



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
DE CHIMBOTE**

FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**GESTIÓN DE CALIDAD BASADA EN ATENCIÓN AL
CLIENTE EN MYPE RUBRO RESTAURANTES DE SAN JUAN
DE LURIGANCHO - LIMA, 2022**

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

AUTOR

CALLUPE VIVANCO, ROBERT CHRISTIAN

ORCID: 0000-0001-8825-9225

ASESORA

PALACIOS DE BRICEÑO, MERCEDES RENEE

ORCID: 0000-0001-8823-2655

LIMA – PERÚ

2022

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

Callupe Vivanco, Robert Christian

ORCID: 0000-0001-8825-9225

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

ASESORA

Palacios de Briceño, Mercedes Reneé

ORCID: 0000-0001-8823-2655

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

JURADO

Rosillo de Purizaca, María del Carmen

ORCID 0000 0003 2177 5676

Salinas Gamboa, José Germán

ORCID 0000-0002-8491-0751

Mino Asencio, María Isabel

ORCID 0000-0003-1132-2243

FIRMA DE JURADO Y ASESOR

Mgtr. María del Carmen, Rosillo de Purizaca

ORCID: 0000-0003-2177-5676

Presidente

Dr. José Germán, Salinas Gamboa

ORCID: 0000-0002-8491-0751

Miembro

Dra. María Isabel, Mino Asencio

ORCID: 0000-0003-1132-2243

Miembro

Dra. Mercedes Reneé Palacios de Briceño

ORCID: 0000-0001-8823-2655

Asesora

AGRADECIMIENTO

A mis padres por ser un gran ejemplo de lucha, por siempre aconsejarme en todo momento a pesar de mis errores y creer en mí y por apoyarme en estos 5 años de lucha y así poder lograr el objetivo que algún día me propuse.

A Dios por darme una segunda oportunidad en mi vida y poder así formar mi propia familia y también a las personas que me apoyaron en todo momento y que creyeron en mí, en especial a mi esposa Estefani a mis hijas Mía y Andrea por ser el motor y motivo más importante de la lucha y perseverancia en mi vida.

A la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, por formarme y darme las herramientas para el crecimiento tanto personal como profesional. A todos los profesores integrantes de la escuela profesional de Administración por apoyarme en todo momento requerido.

DEDICATORIA

A Dios y también para mi familia a mis hijas Mia y Andrea y mi esposa Estefani por darme fortaleza y constancia para poder alcanzar mis objetivos.

A mis padres y mis hermanos por ser un gran ejemplo de lucha, por siempre aconsejarme en todo momento a pesar de mis errores.

A mis compañeros, quienes sin esperar nada a cambio compartieron sus conocimientos. A mis maestros quienes nunca desistieron al enseñarme, depositando su esperanza en mí para poder ser mejor persona tanto en la vida diaria como en el entorno profesional

RESUMEN

Este informe de investigación tuvo como objetivo general, determinar las características de la Gestión de calidad basada en Atención al cliente en Mypes rubro restaurante de San Juan de Lurigancho, Lima, Año 2022. La metodología que se empleó fue cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental, de corte transversal. La población está constituida por 8 Mypes y la muestra también es de 8 por ser una población pequeña, con un total de 24 trabajadores y 24 clientes. Para la recolección de datos, se aplicó la técnica de la encuesta e instrumento cuestionario de 25 preguntas. Para el análisis y el procedimiento de datos se utilizaron el Excel versión 2019. Para la elaboración de tablas y gráficos, se obtuvo los siguientes resultados, se alcanzó que 03 obtuvieron el mismo porcentaje de 62.50%: adultos de 40 a 50 años; género masculino y los de 6 años a más en el mercado, el 75% indica que no se ha establecido la misión, el 87.5 % indica que no brindan capacitación al personal, se obtuvieron dos resultados con el mismo porcentaje de 75%: los que realizan bien el servicio de Atención al Cliente; que los empleados transmiten confianza y tiene voluntad al brindar un servicio. Se concluyó, que en la mayoría de negocios no se aplica los procesos y herramientas de Gestión de Calidad por falta de desconocimiento de los dueños y trabajadores, asimismo no realizan capacitación al personal y que la mayoría conocen los elementos y técnicas del Servicio de Atención al cliente.

Palabras clave: Atención al Cliente, Gestión de Calidad, Las Mypes.

