calidad

Sirvent, Gisbert y Pérez (2017) expresaron que existen 7 principios básicos de la gestión de calidad, a continuación se detallan cada uno de ellos.

Enfoque al cliente

Las organizaciones dependen de sus clientes por lo que deberían comprender sus necesidades actuales y futuras, satisfacer sus requisitos y esforzarse en exceder sus expectativas. Es por eso que se le da prioridad a este principio ya que el cliente representa ganancias y más trabajo para las organizaciones. Además, la disponibilidad de recursos centrados en cumplir con la satisfacción del cliente produce un alto grado de eficiencia lo cual representa una ventaja para la organización y una fidelización del cliente.

Liderazgo

Los líderes establecen la unidad de propósito y la orientación de la organización. Ellos deberían crear y mantener un ambiente interno en el cual el personal pueda llegar a involucrarse totalmente en el logro de los objetivos de la organización. Es por eso que las organizaciones necesitan líderes que muevan masas, es decir que sus ideologías deben traer beneficios para todos. Entre las ventajas para la organización podemos destacar la implicación y estimulación de la participación del personal, ofrecer a la organización la máxima información y dejar clara la visión de futuro para toda la organización

Compromiso de las personas

El compromiso de los consumidores que están comprometidos con una mediana o pequeña empresa es de suma importancia ya que sus conocimientos pueden ser de mucha ayuda en los objetivos de la organización, al involucrar a todo el personal se

va a lograr mantener un buen funcionamiento y lograr tener un sistema de gestión de calidad mucho más favorable que la competencia.

Enfoque a procesos

Con respecto a la gestión de los equipos, ambientes internos y estructuras se deben tomar buenas decisiones e ir eliminando todo aquello que sea inútil y que a la vez nos esté generando un gasto no favorable para la empresa, tales como arreglando equipos que en más de una oportunidad ya se han arreglado y nuevamente las piezas estén desgastadas. Asimismo, al tener un buen plan se pueden obtener mucho más rápido los resultados.

Mejora

Se trata del mundo cambiante y se deben adecuar rápidamente a los cambios y a las necesidades de los clientes, además de agregarles un valor adicional a sus productos, en este sentido podemos encontrar dos tipos de mejoras que vienen a ser el avance de la tecnología y la segunda es mejorar los procesos de producción, para alcanzar mejores resultados dentro de las Mypes.

Toma de decisiones basadas en la evidencia

Toda decisión que sea sobresaliente y favorable a la calidad de algún producto debe ser tomado como un antecedente previo la cual nos permitirá reducir algún error, las organizaciones deben estar muy informadas y seguras antes de tomar una decisión basada en información real. Además, manifiesta que las posibilidades y conformidades existentes son canalizadas hacia su ejecución de forma fuerte.

Gestión de las relaciones

Las medianas y pequeñas empresas son interdependientes de sus consumidores por lo que una relación beneficiosa incrementa las capacidades de crear algo mejor de valor. Los consumidores no solo buscan algo más que la certificación del

establecimiento, sino que también los proveedores cuenten con todo lo necesario de bioseguridad, por consiguiente quiere decir que los insumos lleguen en buen estado y con todos los estándares de calidad.

2.2.2 Atención al Cliente.

Corrales (2019) expresó que al ofrecer una atención cercana y eficaz ayuda a retener la clientela generando usuarios que no solo te busquen constantemente por la calidad o economía de tus productos y servicios, sino por todos los beneficios y sensaciones que engloba la interacción con tu marca, la fidelización de clientes a través de un sólido servicio, le brinda excelentes beneficios económicos a las empresas, especialmente el incremento de los ingresos a largo plazo. Esto hace que los negocios sean sustentables y perduren en el tiempo pese al constante incremento de la competitividad y los diferentes desafíos que plantea la actividad empresarial. Por otro lado siempre es más barato fidelizar un nuevo cliente que atraer consumidores potenciales, otro reflejo de la utilidad del servicio al cliente desde el punto de vista financiero.

Ventajas de atención al cliente.

Corrales (2019) señala 7 ventajas de atención al cliente que demuestran lo importante que resulta este concepto para las Mypes.

1. Mejora la experiencia del consumidor

Un buen producto o servicio también demanda una excelente experiencia y en eso se centra la atención al cliente. Aplicar este concepto permite llevar a los clientes al más alto punto de satisfacción, convirtiéndolos en consumidores fieles e incluso en embajadores de las marcas.

2. Reduce las fricciones con la empresa

Un buen servicio debe enfocarse en reducir las fricciones, como se le conoce a todas aquellas situaciones o aspectos que pueden incomodar o molestar al cliente que lo lleva a pensar en dirigir sus consumos a una empresa diferente. Por ello optimizar la atención al cliente te ayudará a satisfacer las necesidades específicas de la persona en las diferentes etapas y puntos de interacción con la marca.

3. Aumenta el ciclo de vida del cliente

En el mundo de los negocios existe un concepto llamado Churn Rate al que siempre debes temerle, pues hace referencia a la tasa de cancelación o abandono registrada en una base de clientes. Al implementar un buen servicio al cliente evitarás las fricciones y en general mejorarás la experiencia por lo que reducirás esta molesta estadística y en cambio prolongarás una positiva tasa de retención. Además que fidelizas gran parte de tus clientes y prolongas su ciclo de vida lo que se traduce en el incremento del nivel de ganancias por consumidor.

4. Genera embajadores de marca

Se trata de la representación humana de una marca, es decir alguien relevante que personifica lo que se quiere transmitir al público, los embajadores de marca en sí forman parte de una estrategia de comercialización pues acercan a los consumidores a los productos, servicios y valores de una organización.

5. Personaliza y segmenta la atención

A través de prácticas como el Customer Success las nuevas estrategias de servicio al cliente permiten focalizar y personalizar la atención. Esto se traduce en un incremento de los cumplimientos de los resultados y necesidades de cada usuario lo que a la vez mejora la percepción de la marca y su prestigio.

6. Valora el cliente a partir de una implementación técnica detallada

En este punto nos referimos al Customer Onboarding otro de los elementos esenciales de un buen servicio al cliente. Este concepto abarca los procesos y actividades orientadas a la fase inicial de un proyecto con un nuevo cliente promoviendo una integración y adaptación eficaz, así como asentando sólidas bases para lograr resultados en lapsos predeterminados.

7. Genera Insight para mejorar la utilización del servicio

Aplica Insight para conocer a fondo a los clientes, lo que traza el camino a seguir para optimizar la atención y brindar agregados de valor. El Touchpoint y el Customer Experience te permitirán incrementar la tasa de retención del cliente y hacer mucho más rentable el negocio.

Elementos de Atención al Cliente.

Da Silva (2020) señala los siguientes elementos que llevan a prestar un buen servicio:

- **El cliente**

Es primordial para que pueda haber un buen servicio al cliente, no forma parte de un elemento sobre el cual la organización imponga control alguno desde el interior, pero al ser la razón de ser de este proceso es fundamental que todo lo que se desarrolle dentro de las Mypes esté basado en los conocimientos y expectativas de los clientes.

- **El producto o servicio**

Se refiere a los elementos o características del bien que ofrece el restaurante hacia sus consumidores. Por ejemplo la calidad, el precio, las especificaciones técnicas y la cantidad; se determinan porque son elementos básicos primordiales ya que por medio de ello se puede dar la relación con los consumidores.

– **Los Procedimientos**

Los procedimientos están relacionados con los medios de atención al cliente e involucrados con la empresa, las formas de pago y el tiempo de espera también forman parte. De acuerdo con Forrester el 66% de los adultos señala que más importante es darles una buena experiencia a sus consumidores y que se logre una fidelización con la organización.

– **Las Instalaciones**

Está conformado por aquel lugar donde se encuentra el establecimiento ya sea físico o virtual, esto incluye tener una vía de acceso con un punto de venta además de contar con los protocolos de bioseguridad, zona de estacionamiento, la ubicación, las zonas de iluminación, la seguridad de la zona, letreros luminosos que llamen la atención y que esté a la vista de los posibles consumidores.

– **La Tecnología**

De hoy en día la tecnología juega un papel muy importante para aquellas personas que quieren emprender un negocio, en el caso de los restaurantes la tecnología puede favorecerles mucho en sus procesos de atención y sus pedidos ya que se tendría un poco más de tiempo para poderle dar pase a otras actividades, los objetivos de dichas herramientas pueden ser: facilitar el ingreso del cliente, y agilizar la gestión de trámites.

– **Información y La Comunicación**

Hace mención a la calidad de información que la organización de a sus clientes los cuales le permite que el cliente tome con mejor claridad y veracidad los canales de comunicación que la empresa habilite.

– **El Prestador del Servicio**

Se centra en el empleado de la organización al igual que a todos los representantes de la misma (empleados o subcontractados para actuar en su nombre) que tengan comunicación con el cliente a través de cualquiera de los puntos de contacto. Es de suma importancia también la amabilidad con los clientes, el respeto y los aspectos como la responsabilidad y la efectividad.

III. HIPÓTESIS

Díaz (2017) indica que cuando una investigación es descriptiva no corresponde una hipótesis por lo mismo que se fundamentan análisis, se buscan características y rasgos importantes, cabe señalar que los datos alcanzados y la naturaleza exacta de la muestra de donde fueron extraídos evalúan los hechos que se dan en un contexto determinado.

IV. METODOLOGÍA

4.1. Diseño de la Investigación

Es de diseño no experimental y de corte transversal, porque se tomarán las especificaciones como están en el contexto natural, cabe señalar que no se manipularan los resultados obtenidos de las variables en estudio.

4.2. Tipo de la Investigación

Es cuantitativo ya que los datos obtenidos se examinarán de manera científica, numérica y asimismo con el apoyo de la estadística. Se recogieron y analizaron los datos sobre las variables y se estudió las propiedades y fenómenos de la situación problemática de manera objetiva, para así poder generalizar los datos (Díaz, 2017).

4.3. Nivel de la Investigación

El nivel es descriptivo porque enumera, clasifica y señala las propiedades de las variables en estudio. En el caso de la investigación busca detallar las características de las variables de estudio: gestión de calidad y atención al cliente de las Mype rubro Restaurantes de Av. Chulucanas – Circunvalación, Veintiséis de Octubre, 2021 (Díaz, 2017).

4.4. Universo y Muestra

El universo bajo estudio está dado por los consumidores que necesiten el producto de las Mypes rubro restaurantes de Av. Chulucanas – Circunvalación, Veintiséis de Octubre, 2021. La población sin embargo está dada por las personas que acuden al restaurante. Las Mypes están dedicadas al rubro restaurantes. Por lo tanto para el caso de los clientes se tiene una población infinita.

Cuadro de Fuente de información

N°	NOMBRE	N° DE TRABAJADORES	RUBRO
01	MYPE 1	3	Restaurante
02	MYPE 2	3	Restaurante
03	MYPE 3	4	Restaurante
04	MYPE 4	2	Restaurante
05	MYPE 5	3	Restaurante

Elaboración Propia

Criterios de Inclusión

- Personas que residen en el distrito Veintiséis de Octubre.
- Personas entre 18 a 40 años.

Criterios de Exclusión

- Personal con poca disponibilidad para laborar.
- Personas que no acuden muy seguido a restaurantes.

Teniendo una población infinita aplicaremos la siguiente formula:

$$n = \frac{Z^2 p \times q}{e^2}$$

n = Tamaño de la muestra.

P = Probabilidad de éxito.

q = Probabilidad de fracaso

z= Nivel de confianza 95% cuyo valor estadístico 1.96

e = Limite aceptable de error.

Dónde:

Z= Valor estadístico 1.96

p= Probabilidad de éxito 0.50

q= Probabilidad de fracaso 0.50

e= Margen de error (5%) 0.05

Nivel de confianza (95%) 0.95

Aplicando la formula

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}{0.05^2}$$

$$n = \frac{3.8416 \times 0.5 \times 0.5}{0.05^2}$$

$$n = \frac{3.8416 \times 0.25}{0.0025}$$

$$n = \frac{0.9604}{0.0025}$$

$$n = 384 \text{ clientes}$$

Se utilizó una muestra con la formula infinita para estudiar las dos variables gestión de calidad y atención al cliente en la que se obtuvo una muestra de 384 clientes. Las Mypes en estudio son 5 del rubro restaurantes en Av. Chulucanas – Circunvalación, Veintiséis de Octubre, 2021.

MUESTREO NO PROBABILISTICO POR CONVENIENCIA.

Debido a la situación sanitaria que se presenta en el Perú por la COVID 19 por lo que el estado determinó el aislamiento social según decreto supremo N° 094-2020-PCM que establece las medidas que debe observar la ciudadanía hacia una nueva convivencia social y prórroga el estado de emergencia nacional por las graves circunstancias que afectan la vida de la nación a consecuencia del COVID-19, ya que por medidas de sanidad no se aplicó la totalidad de las encuestas según la muestra por el periodo de aislamiento social por ello es que se adoptó el muestreo no probabilístico por conveniencia, asimismo la población encuestada estuvo dado por 90 clientes encuestados divididos entre las dos variables, las Mypes en estudio se constituyeron en un total de 5 establecimientos del rubro restaurantes situados en Av. Chulucanas – Circunvalación, Veintiséis de Octubre, Piura.

Ochoa (2015) señala que el muestreo no probabilístico es cuando no tenemos acceso a una lista completa de los individuos que forman la población y por lo tanto no conocemos la probabilidad de que cada individuo sea seleccionado para la muestra. La principal consecuencia de esta falta de información es que no podremos generalizar resultados con precisión estadística. Los individuos empleados en la investigación se seleccionan porque están fácilmente disponibles y porque sabemos que pertenecen a la población de interés, no porque hayan sido seleccionados mediante un criterio estadístico. Esta conveniencia que se suele traducir en una gran facilidad operativa y en bajos costes de muestreo.

4.5. Definición y Operacionalización de Variables e Indicador.

Tabla 1. Matriz de Operacionalización de las Variables

Variable	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores	Definición Operacional	Fuente	Escala	Metodología
Gestión de Calidad	Señala que la gestión de calidad debe verse como el trabajo por reforzar la formación y consolidación de un valor humano. Ulloa (2018)	Importancia	Planificar	La dimensión “importancia” se medirá con sus indicadores “planificar, hacer, verificar, actuar” con la técnica de la encuesta y el instrumento cuestionario.	cliente	Nominal	Tipo: Cuantitativo Nivel: Descriptivo Diseño: No Experimental Transversal Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario
			Hacer				
			Verificar				
			Actuar				
		Principios	Enfoque al Cliente	La dimensión “principios” se medirá con sus indicadores “enfoque al cliente, liderazgo, enfoque a procesos, toma de decisiones” con la técnica de la encuesta y el instrumento cuestionario.			
			Liderazgo				
			Enfoque a Procesos				
Toma de Decisiones							
Atención al Cliente	Expresa que al ofrecer una atención cercana y eficaz ayuda a retener la clientela, buscando la calidad o economía de sus productos y servicios. Corrales (2019)	Ventajas	Experiencia del Consumidor	La dimensión “ventajas” se medirá con sus indicadores “experiencia del consumidor, embajadores de marca, segmenta la atención, valora al cliente” con la técnica de la encuesta y el instrumento cuestionario.	cliente	Nominal	
			Embajadores de Marca				
			Segmenta la Atención				
			Valora al Cliente				
		Elementos	El Cliente	La dimensión “elementos” se medirá con sus indicadores “eL cliente, los procedimientos, la tecnología, las Instalaciones” con la técnica de la encuesta y el instrumento cuestionario.			
			Los Procedimientos				
			La Tecnología				
Las Instalaciones							

4.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

4.6.1 Técnica

Díaz (2017) técnica la encuesta, la define como una herramienta sistemática para la información en el cual se recopila cualquier dato que el investigador desea obtener durante la evaluación datos agregados.

4.6.2 Instrumento

Se aplicará la técnica de la encuesta y el instrumento será el cuestionario. Para la obtención de los datos para la presente investigación se desarrollará una serie de preguntas para conocer las opiniones de cada uno de los clientes que acuden al establecimiento y hechos específicos, según lo que señala Hernández, Fernández & Baptista (2014) la muestra es un subgrupo de los consumidores de los cuales se recolectarán datos.

4.7. Plan de análisis

Método estadístico ya que la investigación es descriptiva por lo tanto se tomará uso de estadística descriptiva; se calculará frecuencia, porcentaje media, se empleará excel, los resultados de las encuestas se representarán en tablas y gráficos.

4.8. Matriz de Consistencia

Tabla 2: Matriz de Consistencia

TÍTULO	ENUNCIADO DEL PROBLEMA	OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	VARIABLE	TÉCNICA / INSTRUMENTO	METODOLOGÍA
Caracterización de la gestión de calidad y atención al cliente en las Mype rubro restaurantes de Av. Chulucanas – Circunvalación, Veintiséis de Octubre, 2021.	¿Qué características tiene la gestión de calidad y atención al cliente en las Mype Rubro restaurantes de Av. Chulucanas – Circunvalación, Veintiséis de Octubre, 2021?	Objetivo General: Determinar las características de la gestión de calidad y atención al cliente en las Mype rubro restaurantes de Av. Chulucanas – Circunvalación, Veintiséis de Octubre, 2021			
		(a) Reconocer la importancia de la gestión de calidad en las Mype rubro restaurantes de Av. Chulucanas – Circunvalación, Veintiséis de Octubre, 2021.	Gestión de Calidad	Encuesta / Cuestionario	Tipo: Cuantitativo Nivel: Descriptivo Diseño: No Experimental Transversal Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario
		(b) Describir los principios de la gestión de calidad en las Mype rubro restaurantes de Av. Chulucanas – Circunvalación, Veintiséis de Octubre, 2021			
		(c) Detallar las ventajas de atención al cliente en las Mype, rubro restaurantes de Av. Chulucanas – Circunvalación, Veintiséis de Octubre, 2021	Atención al Cliente		
		(d) Identificar los elementos de la atención al cliente en las Mype, rubro restaurantes de Av. Chulucanas – Circunvalación, Veintiséis de Octubre, 2021			

4.9. Principios Éticos

En la investigación se reserva la protección de las personas que acuden a las Mypes, asimismo de ver por su bienestar y seguridad además de su dignidad e identidad los principios de ética no solo se aplican a las personas involucradas en la presente investigación, sino que también se resguardan sus derechos si se encuentran en situación de vulnerabilidad. Se garantizará el estricto apego a la veracidad de la investigación en todas las etapas del proceso, las fuentes bibliográficas utilizadas en el trabajo de investigación se citan cumpliendo la norma APA respetando los derechos de autor (ULADECH, 2021).

Todos los involucrados en la presente investigación fueron de libre participación y además que tienen el derecho de estar informados de todos los alcances y propósitos que tiene la presente investigación en las cuales están participando además que son ellos los que deciden si participan o no (ULADECH, 2021).

Beneficencia y no maleficencia, se debe dar prioridad al bienestar de las personas que se ven involucradas en la investigación. En ese sentido la conducta del investigador debe responder a las siguientes reglas generales: no causar daño, disminuir los posibles efectos adversos y maximizar los beneficios (www.uladech.edu.pe, 2021).

De la integridad científica como investigador no queremos causar ninguna molestia o engaño hacia las personas que estuvieron apoyando con la investigación. Es responsabilidad del investigador de garantizar la veracidad en todo el proceso de investigación, desde la formulación, desarrollo, análisis, y comunicación de los resultados. Justicia, el investigador debe ejercer un juicio razonable, ponderable y tomar las precauciones necesarias para asegurarse de que

sus sesgos y las limitaciones de sus capacidades y conocimiento no den lugar o toleren prácticas injustas. Se reconoce que la equidad y la justicia otorgan a todas las personas que participan en la investigación derecho a acceder a sus resultados. El investigador está también obligado a tratar equitativamente a quienes participan en los procesos, procedimientos y servicios asociados a la investigación (ULADECH, 2021).