ABSTRACT

The general objective of this research report was to determine the characteristics of Quality Management based on Customer Service in Mypes in the restaurant category of San Juan de Lurigancho, Lima, Year 2022. The methodology used was quantitative, descriptive level, design not experimental, cross-sectional. The population is made up of 8 Mypes and the sample is also 8 because it's a small population, with a total of 24 workers and 24 clients. For data collection, the survey technique and 25-question questionnaire instrument were applied. For analysis and data procedure were used in Excel version 2019. For the elaboration of tables and graphs, the following results were obtained, it was reached that 03 obtained the same percentage of 62.50%: adults from 40 to 50 years; male gender and those of 6 years or more in the market, 25% indicate that the mission has not been established, 12.5% indicate that they do not provide training to personnel, two results were obtained with the same percentage of 75%: those who they perform Customer Service well; that employees convey confidence and have a will when providing a service. It was concluded that in most businesses quality management processes and tools are not applied due to lack of ignorance of the owners and workers, we can also appreciate that they do not train the personnel and that the majority know the elements and techniques of the process Customer Service.

Key words: Customer Service, Quality Management, Mypes.

CONTENIDO

EQUIPO DE TRABAJO	ii
FIRMA DE JURADO Y ASESOR	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DEDICATORIA	v
RESUMEN	vi
ABSTRACT.....	vii
CONTENIDO	viii
INDICE DE FIGURAS	x
INDICE DE TABLAS	xi
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. REVISIÓN DE LA LITERATURA.....	18
2.1. Antecedentes	18
2.1.1. Variable 1: Gestión de Calidad.....	18
2.1.2. Variable 2: Atención al Cliente	25
2.2. Bases Teóricas	33
2.2.1. Gestión de Calidad.....	33
2.2.2. Atención al Cliente	43
III. HIPÓTESIS	55
3.1 Hipótesis.....	55
3.1.1 Identificación de las variables.....	55
IV. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	56
4.1. Diseño de Investigación	56
4.2. Población y Muestra:	57
4.3. Matriz de Operacionalización de las Variables.	58
4.4. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos.....	60
4.5. Plan de Análisis	62
4.6. Matriz de Consistencia	63
4.7. Principios Éticos.....	64
V. RESULTADOS	66
5.1. Resultados	66
5.2. Análisis de Resultados.....	76
VI. CONCLUSIONES.....	78

6.1. Conclusiones	78
6.2. Recomendaciones	79
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	80
ANEXOS	84
Anexo N°01: Instrumentos de Recolección de Datos.....	84
Anexo N°02: Matriz Indicador Pregunta	89
Anexo N°03: Validación del Instrumento de Recolección Datos.....	92
Anexo N°04: Protocolo de Consentimiento Informado.....	103
Anexo N°05: Evidencia de No Adeudo	104
Anexo N°06: Evidencia de Reporte del Turnitin.....	105

INDICE DE FIGURAS

Figura N°. 1. Gráfico de barras que representa a Características demográficas.....	66
Figura N°. 2. Gráfico de barras que representa a Características demográficas.....	68
Figura N°. 3. Gráfico de barras que representa a Características demográficas.....	69
Figura N°. 4. Gráfico de barras que representa a Identificar el Proceso de la Gestión de Calidad	70
Figura N°. 5. Gráfico de barras que representa a Herramientas de Gestión de Calidad.....	72
Figura N°. 6. Gráfico de barras que representa a Elementos al Servicio del Cliente .	73
Figura N°. 7. Gráfico de barras que representa a Técnicas de Atención al Cliente	75

INDICE DE TABLAS

Tabla N°. 1. Características demográficas	66
Tabla N°. 2. Características demográficas	67
Tabla N°. 3. Características demográficas	68
Tabla N°. 4. ¿Identificar el Proceso de Gestión de Calidad en las Mypes?.....	70
Tabla N°. 5. ¿Herramientas de Gestión de Calidad?	71
Tabla N°. 6. ¿Conocer los Elementos del Servicio al Cliente?.....	73
Tabla N°. 7. ¿Identificar Técnicas de Atención al Cliente?.....	74

I. INTRODUCCIÓN

La presente investigación titulada “Gestión de Calidad basada en Atención al Cliente en Mypes Rubro Restaurantes de San Juan de Lurigancho – Lima, Año 2022. Corresponde a la línea de investigación denominada “Gestión de Calidad en los Procesos Administrativos en las Micro y Pequeñas Empresas”, asignada por la Escuela Profesional de Administración con lo cual se pretende manifestar y descubrir los problemas en relación a las gestiones que ejecutan las MYPES para que estas puedan desarrollarse y establecerse en el mercado al que pertenecen.