V. RESULTADOS

Cuadro N° 01: Características demográficas.

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Edad		
18 a 25 años	36	40
26 a 45 años	38	42
46 a 50 años	16	18
Género		
Masculino	66	73
Femenino	24	27
Nivel de estudios		
Primaria	9	10
Secundaria	41	46
Superior	40	44
Estado civil		
Soltero	45	50
Casado	39	43
Viudo	6	7
Divorciado	0	0

5.1 Resultados.

5.1.1 Objetivo 1: importancia de la gestión de calidad en las Mype rubro restaurantes de Av. Chulucanas – Circunvalación, Veintiséis de Octubre, 2021

Tabla 1

Importancia de gestión de calidad.

Ítem	Si		No		Total	
	f	%	f	%	n	%
¿Considera Ud. que los servicios que ofrece el restaurante cumplen con sus expectativas?	83	92	7	8	90	100
¿Cree usted que los procedimientos empleados por el restaurante son los adecuados?	79	88	11	12	90	100
¿Los colaboradores del restaurante manejan un buen control de calidad?	86	86	4	4	90	100
¿Se siente conforme con los protocolos de atención dentro del restaurante?	76	84	14	16	90	100

Nota: Cuestionario aplicado al Cliente.

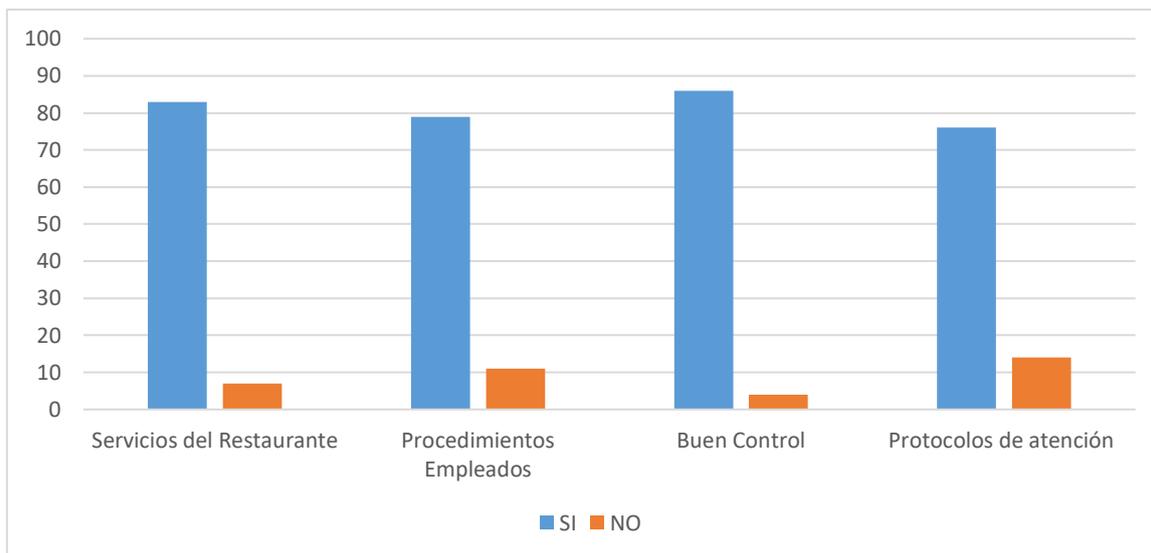


Figura 1: diagrama de barras que representa a importancia de gestión de calidad.

Interpretación: en la tabla y figura 1 denominada importancia de gestión de calidad se observa que el 92% de los clientes encuestados señala que el restaurante si cumplen sus expectativas, asimismo el 88% si cree que el restaurante aplica procedimientos adecuados, también el 86% si manejan un buen control y el 84% de los encuestados respondieron que si están conforme con los protocolos de atención.

5.1.2 Objetivo 2: principios de la gestión de calidad en las Mype rubro restaurantes de Av. Chulucanas – Circunvalación, Veintiséis de Octubre, 2021

Tabla 2

Principios de gestión de calidad.

Ítem	Si		No		Total	
	f	%	f	%	n	%
¿El restaurante logra satisfacer sus necesidades actuales?	82	91	8	9	90	100
¿Los colaboradores que lo atienden muestran unidad al momento de la atención?	80	89	10	11	90	100
¿Considera usted que la infraestructura del restaurante es buena?	79	88	11	12	90	100
¿El servicio que brinda el restaurante fue rápido?	78	87	12	13	90	100
¿Cree usted que los colaboradores también deben tomar decisiones?	69	77	21	23	90	100

Nota: Cuestionario aplicado al Cliente.

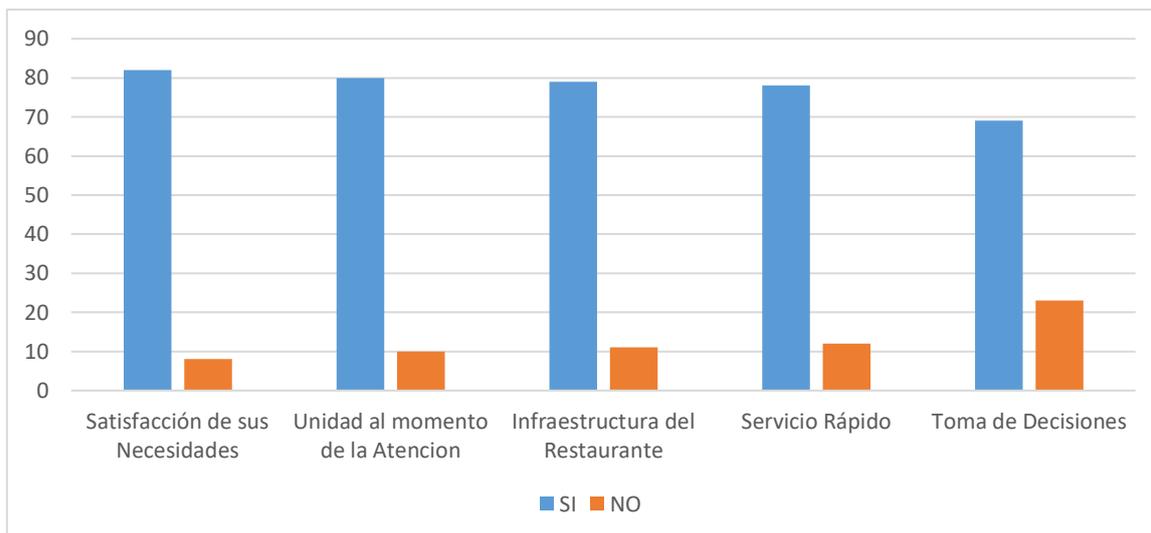


Figura 2: diagrama de barras que representa a principios de gestión de calidad.

Interpretación: en la tabla y figura 2 denominada principios de gestión de calidad, se obtuvieron que el 91% expresó que el restaurante si logra satisfacer sus necesidades de los clientes, asimismo 89% de los encuestados respondieron que los colaboradores si muestran unidad al momento de la atención, así también el 87% señala que el servicio que brinda el restaurante si es rápido, y el 77% cree que los colaboradores si deben tomar decisiones en bien de las Mypes.

5.1.3 Objetivo 3: ventajas de atención al cliente en las Mype, rubro restaurantes de Av. Chulucanas – Circunvalación, Veintiséis de Octubre, 2021

Tabla 3

Ventajas de atención al cliente.

Ítem	Si		No		Total	
	f	%	f	%	n	%
¿Considera usted que la atención por parte de los colaboradores es buena?	76	84	14	16	90	100
¿Usted cree que el restaurante al tener buenas referencias puede crear su propia marca en gastronomía?	83	92	7	8	90	100
¿Considera usted que al personalizar la atención se está creando un buen prestigio?	80	89	10	11	90	100
¿Ante un problema los colaboradores lo resuelven?	86	96	4	4	90	100

Nota: Cuestionario aplicado al Cliente.

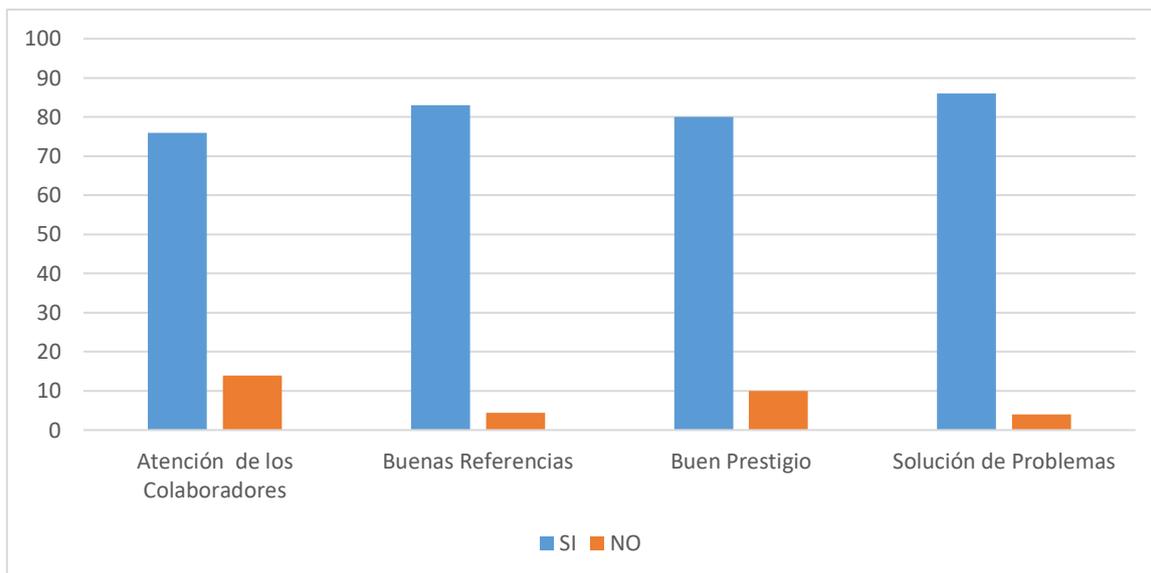


Figura 3: diagrama de barras que representa a ventajas de atención al cliente.

Interpretación: en la tabla y figura 3 denominada ventajas de atención al cliente, el 84% de los encuestados señala que la atención por parte de los trabajadores si es buena, también el 92% señala que si cuenta con buenas referencias para crear su propia marca, asimismo el 89% si considera que se está creando un buen prestigio y el 96% de los clientes encuestados indican que los colaboradores si resuelven sus problemas.

5.1.4 Objetivo 4: elementos de la atención al cliente en las Mype, rubro restaurantes de Av. Chulucanas – Circunvalación, Veintiséis de Octubre, 2021.

Tabla 4

Elementos de atención al cliente.

Ítem	Si		No		Total	
	f	%	f	%	n	%
¿Cree usted que los restaurantes deben adecuarse al factor cambio para no perder a sus clientes?	75	83	15	17	90	100
¿Considera usted que los procedimientos de atención del restaurante son adecuados?	84	93	6	7	90	100
¿El restaurante cuenta con equipos tecnológicos que puedan ayudar a mejorar la atención del cliente?	70	78	20	22	90	100
¿Considera usted que la ubicación de la MYPE es accesible para todo público?	79	88	11	12	90	100

Nota: Cuestionario aplicado al Cliente.

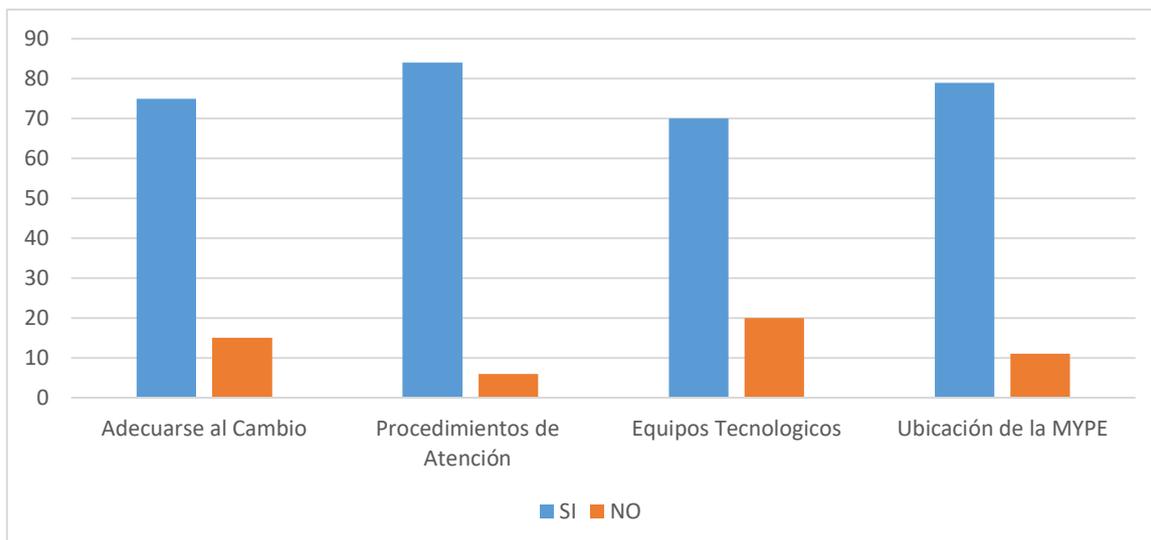


Figura 4: diagrama de barras que representa a elementos de atención al cliente.

Interpretación: en la tabla y figura 4, denominadas elementos de atención al cliente, el 83% si cree que los restaurantes deben adecuarse al factor cambio para no perder a sus clientes, también el 93% respondieron que los procedimientos si son los adecuados, asimismo el 78% respondieron que el restaurante si cuenta con equipos tecnológicos y el 88% considera que el restaurante si está ubicado en una zona accesible al público.

5.1.5 Objetivo 5: características de gestión de calidad y atención al cliente en las Mype, rubro restaurantes de Av. Chulucanas – Circunvalación, Veintiséis de Octubre, 2021

Tabla 5

Características de gestión de calidad y atención al cliente

Ítem	Si		No		Total	
	f	%	f	%	n	%
¿Considera Ud. que los servicios que ofrece el restaurante cumplen con sus expectativas?	83	92	7	8	90	100
¿El restaurante logra satisfacer sus necesidades actuales?	82	91	8	9	90	100
¿Ante un problema los colaboradores lo resuelven?	86	96	4	4	90	100
¿Considera usted que los procedimientos de atención del restaurante son adecuados?	84	93	6	7	90	100

Nota: Cuestionario aplicado al Cliente.

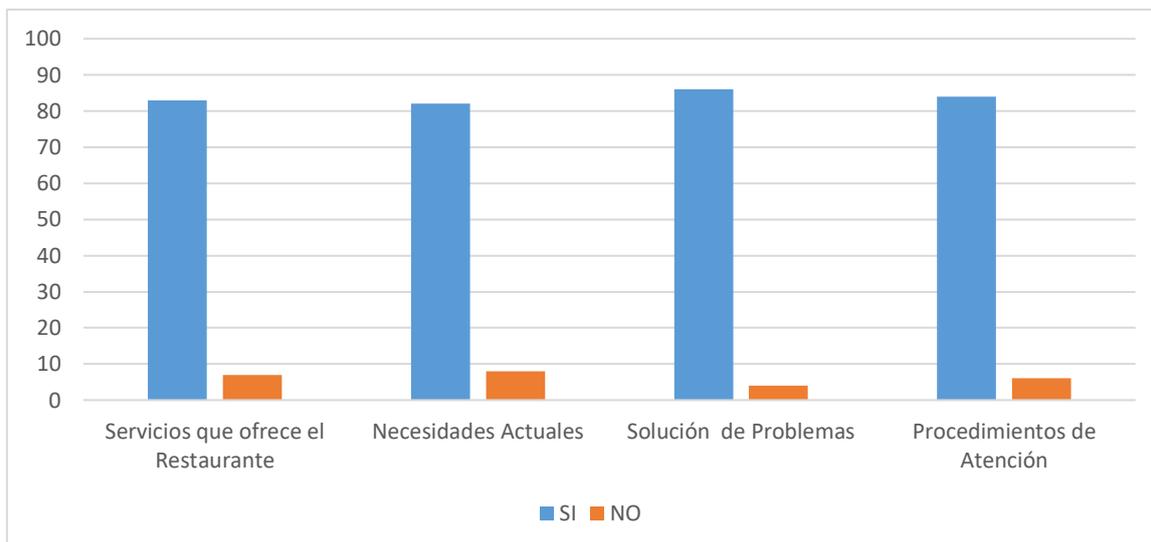


Figura 5: diagrama de barras que representa a características de gestión de calidad y atención al cliente.

Interpretación: en la tabla y figura 5 denominada características de gestión de calidad y atención al cliente el 92% de los clientes encuestados expresaron que los servicios que ofrece el restaurante si cumplen sus expectativas, asimismo el 91% si logra satisfacer sus necesidades actuales, también el 96% de los encuestados respondieron que los colaboradores si resuelven los problemas y el 93% considera que los procedimientos de atención del restaurante si son los adecuados.

5.2 Análisis de Resultados.

En la tabla 1 denominada Importancia de la gestión de calidad se observa que en planificar el 92% si consideran que los servicios que ofrece el restaurante cumplen con sus expectativas de otra parte Ulloa (2018) señala que la gestión de calidad debe verse como el trabajo por reforzar la formación y consolidación de un valor humanitario donde el factor más importante es la satisfacción por el trabajo bien hecho, concuerda con Farías (2020) donde expresa que es muy indispensable la indagación en diferentes medios de comunicación ya sea escrita o hablado, las mismas que proporcionaron información relevante acerca del tema propuesto y así lograr cumplir los requisitos de los clientes

En el hacer se observa que el 88% de los encuestados si cree que los procedimientos empleados por el restaurante son los adecuados, por otra parte Sirvent, Gisbert y Pérez (2017) señala que las organizaciones dependen de sus clientes por lo que deberían comprender sus necesidades actuales y futuras, satisfacer sus requisitos y esforzarse en exceder sus expectativas, concuerda con López (2018) donde dice que es necesario tener una evaluación de la gestión de calidad que permita controlar correctamente las actividades de la empresa.

El verificar se observa que el 86% de los clientes encuestados señalan que los colaboradores del restaurante si manejan un buen control de calidad, por otra parte Ulloa (2018) señala que la empresa debe dotarse de todas las herramientas posibles que le ayuden a minimizar sus vulnerabilidades al fortalecer así sus cualidades de modo tal que se vuelva cada día más competitiva, concuerda con Medina (2018) debido a que están atentos a las exigencias de los consumidores para innovar cada cierto tiempo y lograr mantener contento al cliente.

El actuar se observa que el 84% de los encuestados señalan que si se sienten conforme con los protocolos de atención dentro del restaurante por otra parte Sirvent, Gisbert y Pérez (2017) indican que la disponibilidad de recursos centrados en cumplir con la satisfacción del cliente produce un alto grado de eficiencia lo cual representa una ventaja para la organización y una fidelización del cliente, asimismo concuerda con Medina (2018) donde dice que si están atentos a las exigencias de los consumidores para innovar cada cierto tiempo y lograr mantener contento al cliente

En la tabla 2 denominada principios de la gestión de calidad se observa que el enfoque al cliente el 91% de los encuestados si logran satisfacer sus necesidades actuales, por otra parte Sirvent, Gisbert y Pérez (2017) sostienen que la disponibilidad de recursos centrados en cumplir con la satisfacción del cliente produce un alto grado de eficiencia lo

cual representa una ventaja para la organización y una fidelización del cliente, concuerda con López (2018) donde expresa que es necesario tener una evaluación de la gestión de calidad que permita controlar correctamente las actividades de la empresa.