La presente investigación se refiere al tema sobre “Gestión de Calidad Basada en Atención al Cliente en Mypes Rubro Restaurantes de San Juan de Lurigancho.

Cuando nos referimos a Calidad, podemos decir que la palabra Calidad proviene de latín “qualitas” que significa la propiedad o conjunto de propiedades de una cosa que permite apreciar como mejor de las especies. La calidad se define como un conjunto de características que posee un producto o un servicio, así como su capacidad de satisfacer las necesidades y expectativas del usuario. Esta calidad del producto o servicio deberá cumplir con las funciones por lo cual ha sido estrictamente diseñado y ajustarse para los consumidores que lo requieren. En esta investigación nos referimos a la Gestión de Calidad en el rubro de restaurante que sirve para mejorar el servicio ofrecido, garantizando la buena calidad de todos los alimentos, que los restaurantes ofrecen a sus consumidores, la cual tiene que ser una prioridad siempre. Hay que tomar importancia a lo antes mencionado, ya que la gastronomía seguirá creciendo cada día más y las empresas serán competitivos tanto a nivel internacional, nacional, local, etc.

Asimismo, cuando nos referimos a la Atención al Cliente, podemos decir que es la influencia que se tiene hacia los consumidores para lograr su satisfacción. Una de estas problemáticas también es que casi siempre se ofrece los productos mas no se atiende adecuadamente el servicio, es por eso que es necesario poder concentrarse, oír y conversarlo para obtener un

buen resultado del servicio. Se entiende también que la Atención al Cliente corresponde a una serie de tácticas y métodos que una empresa crea para aumentar su capacidad de competir y poder sobresalir entre la competencia, brindando bienes y servicios de alta calidad. A partir de ello, podemos decir que el servicio de Atención al Cliente es fundamental para el avance de una organización.

La investigación de esta problemática se realiza por el interés de conocer por qué ha crecido actualmente, la insatisfacción de los clientes cuando solicitan algún producto o servicio, esto se presenta en los diversos rubros y magnitud de las empresas o negocios, que cada vez estas disconformidades son más frecuentes.

Para analizar esta problemática es necesario mencionar sus causas, esto viene de muchos factores, dependiendo el contexto para cada situación, clientes, usuarios, etc. Estos podrían ser: desconocimiento de la Gestión de Calidad; falta de concientización por parte de los dueños o trabajadores de los negocios; falta de capacitación sobre estos temas de Calidad y Atención al Cliente, Satisfacción, etc; falta de recursos logísticos; falta de tiempo; falta de planificación; falta de implementación en estándares de calidad; falta de incentivos hacia el personal, falta de motivación al personal; entre otros factores. Estos son algunas de las causas que hemos podido identificar, la cual se detallará más adelante, en la presente investigación.

Actualmente, a nivel mundial es una problemática que se presenta en todos los países, tanto en los grandes países como en los medianos, pequeños y/o de bajos recursos, cabe resalta que hasta la fecha sigue siendo un fenómeno mundial. La labor que llevan a cabo las Micros y Pequeñas Empresa (MYPES) es indiscutiblemente relevante, no sólo teniendo en cuenta su contribución a la generación de empleo, si no también considerando su participación en el desarrollo socio económico de la zona en donde éstos se ubican.

La literatura señala particularmente que a nivel de Latinoamérica, entre otros, el empleo es impulsado por las MYPES, con lo cual asegura no sólo la distribución de la riqueza,

sino el encadenamiento productivo que genera, lo cual es un pilar fundamental cuando se trata de desarrollo económico y las mejoras en calidad de vida de la población.

Se ha demostrado mediante investigaciones que la calidad de servicios ofrecidos es uno de los factores que ocasionan que los clientes ganen o pierdan fidelidad con la empresa y por tanto continúen de manera competitiva en el mercado. Uno de los aspectos relevantes fue el encontrar que un gran número de las MYPES, desconocen el alcance de la gestión de calidad de servicio así como una buena atención al cliente, utilizan métodos poco confiables para hacer la evaluación de la productividad de sus empleados; además carecen de una experiencia previa en cuanto a los procesos de gestión de empresas. Hacen énfasis en la necesidad de recibir formación para mejorar sus servicios al cliente, aspecto que pudiese ser utilizado en otras investigaciones, cuyo propósito sea la elaboración de propuestas formativas. Es importante hacer mención que, en los resultados encontrados, la mayoría de las MYPES se autoevaluaron de manera poco favorable, que permitan la medición de los servicios ofrecidos por las empresas.

Por último, se concluye que las actitudes de los empleados tienen influencia en la calidad de servicio, encontrándose que la falta de capacitación, falta de habilidades comunicativas, la empatía y la poca iniciativa son factores que generan una percepción negativa de los productos ofrecidos por las MYPES, tomando en cuenta que se debe garantizar un trato adecuado hacia quienes opten por los productos o servicios ofrecidos.

Actualmente, también es una de las problemáticas que existe en nuestra sociedad, varias causas ocasionan la insatisfacción de los clientes, siendo este tema muy cuestionado en la sociedad, para ello, se necesita hacer un cambio para poder dar mejoras, solución a esta problemática que perjudica en cierta forma a todos, ya que esto repercute en la economía de nuestros país.

En los últimos 15 años, se están poniendo en funcionamiento lo que es Gestión de

Calidad basada en la Atención al Cliente, la cual se enfoca en dar un buen servicio al cliente, cumpliendo con sus expectativas, así como obtener su satisfacción por el servicio prestado o producto solicitado. Hoy en día es importante que las personas deben contar con una buena actitud de atención de servicios y que esto se vea reflejada como resultado en la satisfacción del cliente, que va de acuerdo al trabajo que realizan, por lo cual generaría crecimiento y mejoras en una organización

Por eso, hoy en día todo negocio debe ser competitivo, pero los restaurantes que hoy en día brindan servicios de comida, aun no alcanzan estos estándares de calidad, mucho menos cumplen con las expectativas y satisfacción del cliente, y es por eso que el sector – rubro restaurantes en las Mypes, con propia iniciativa vienen promoviendo la mejora de la calidad en los servicios prestados.

Según el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI, 2020), en Perú existen más de 2 millones 838 mil empresas, cifra mayor en 2,6% en comparación con similar trimestre del año 2020, de las cuales las actividades de servicio de comidas y bebidas constituyen el 7,0% cada una de ellas y se dio a conocer que según las estimaciones y proyecciones de población al año 2020, la provincia de Lima tiene 9 674 755 habitantes y representan el 29,7 % de la población total del Perú (32 625 948 habitantes)

En el Perú, los casos de la COVID-19, producida por el SARS-CoV-2, se iniciaron en marzo del año 2020, el gobierno peruano dictó una serie de medidas encaminadas a evitar la propagación del virus, entre las principales estaba el cierre temporal de todos los comercios, el aislamiento obligatorio a nivel nacional (Gutiérrez & Tudela, 2021).

De esta forma, la movilidad hacia el trabajo y por motivos recreativos y de consumo se redujo hasta 80 %, la imposibilidad temporal de operar y la paralización de la mayor parte de los sectores de la economía, la interrupción de las cadenas de suministro (BID, 2020). De esta forma, las Mypes bajo estudio se vieron seriamente afectadas, originando

descapitalización a los propietarios. Además, en Perú muchos emprendedores no logran ser competitivos, ocasionando el cierre del negocio (Deza, 2019), así se ha determinado que el 75% de los emprendedores en Perú fracasa antes de los 4 años.

El Ministerio de Economía y Finanzas (MEF) dictó una serie de medidas económicas para apoyar a las MYPES, como el programa Reactiva Perú y el Fondo de Apoyo Empresarial a las Mypes (FAE-Mypes). El primer programa (REACTIVA PERÚ), buscó garantizar el financiamiento de los fondos de capital de trabajo para las empresas que enfrentan pagos y obligaciones de corto plazo con sus trabajadores y proveedores de bienes y servicios.

Por este medio, el gobierno otorgó la garantía a los créditos en moneda nacional que las instituciones financieras lograron colocar a los deficitarios financieros. El otro programa FAE-Mypes busca promover el financiamiento a las MYPES de los sectores de producción, servicios, turismo, comercio y servicios conexos, por medio de crédito destinado a capital de trabajo, reestructuración y refinanciamiento de deudas. (Gregor, 2020)

Según distritos, se aprecia que San Juan de Lurigancho continúa siendo el distrito más poblado de la ciudad capital con 1 117 629 habitantes (INEI, 2020), lugar donde se desarrollan diversas actividades económicas (servicios, comercios, turismo, comercio, transporte, etc.