En el liderazgo 89% de los encuestados señalan que los colaboradores si muestran unidad al momento de la atención por otra parte Sirvent, Gisbert y Pérez (2017) señalan que los líderes establecen la unidad de propósito y la orientación de la organización. Ellos deberían crear y mantener un ambiente interno en el cual el personal pueda llegar a involucrarse totalmente, concuerda con Mendoza (2018) expresa que la mayoría de clientes señalan que el éxito del restaurante depende directamente del conocimiento y habilidades del administrador

En el enfoque a procesos el 88% de los encuestados señalan que la infraestructura del restaurante si es buena por otra parte Sirvent, Gisbert y Pérez (2017) expresa que en los ambientes internos y estructuras se deben tomar buenas decisiones e ir eliminando todo aquello que sea inútil y que a la vez esté generando un gasto no favorable, concuerda con Medina (2018) dice que para innovar cada cierto tiempo y lograr mantener contento al cliente, los administradores tienen muy presente que la infraestructura, la limpieza del local y el ambiente juega un rol muy importante dentro de ello.

En el enfoque a procesos el 87% de los encuestados señalan que el servicio del restaurante si es rápido, por otra parte Sirvent, Gisbert y Pérez (2017) llegaron a la conclusión que al tener un buen plan se pueden obtener mucho más rápido los resultados. Asimismo concuerda con Farías (2020) quien señala que se hizo necesaria la descripción de causas y efectos, afecciones que han impedido que estas organizaciones sean mayormente competitivas.

En la toma de decisiones el 77% de los encuestados expresaron que los colaboradores si deben tomar decisiones, por otra parte Sirvent, Gisbert y Pérez (2017) dicen que toda decisión que sea sobresaliente y favorable a la calidad de algún producto debe ser tomado como un antecedente previo la cual permitirá reducir algún error, y concuerda con López (2018) donde expresa que es necesario tener una evaluación de la gestión de calidad que permita controlar correctamente las actividades de la empresa así como reducir las falencias del servicio para obtener mayores beneficios económicos.

En la tabla 3 denominada ventajas de atención al cliente en la experiencia del consumidor el 84% de los encuestados señalan que la atención por parte de los colaboradores si es buena, por otra parte Corrales (2019) señala que la fidelización de clientes a través de un sólido servicio le brinda excelentes beneficios económicos a las empresas, concuerda con Jired (2018) señala que el personal del restaurante es amable, cortés y profesional, los clientes se encuentran totalmente satisfechos y la calificación es excelente, de igual manera calificaron la rapidez del servicio y la prontitud en que fue tomada su orden y entrega de alimentos.

En los embajadores de marca el 92% de los clientes si cree que el restaurante puede crear su propia marca, por otra parte Corrales (2019) expresó que pese al constante incremento de la competitividad las Mypes debe centrarse en crear su marca que se logre diferenciar de los demás y lograr posesionarse mucho más tiempo en el mercado, concuerda con Ortiz (2018) donde dice que se puede identificar el contexto en el que se desarrolla su negocio a través de un análisis detallado de su entorno externo e interno para lo cual se determinaron doce estrategias que favorecerían la mejora en su desempeño.

En segmenta la atención el 89% señalan que si se puede crear un buen prestigio, por otra parte Corrales (2019) la fidelización de clientes a través de un sólido

servicio le brinda excelentes beneficios económicos a las empresas, concuerda con Ordinola (2020) el nivel de satisfacción donde se logra identificar que las medidas de atención adoptadas incrementan el nivel de satisfacción, además de la capacitación formal

El valora al cliente el 96% de los encuestados respondieron que los colaboradores si resuelven sus problemas por otra parte Corrales (2019) indica que la fidelización de clientes a través de un sólido servicio les brinda excelentes beneficios económicos a las empresas, concuerda con Pozo (2019) asimismo expresó que ofrecen un servicio óptimo y adecuado para el cliente, la comunicación asertiva dentro del restaurante que permite al personal poder interrelacionarse positivamente y la fidelización de los clientes.

En la tabla 4 denominado elementos de atención al cliente, donde se observa que el 83% de los clientes encuestados señalan que los restaurantes si deben adecuarse a los cambios para poder mantener sus clientes, por otra parte Da Silva (2020) es fundamental que todo lo que se desarrolle dentro de las Mypes esté basado en los conocimientos y expectativas de los clientes, además concuerda con Valdiviezo (2018) en lo relativo a la innovación de las Mypes se llegó a la conclusión que tiene una adecuada infraestructura, además la participación de los clientes determina el adecuado horario de atención

En los procedimientos el 93% de los encuestados expresaron que los procedimientos de atención si son los adecuados dentro del restaurante, por otra parte Da Silva (2020) están relacionados con los medios de atención al cliente e involucrados con la empresa, formas de pago y el tiempo de espera y concuerda con Jired (2018) indica que el personal del restaurante es amable, cortés y profesional los clientes se encuentran

totalmente satisfechos y la calificación es excelente, de igual manera calificaron la rapidez del servicio.

En la tecnología el 78% de los clientes encuestados respondieron que el restaurante si cuenta con los equipos tecnológicos para una mejor atención, por otra parte Da Silva (2020) hoy en día la tecnología juega un papel muy importante para aquellas personas que quieren emprender un negocio, en el caso de los restaurantes la tecnología puede favorecerles mucho en sus procesos de atención y sus pedidos, y concuerda con Pozo (2019) son la satisfacción del cliente donde ofrecen un servicio óptimo y adecuado para el cliente y con las mejores tecnologías, la comunicación asertiva dentro del restaurante.

En las instalaciones el 88% de los encuestados expresaron que las Mypes si se encuentra ubicado en un lugar accesible, por otra parte según Da Silva (2020) está conformado por aquel lugar donde se encuentra el establecimiento ya sea físico o virtual, esto incluye tener una vía de acceso con un punto de venta además de contar con los protocolos de bioseguridad, además concuerda con Pozo (2019) donde señala que las Mypes son el entorno por lo que las instalaciones de los restaurantes están equipadas en su totalidad para poder brindar una buena atención y son atractivas ante la vista de los clientes.

En la tabla 5 denominado características de gestión de calidad y atención al cliente se observa que en planificar el 92% si consideran que los servicios que ofrece el restaurante cumplen con sus expectativas de otra parte Ulloa (2018) señala que la gestión de calidad debe verse como el trabajo por reforzar la formación y consolidación de un valor humanitario donde el factor más importante es la satisfacción por el trabajo bien hecho, concuerda con Farías (2020) donde señala que es indispensable la indagación en

diferentes fuentes de consulta las mismas que proporcionaron información relevante acerca del tema propuesto para así lograr cumplir con los requisitos de los clientes.

En el enfoque al cliente el 91% de los encuestados indican que si logran satisfacer sus necesidades actuales, por otra parte Sirvent, Gisbert y Pérez (2017) indica que la disponibilidad de recursos centrados en cumplir con la satisfacción del cliente produce un alto grado de eficiencia lo cual representa una ventaja para la organización y una fidelización del cliente, concuerda con López (2018) manifestando que es necesario tener una evaluación de la gestión de calidad que permita controlar correctamente las actividades de la empresa.

El valora al cliente el 96% de los encuestados respondieron que los colaboradores si resuelven sus problemas, por otra parte Corrales (2019) dice que la fidelización de clientes a través de un sólido servicio les brinda excelentes beneficios económicos a las empresas, concuerda con Pozo (2019) donde expresa que ofrece un servicio óptimo y adecuado para el cliente, una comunicación asertiva dentro del restaurante permite al personal poder interrelacionarse positivamente y la fidelización de los clientes

En los procedimientos el 93% de los encuestados expresaron que los procedimientos de atención si son los adecuados dentro del restaurante, por otra parte Da Silva (2020) manifiesta que están relacionados con los medios de atención al cliente e involucrados con la empresa las formas de pago y el tiempo de espera, y concuerda con Jired (2018) donde señala que el personal del restaurante es amable, cortés y profesional, los clientes se encuentran totalmente satisfechos y la calificación es excelente, de igual manera calificaron la rapidez del servicio.

VI. CONCLUSIONES

Se reconoce la importancia de la gestión de calidad porque dentro del restaurante la mayoría de sus clientes si se sienten satisfechos con los servicios que ofrecen, además de que los procedimientos que aplican son los adecuados para incrementar sus ventas y cumplir sus objetivos, asimismo lo más influyente para que puedan avanzar con las metas es la atención por parte de los colaboradores ya que deben de estar capacitados para afrontar las diversas situaciones que se presenten con los clientes.

Los principios de la gestión de calidad están dados por enfoque al cliente, liderazgo, enfoque a procesos, toma de decisiones, porque en su gran mayoría las Mypes satisfacen las necesidades de sus clientes; asimismo hacer mejoras en la infraestructura con el propósito de que los clientes se sientan seguros y cómodos, otro factor importante es que se atienda con rapidez para que el cliente no tenga que esperar mucho tiempo.

Las ventajas de atención al cliente están dadas por, experiencia del consumidor, embajadores de marca, segmenta la atención y valora al cliente, esto les permitirá incrementar sus ventas al crear su propia marca gastronómica y trascender en el mercado, asimismo la personalización de la atención permite crear un buen prestigio ayudando al empresario a crecer y consolidarse en el mercado, adecuándose a los cambios del entorno, aplicando medidas de sanidad con personal capacitado.

Los elementos de la atención al cliente dados por, el cliente, los procedimientos, la tecnología y las instalaciones, en su totalidad los clientes expresaron que los procedimientos de atención del restaurante si son los adecuados y que los equipos tecnológicos pueden ayudar a mejorar la atención del cliente logrando fidelizarlos; las Mypes últimamente se han caracterizado por ser muy competitivas y sobresalientes.

RECOMENDACIONES

Poner mucho más énfasis en los colaboradores del restaurante ya que son ellos los que están frente a frente con los clientes por lo que se debe dar nuevas charlas y sobre todo poner mucho enfoque en la gestión de calidad, además se recomienda buscar nuevas estrategias o alianzas para que las Mypes del rubro restaurante pueda obtener muchos más ingreso y pueda ir desarrollando nuevas oportunidades de empleo.

Aplicar estrategias con respecto a la satisfacción de los clientes ya que muchas veces las Mypes del rubro restaurantes se ven en constante cambio para así poder adecuarse a las exigencias de sus clientes y ofrecerle un tiempo prudente para que los consumidores no se sientan incómodos, además se debe contratar un especialista que conozca sobre el tema de zonas de seguridad y a la vez se deben revisar las estructuras dentro y fuera del restaurante.

Las Mypes rubro restaurante deben trabajar mucho con la publicidad para que les permita atraer a más clientes y aplicar al mismo tiempo promociones o descuentos por consumo dentro del establecimiento, eso implica que debe de hacer un gasto adicional para dar cumplimiento a las exigencias de los clientes.

Actuar con todos los protocolos de bioseguridad debido a la pandemia que está atravesando el Perú y el mundo entero, en ese sentido las Mypes debe aplicar o implementar personal para la medición de la temperatura y brindar alcohol a los clientes, asimismo que debe de contar con todos los medios tecnológicos para poder brindar una mejor atención a sus clientes.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Álava J. (2019) Trabajo denominado *Sistema Integrado de Gestión de Calidad para el Restaurante “La Pampa”, Ciudad Ambato, Universidad Regional Autónoma de Los Andes (Ecuador)*.
- Abuelafia, E. (2020). Migración en la región andina. Impacto de la crisis y expectativas a mediano plazo. Washington, D.C.: BID.
- Bárcena A, (2020) Sectores y empresas frente al COVID-19: emergencia y reactivación
Copyright Naciones Unidas, 2020
<https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45734/4/S2000438es.pdf>
- Confied 2021, PYMES: El motor del crecimiento en el Perú
<https://www.confiep.org.pe/confiep-tv/pymes-el-motor-del-crecimiento-en-el-peru/>
- Comex Perú, 2020 las MYPE peruanas y la adopción de nuevas tecnologías
<https://www.comexperu.org.pe/articulo/las-MYPE-peruanas-y-la-adopcion-de-nuevas-tecnologias>
- Corrales j. (2019) Ventajas de la Atención al Cliente. ¿qué es y por qué es un pilar de las empresas exitosas? <https://rockcontent.com/es/blog/servicio-al-cliente/>
- Cárdenas M. (2017) Tesis denominada *Análisis del servicio al cliente en el restaurante la Riviera y su impacto en la calidad del servicio e imagen de establecimiento. Tesis desarrollada en la Universidad De Guayaquil (Ecuador)*

- Cortez (2018) La Ética Empresarial y su Impacto en la Productividad de las MYPE
<https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/17170/EstebanCortez%20E9sJoaqu%EDnEduardo2017.pdf?sequence=1>
- Díaz, S. C. (2017). Metodología de la investigación científica. Lima: San Marcos.
- Díaz Rada, V. D. (2017). Manual de trabajo de campo de la encuesta:(presencial y telefónica) (Vol. 36). CIS-Centro de Investigaciones Sociológicas
- Da Silva, D (2020) ¿Qué es atención al cliente? Definición, elementos e importancia para las empresas en la actualidad. <https://www.zendesk.com.mx/blog/que-es-atencion-al-cliente/>
- Díaz R. (2018) Tesis denominada *Gestión de Calidad con el uso De las Estrategias Competitivas Genéricas en las Micro y Pequeñas Empresas del Rubro Restaurante del distrito de Independencia, Provincia de Huaraz, 2017*. Trabajo realizado en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote (Huaraz),
- El Comercio, 2021. Presta MYPE: haz realidad todos tus proyectos con un préstamo con garantía hipotecaria <https://elcomercio.pe/publirreportaje/prestaMYPE-haz-realidad-todos-tus-proyectos-con-un-prestamo-con-garantia-hipotecaria-noticia/>
- Farias M. (2020) *La Gestión de la Calidad en Empresas de Restaurantes en Santo Domingo, 2020*, en Universidad Regional Autónoma de Los Andes (Ecuador).
- Flores D. (2019) Trabajo denominado *la Calidad del Servicio en la Atención al Cliente en la MYPE, Rubro Restaurante, Caso “Plaza Restaurant”, del Distrito San*

Vicente, Provincia Cañete, Año 2019. Trabajo realizado en la Universidad Católica los Ángeles Chimbote (Cañete)

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, M. (2014). Metodología de la investigación científica (6ta ed.). México: McGraw Hill.

Jired Y. (2018) Tesis denominada *Calidad de los Servicios y Atención al Cliente en el Restaurante Pizza Burger Diner, Ubicado en la Cabecera del Departamento de Zacapa. Trabajo realizado en la Universidad Rafael Landívar (Guatemala).*

López D. (2018) Tesis denominada *Gestión de Calidad y la Satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil, trabajo realizado en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. (Ecuador).*

Medina K. (2018) Tesis denominada *Caracterización de Competitividad y Gestión de Calidad de las MYPE Sector Servicio Gastronómico Rubro Restaurantes Comida Marina, Talara, Año 2018. Trabajo realizado en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote (Piura)*

Mendoza B. (2018). Realizo un trabajo de investigación denominada *Caracterización De La Competitividad Y Gestión De Calidad En Las MYPE Rubro Restaurantes En Máncora, Año 2018. Trabajo realizado en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote (Piura),*

Meneses M. (2019) Tesis denominada *Caracterización de la Gestión de Calidad, en Atención al Cliente de las MYPE, Sector Servicio – Rubro Restaurant: Caso “Plaza Restaurant”, Cañete, 2018. Trabajo realizado en la Universidad Católica los Ángeles Chimbote (Huaraz)*

MIDIS 2018 MYPE contribuyen al crecimiento de la economía nacional
<http://www.foncodes.gob.pe/portal/index.php/comunicacion-e-imagen/noticias-y-comunicaciones/item/1018-MYPE-contribuyen-al-crecimiento-de-la-economia-nacional>

Noticias Andina, (2019). Pymes: uso de la tecnología favorece proceso de internacionalización. <https://andina.pe/agencia/noticia-pymes-uso-de-tecnologia-favorece-proceso-internacionalizacion-748617.aspx>

Ochoa, C (2015) Muestreo no probabilístico: muestreo por conveniencia <https://www.netquest.com/es/muestreo-por-conveniencia>.

Ortiz N. (2018) Tesis denominada Modelo de Gestión por Procesos y Mejoramiento de la Atención al Cliente. Caso: Big Patrick Bar Restaurante, trabajo realizado en la Pontificia Universidad Católica Del Ecuador-Matriz (Ecuador).

Ordinola C. (2020) Tesis denominada *Caracterización de la Capacitación y Atención al Cliente en las MYPE Rubro Restaurantes en el Cercado del Distrito de Castilla de la Provincia de Piura, Año 2018*. Trabajo realizado en la Universidad Católica los Ángeles Chimbote (Piura),

Pérez, 2020, micro y pequeñas empresas aportan 24% al PBI nacional <https://andina.pe/agencia/noticia-produce-micro-y-pequenas-empresas-aportan-24-al-pbi-nacional-711589.aspx>

Parihuamán G. (2018) Tesis denominada *Gestión de Calidad y Competitividad de las MYPE del Sector Servicios-Rubro Restaurantes del Distrito de Huacho, 2018*. Trabajo realizado en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote (Lima

- Pozo W. (2019), Trabajo denominado *Competitividad y Atención al Cliente de las MYPE Rubro Restaurantes Urb. Santa Isabel Piura - Piura, Año 2019*, trabajo realizado en la Universidad Católica los Ángeles Chimbote (Piura),
- Remires Y. (2018) Tesis denominada *Atención Al Cliente Como Factor Relevante en la Gestión de Calidad y Plan de Mejora en las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Servicio Rubro Restaurante del Distrito de Huari, 2019*. Trabajo realizado en la Universidad Católica los Ángeles Chimbote (Huaraz)
- Sirvent Asensi, S., Gisbert Soler, V. y Pérez Bernabeu, E. (2017). Los 7 principios de gestión de la calidad en ISO 9001. 3C Empresa: investigación y pensamiento crítico, Edición Especial, 10-18.
<http://dx.doi.org/10.17993/3cemp.2017.especial.10-18/>
- Trujillo D. (2019) Trabajo denominado *La Gestión de Calidad y su Influencia en los Beneficios de las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Servicios – Rubro Restaurantes, de la Av. Ancash, Distrito de El Agustino, Lima, 2018*, Trabajo realizado en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote (Lima),
- ULADECH (2020) Código de Ética para la Investigación Versión 003 – 2020 Chimbote Perú.
<https://www.uladech.edu.pe/images/stories/universidad/documentos/2020/codigo-de-etica-para-la-investigacion-v003.pdf>
- Ulloa, E. Riesgos del Trabajo en el Sistema de Gestión de Calidad. Ingeniería Industrial [Internet]. 2012 [citado 12 Mar 2017];33(2): [aprox. 10 p.]. Disponible en: <http://scielo.sld.cu/pdf/rii/v33n2/rii02212.pdf>
- Valdiviezo K. (2018), Tesis denominada *Caracterización de la Competitividad y Calidad de Atención al Cliente en las MYPE Rubro Restaurantes de la Urb. Santa*

Ana - Piura Año 2018. trabajo realizado en la Universidad Católica los
Ángeles Chimbote (Piura)

ANEXOS

Anexo 1: Instrumentos de recolección de datos

Cuestionario dirigido al Cliente



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

¡Buen día!, me encuentro realizando una investigación con el fin de conocer la Gestión de Calidad y Atención al Cliente en las MYPE Rubro Restaurantes de Av. Chulucanas – Circunvalación, Veintiséis de Octubre, 2021, por ello acudo a Ud. con el fin de que responda a unas preguntas sencillas marcando un aspa (X) en la respuesta que Ud. considere más conveniente. Su participación en la investigación es voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente. Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados, los que se publicaran en el repositorio de la Universidad. Su participación es muy valiosa y se le agradece por ello.

Datos demográficos

Edad () Estado civil () Género ()

Nivel de estudios: _____

1. ¿Considera Ud. que los servicios que ofrece el restaurante cumplen con sus expectativas?
Si () no ()

2. ¿cree usted que los procedimientos empleados por el restaurante son los adecuados?
Si () no ()

3. ¿Los colaboradores del restaurante manejan un buen control de calidad?
Si () no ()

4. ¿Se siente conforme con los protocolos de atención dentro del restaurante?
Si () no ()

5. ¿El restaurante logra satisfacer sus necesidades actuales?
Si () no ()

6. ¿Los colaboradores que lo atienden muestran unidad al momento de la atención?
Si () no ()

7. ¿Considera usted que la infraestructura del restaurante es buena?
Si () no ()

8. ¿Cree usted que los colaboradores también deben tomar decisiones?
Si () no ()

9. ¿Considera usted que la atención por parte de los colaboradores es buena?
Si () no ()
10. ¿Usted cree que el restaurante al tener buenas referencias puede crear su propia marca en gastronomía?
Si () no ()
11. ¿Considera usted que al personalizar la atención se está creando un buen prestigio?
Si () no ()
12. ¿Al momento de hacer una inquietud los colaboradores resuelven o atienden su molestia?
Si () no ()
13. ¿Cree usted que los restaurantes deben adecuarse al factor cambio para no perder a sus clientes?
Si () no ()
14. ¿Considera usted que los procedimientos de atención del restaurante son los adecuados?
Si () no ()
15. ¿El restaurante cuenta con equipos tecnológicos que puedan ayudar a mejorar la atención del cliente?
Si () no ()
16. ¿Considera usted que la ubicación del restaurante es accesible para todo público?
Si () no ()

Anexo 2: Evidencia de Turnitin.

Turnitin Informe de Originalidad

Procesado el: 19-sept-2021 18:54 -05
Identificador: 1652251743
Número de palabras: 7869
Entregado: 1

GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN L... Por
JUNNIOR OSWALDO PALACIOS SANTOS

Visualizador de documentos

Índice de similitud	Similitud según fuente	
	8%	Internet Sources: 8%
		Publicaciones: 0%
		Trabajos del estudiante: 0%

Anexo 3: Constancia de No Adeudo.

CAJA MUNICIPAL DE SULLANA S.A RUC-20102881347
 113 Agencia Piura
 9567 - COBRO DE CONVENIOS DE RECAUDACION
 Usuario Fecha Hora Refer. Mon.
 DDJJ 18-11-21 02:25:14 18687529 S/.
 Empresa: UNIVERSIDAD CATOLICA LOS ANGELES DE CHIMBOTE
 Cuenta: 120-112-1002650
 Codigo Id. Usuario: 812130015
 Usuario: PALACIOS SANTOS JUNIOR OSWALD

Fecha	Descripcion	Importe	Mora	Total
24-10-21	PENSTALLO3 2021	540.00	0.00	540.00
16-11-21	PENSTALLO4 2021	540.00	0.00	540.00
19-11-21	SERV.ANF 2021	100.00	0.00	100.00
Sub-Total				1,180.00

Total Servicio de Recaudacion 1,180.00

Efectivo: S/. *****1,180.00

** Firma y Sello del Cajero al dorso **

CAJA MUNICIPAL DE SULLANA S.A RUC-20102881347
 113 Agencia Piura
 9567 - COBRO DE CONVENIOS DE RECAUDACION
 Usuario Fecha Hora Refer. Mon.
 GATA 06-11-21 10:58:25 18204175 S/.
 Empresa: UNIVERSIDAD CATOLICA LOS ANGELES DE CHIMBOTE
 Cuenta: 120-112-1002650
 Codigo Id. Usuario: 812130015
 Usuario: PALACIOS SANTOS JUNIOR OSWALD

Fecha	Descripcion	Importe	Mora	Total
01-10-21	PENSTALLO2 2021	540.00	0.00	540.00
Sub-Total				540.00

Total Servicio de Recaudacion 540.00

Efectivo: S/. *****540.00

** Firma y Sello del Cajero al dorso **

CAJA MUNICIPAL DE SULLANA S.A RUC-20102881347
 113 Agencia Piura
 9567 - COBRO DE CONVENIOS DE RECAUDACION
 Usuario Fecha Hora Refer. Mon.
 YAEN 04-10-21 01:34:33 17007869 S/.
 Empresa: UNIVERSIDAD CATOLICA LOS ANGELES DE CHIMBOTE
 Cuenta: 120-112-1002650
 Codigo Id. Usuario: 812130015
 Usuario: PALACIOS SANTOS JUNIOR OSWALD

Fecha	Descripcion	Importe	Mora	Total
08-09-21	PENSTALLO1 2021	540.00	0.00	540.00
Sub-Total				540.00

Total Servicio de Recaudacion 540.00

Efectivo: S/. *****540.00

** Firma y Sello del Cajero al dorso **

Anexo 4: Acta de Consentimiento de Encuesta



PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS (Ciencias Sociales)

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia.

La presente investigación se titula Gestión de Calidad y Atención al Cliente en las MYPE Rubro Restaurantes de Av. Chulucanas – Circunvalación, Veintiséis de Octubre, 2021. y es dirigido por la asesora Dra. Mercedes René Palacios de Briceño investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es Determinar las características de la Gestión de Calidad y Atención al Cliente en las MYPE Rubro Restaurantes de Av. Chulucanas – Circunvalación, Veintiséis de Octubre, 2021. Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

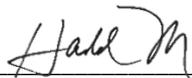
Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de su correo electrónico. Si desea, también podrá escribir al correo palacios1495junior@hotmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

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

Nombre: _____

Fecha: _____

Correo electrónico: _____

Firma del participante: _____ 

Firma del investigador (o encargado de recoger información): _____ 

Anexo 5: Matriz de Indicador Pregunta

Variable	Dimensiones	Indicadores	Preguntas	Fuente	Escala	Metodología
Gestión de Calidad	Importancia	Planificar	¿Considera Ud. que los servicios que ofrece el restaurante cumplen con sus expectativas?	Cliente	Nominal	Tipo: Cuantitativo Nivel: Descriptivo Diseño: No Experimental Transversal Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario
		Hacer	¿cree usted que los procedimientos empleados por el restaurante son los adecuados?			
		Verificar	¿Los colaboradores del restaurante manejan un buen control de calidad?			
		Actuar	¿Se siente conforme con los protocolos de atención dentro del restaurante?			
	Principios	Enfoque al Cliente	¿El restaurante logra satisfacer sus necesidades actuales?			
		Liderazgo	¿Los colaboradores que lo atienden muestran unidad al momento de la atención?			
		Enfoque a Procesos	¿Considera usted que la infraestructura del restaurante es buena? ¿El servicio que brinda el restaurante fue rápido?			
		Toma de Decisiones	¿Cree usted que los colaboradores también deben tomar decisiones?			
Atención al Cliente	Ventajas	Experiencia del Consumidor	¿Considera usted que la atención por parte de los colaboradores es buena?	Cliente	Nominal	
		Embajadores de Marca	¿Usted cree que el restaurante al tener buenas referencias puede crear su propia marca en gastronomía?			
		Segmenta la Atención	¿considera usted que al personalizar la atención se está creando un buen prestigio?			
		Valora al Cliente	¿Al momento de hacer una inquietud los colaboradores resuelven o atienden su molestia?			
	Elementos	El Cliente	¿Cree usted que los restaurantes deben adecuarse al factor cambio para no perder a sus clientes?			
		Los Procedimientos	¿Considera usted que los procedimientos de atención del restaurante son los adecuados?			
		La Tecnología	¿El restaurante cuenta con equipos tecnológicos que puedan ayudar a mejorar la atención del cliente?			
		Las Instalaciones	¿Considera usted que la ubicación de la MYPE es accesible para todo público?			

Anexo 6: Validaciones.

CONSTANCIA DE VALIDACION

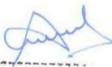
Yo, IVAN ARTURO GUZMAN CASTRO, identificado con DNI N°
07727308 **MAGISTER EN CURRÍCULO, DOCENCIA E INVESTIGACION**

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el (los) instrumento (s) de recolección de datos. Elaborado por PALACIOS SANTOS JUNNIOR OSWALDO, a los efectos de su aplicación a los elementos de la población (muestra) seleccionado por el trabajo de Investigación “**GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MYPE RUBRO RESTAURANTES DE AV. CHULUCANAS – CIRCUNVALACIÓN, VEINTISÉIS DE OCTUBRE, 2021.**”.

Que se encuentra realizando.

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

Piura, 4 de octubre del 2021.


Mg. IVAN GUZMAN CASTRO
CLAD N° 5107

VALIDACION

Ítem relacionado con Gestión de Calidad	¿Es Pertinente con el concepto?		¿Necesita Mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente		¿Se necesita mas ítem para medir el concepto?
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
¿Considera Ud. que los servicios que ofrece el restaurante cumplen con sus expectativas?	X			X		X	SI () NO (X)
¿cree usted que los procedimientos empleados por el restaurante son los adecuados?	X			X		X	SI () NO (X)
¿Los colaboradores del restaurante manejan un buen control de calidad?	X			X		X	SI () NO (X)
¿Se siente conforme con los protocolos de atención dentro del restaurante?	X			X		X	SI () NO (X)
¿El restaurante logra satisfacer sus necesidades actuales?	X			X		X	SI () NO (X)
¿Los colaboradores que lo atienden muestran unidad al momento de la atención?	X			X		X	SI () NO (X)
¿Considera usted que la infraestructura del restaurante es buena?	X			X		X	SI () NO (X)
¿Cree usted que el servicio que brinda el restaurante fue rápido?	X			X		X	SI () NO (X)
¿Cree usted que los colaboradores también deben tomar decisiones?	X			X		X	SI () NO (X)


 Ing. IVAN GUZMAN CASTRO
 CIAD N° 5101

VALIDACION

Ítem relacionado con Atención al Cliente	¿Es Pertinente con el concepto?		¿Necesita Mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente		¿Se necesita mas ítem para medir el concepto?
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
¿Considera usted que la atención por parte de los colaboradores es buena?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (X)
¿Usted cree que el restaurante al tener buenas referencias puede crear su propia marca en gastronomía?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (X)
¿considera usted que al personalizar la atención se está creando un buen prestigio?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (X)
¿Ante un problema los colaboradores lo resuelven?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (X)
¿Cree usted que los restaurantes deben adecuarse al factor cambio para no perder a sus clientes?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (X)
¿Considera usted que los procedimientos de atención del restaurante son adecuados?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (X)
¿El restaurante cuenta con equipos tecnológicos que puedan ayudar a mejorar la atención del cliente?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (X)
¿Considera usted que la ubicación de la MYPE es accesible para todo público?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (X)


Mg. IVAN GUZMAN CASTRO
CLAD N° 5107

CONSTANCIA DE VALIDACION

Yo, Héctor Orlando Arica Clavijo, identificado con DNI N°
02786302 MAGISTER 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. Elaborado por PALACIOS SANTOS JUNNIOR OSWALDO, a los efectos de su aplicación a los elementos de la población (muestra) seleccionado por el trabajo de Investigación "GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MYPE RUBRO RESTAURANTES DE AV. CHULUCANAS – CIRCUNVALACIÓN, VEINTISÉIS DE OCTUBRE, 2021".

Que se encuentra realizando.

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

Piura, 04 de octubre del 2021.


Mg. Arica Clavijo Héctor Orlando
DNI. 02786302
CLAD 06246

VALIDACION

Ítem relacionado con Atención al Cliente	¿Es Pertinente con el concepto?		¿Necesita Mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente		¿Se necesita mas ítem para medir el concepto?
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
¿Considera usted que la atención por parte de los colaboradores es buena?	/			/		/	SI () NO (X)
¿Usted cree que el restaurante al tener buenas referencias puede crear su propia marca en gastronomía?	/			/		/	SI () NO (X)
¿considera usted que al personalizar la atención se está creando un buen prestigio?	/			/		/	SI () NO (X)
¿Ante un problema los colaboradores lo resuelven?	/			/		/	SI () NO (X)
¿Cree usted que los restaurantes deben adecuarse al factor cambio para no perder a sus clientes?	/			/		/	SI () NO (X)
¿Considera usted que los procedimientos de atención del restaurante son adecuados?	/			/		/	SI () NO (X)
¿El restaurante cuenta con equipos tecnológicos que puedan ayudar a mejorar la atención del cliente?	/			/		/	SI () NO (X)
¿Considera usted que la ubicación de la MYPE es accesible para todo público?	/			/		/	SI () NO (X)


Ms. Ana María Víctor Ortiz
 DNI. 02786302
 CLAD 06245

VALIDACION

Ítem relacionado con Gestión de Calidad	¿Es Pertinente con el concepto?		¿Necesita Mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente		¿Se necesita mas ítem para medir el concepto?
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
¿Considera Ud. que los servicios que ofrece el restaurante cumplen con sus expectativas?	✓			✓		✓	SI () NO (x)
¿Cree usted que los procedimientos empleados por el restaurante son los adecuados?	✓			✓		✓	SI () NO (x)
¿Los colaboradores del restaurante manejan un buen control de calidad?	✓			✓		✓	SI () NO (x)
¿Se siente conforme con los protocolos de atención dentro del restaurante?	✓			✓		✓	SI () NO (x)
¿El restaurante logra satisfacer sus necesidades actuales?	✓			✓		✓	SI () NO (x)
¿Los colaboradores que lo atienden muestran unidad al momento de la atención?	✓			✓		✓	SI () NO (x)
¿Considera usted que la infraestructura del restaurante es buena?	✓			✓		✓	SI () NO (x)
¿Cree usted que el servicio que brinda el restaurante fue rápido?	✓			✓		✓	SI () NO (x)
¿Cree usted que los colaboradores también deben tomar decisiones?	✓			✓		✓	SI () NO (x)


Mg. Alicia Carrizo Hector Orzando
 DNI. 02786302
 CLAD 06246

CONSTANCIA DE VALIDACION

Yo, Raquel Silva Juárez, identificado con DNI N° 02846914 **MAGISTER EN GERENCIA EMPRESARIAL** Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el (los) instrumento (s) de recolección de datos. Elaborado por **PALACIOS SANTOS JUNNIOR OSWALDO**, a los efectos de su aplicación a los elementos de la población (muestra) seleccionado por el trabajo de Investigación **"GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MYPE RUBRO RESTAURANTES DE AV. CHULUCANAS – CIRCUNVALACIÓN, VEINTISÉIS DE OCTUBRE, 2021."** Que se encuentra realizando

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

Piura, 04 de octubre del 2021.



Mg. Raquel Silva Juárez
LIC. EN GERENCIA ADMINISTRATIVA
CLAD-01899

VALIDACION

Item relacionado con Atención al Cliente	¿Es Pertinente con el concepto?		¿Necesita Mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente		¿Se necesita más ítem para medir el concepto?
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
¿Considera usted que la atención por parte de los colaboradores es buena?	X			X		X	SI () NO (X)
¿Usted cree que el restaurante al tener buenas referencias puede crear su propia marca en gastronomía?	X			X		X	SI () NO (X)
¿Considera usted que el personal en la atención se está creando un buen prestigio?	X			X		X	SI () NO (X)
¿Avea un problema los colaboradores lo resuelven?	X			X		X	SI () NO (X)
¿Cree usted que los restaurantes deben adaptarse al factor cambio para no perder a sus clientes?	X			X		X	SI () NO (X)
¿Considera usted que los procedimientos de atención del restaurante son adecuados?	X			X		X	SI () NO (X)
¿El restaurante cuenta con equipos tecnológicos que puedan ayudar a mejorar la atención del cliente?	X			X		X	SI () NO (X)
¿Considera usted que la ubicación de la MYTE es accesible para todos peñones?	X			X		X	SI () NO (X)


 Mg. Rafael Sierra
 U.C.B. CIUDAD GUAYMA
 CLAO-41187

VALIDACION

Item relacionado con Gestión de Calidad	¿Es Pertinente con el concepto?		¿Necesita Mejorar la redacción?		¿Es entendible, adquisitivo?		¿Se necesita más ítem para medir el concepto?
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
¿Considera Ud. que los servicios que ofrece el restaurante cumplen con sus expectativas?	X			X		X	SI () NO (X)
¿Cree usted que los procedimientos empleados por el restaurante son los adecuados?	X			X		X	SI () NO (X)
¿Los colaboradores del restaurante manejan un buen control de calidad?	X			X		X	SI () NO (X)
¿Se cuenta conforme con las prácticas de atención dentro del restaurante?	X			X		X	SI () NO (X)
¿El restaurante logra satisfacer sus necesidades actuales?	X			X		X	SI () NO (X)
¿Los colaboradores que le atienden muestran simpatía al momento de la atención?	X			X		X	SI () NO (X)
¿Considera usted que la infraestructura del restaurante es buena?	X			X		X	SI () NO (X)
¿Cree usted que el servicio que brinda el restaurante fue rápido?	X			X		X	SI () NO (X)
¿Cree usted que los colaboradores también debían tomar documentos?	X			X		X	SI () NO (X)


 Mg. Naydel Silva Juárez
 U.E. INGENIERIA Y SISTEMAS
 CUAD-011911

Anexo 7: Libro de Códigos

LIBRO DE CODIGOS																	
FUENTE / PREGUNTA	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
2	1	1	1	1	2	1	2	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1
3	1	2	2	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1
6	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1
7	2	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	2
8	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	2	1
9	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1
10	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
11	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
12	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
13	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
14	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1
15	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1
16	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
17	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1
18	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
19	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1
20	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
21	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
22	2	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1
23	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2
24	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
25	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1
26	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1
27	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	2	1	1
28	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1
29	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	2	2

30	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
31	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1
32	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1
33	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1
34	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1
35	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1
36	2	1	1	2	1	1	1	1	2	2	1	1	1	2	1	1	2
37	2	1	1	1	1	2	1	2	2	1	1	1	1	2	1	1	1
38	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1
39	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
40	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1
41	1	2	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	2
42	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1
43	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1
44	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1
45	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1
46	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1
47	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1
48	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1
49	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2
50	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	1	1	1	1
51	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1
52	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1
53	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1
54	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1
55	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2
56	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	2	2	1	1
57	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1
58	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1
59	2	1	2	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1
60	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1
61	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1
62	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2
63	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
64	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1

65	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1
66	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1
67	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
68	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
69	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
70	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
71	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	2	1	2
72	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2
73	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
74	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1
75	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1	1	1
76	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
77	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1
78	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1
79	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1
80	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1
81	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
82	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1
83	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1
84	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2
85	1	1	1	2	1	2	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1
86	1	2	1	2	2	2	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1
87	1	2	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
88	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1
89	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1
90	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1
TOTAL	9-1 1-2	8-1 2-2	9-1 1-2	8-1 2-2	9-1 1-2	9-1 1-2	8-1 2-2	8-1 2-2	7-1 3-2	8-1 2-2	9-1 1-2	9-1 1-2	9-1 1-2	7-1 3-2	9-1 1-2	7-1 3-2	8-1 2-2
TOTAL PORCENTAJE	90% 10% 100% %	80% 20% 100%	90% 10% 100%	80% 20% 100%	90% 10% 100%	90% 10% 100%	80% 20% 100%	80% 20% 100%	70% 30% 100%	80% 20% 100%	90% 10% 100%	90% 10% 100%	90% 10% 100%	70% 30% 100%	90% 10% 100%	70% 30% 100%	80% 20% 100%