Hoy en día las preocupaciones de las Mypes por querer ser mejor han hecho por convenientes profundizar el análisis y estudio en lo que respecta la gestión de calidad, así como también los beneficios ya que traerá consigo buenos resultados para las Mypes, se ha considerado realizar este estudio ya que el sector más dinámico de la economía peruana es el comercio de productos y servicios, la cual han traído como consecuencia la necesidad de implementar este tipo de estrategia que traerán beneficios para las Mypes

Por lo expuesto se procede a describir algunos aspectos sobre la Gestión de la Calidad Basada en la Atención al Cliente, existente en el ámbito internacional, nacional y local:

En el Ámbito Internacional;

En Colombia,

Duque, Saldarriaga, & Bohorquez (2016), en la Revista “*El Servicio al Cliente y sus problemáticas actuales: Tendencias Investigativas*” de la Universidad Mariana, San Juan de Pasto - Nariño, en Colombia, concluyeron lo siguiente:

1. El servicio al cliente es uno de los temas que no debe olvidar los empresarios dentro de sus actividades y responsabilidades. Según Lescano (citado por Guerrero, 2012, p. 29) el objetivo que busca es “mantener y aumentar el número de clientes, logrando que estos se encuentren satisfechos y, además, que se identifiquen con la organización que les proporciona el servicio”. (pág. 404)
2. Esto es hacer que el consumidor se sienta satisfecho y motivado a seguir adquiriendo en el mismo lugar los productos o servicios, es decir, que sus necesidades fueron satisfechas y que muy probablemente la competencia no va a ser problema por el momento. (pág. 404)
3. Lo anterior, porque estos no se pueden descuidar, sino más bien implementar políticas, modelos o herramientas que ayuden a conocer y estudiar el cliente y sus gustos, lo que quiere y querrá, es decir, sus necesidades y expectativas. Pues al consumidor no solo hay que captarlo sino retenerlo. (pág. 404)
4. Esto hace clientes fieles y leales a una empresa, a través de los servicios de calidad que les brinden y el ambiente de amabilidad e importancia que den a éstos. Siendo un componente decisivo en la eficiencia de toda organización. (pág. 404)
5. La insatisfacción del cliente conlleva a diversos problemas, como son:
 - Las empresas no siempre ofrecen a los clientes lo que desean sino lo que ellos quieren ofrecerle, es decir, que no escuchan al consumidor.

- Debido a la globalización y disminución de distancias, en la actualidad existe mucha más competencia, lo cual ha hecho más inestable la fidelización y lealtad de los clientes.
- Satisfacer no solo las necesidades de los clientes sino también sus expectativas.
- La calidad y la atención en el servicio al cliente no es el adecuado.
- Poco investigan los clientes para conocerlos aún más.

Para tratar dichas problemáticas, es necesario conocer de manera precisa al cliente y su insatisfacción, analizarla y elegir la mejor forma de solucionar el problema para comunicárselo, y por último, realizar el debido seguimiento. Por lo tanto, para lograrlo se requiere la elaboración e implementación y seguimiento de programas de acción, los cuales permiten emprender acciones de mejora en la satisfacción y fidelidad del cliente. (pág. 405)

En el Ámbito Nacional;

En Chiclayo,

Arrascue & Segura (2015), en su Tesis “*Gestión de Calidad y su Influencia en la Satisfacción del Cliente en la Clínica de Fertilidad del Norte “CLINIFER”- Chiclayo 2015*”, Facultad de Ciencias Empresariales - Universidad Señor de Sipán, concluyeron lo siguiente:

1. De acuerdo a los datos obtenidos de las variables estudiadas y contrastados con las teorías correspondientes de cada dimensión, se ha conseguido que si existe relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente en la Clínica de Fertilidad CLINIFER, por tanto se acepta la hipótesis de trabajo (H1) y rechazamos la hipótesis nula (Ho). (pág. 129)

2. Al analizar la calidad de servicio se demostró un alto promedio de 89%, en equipamiento, ambientes amplios, instalaciones limpias, diagnósticos fiables de confianza y seguridad 100%, uniformados e identificados, atención inmediata 78% y horario flexible 89%. (pág. 129)
3. El nivel de satisfacción del cliente es un promedio alto de 97%, el servicio es útil en un 100%, supero sus expectativas, volvería a solicitar el servicio, precios aceptables, atención personalizada y completa satisfacción brindada en 97%. (2015, pág. 129)
4. Hemos concluido en las siguientes estrategias para mejorar la calidad en la atención al cliente y su satisfacción: mantenimiento de infraestructura, instaurar un protocolo de atención al cliente, capacitar al personal y brindar seguridad hospitalaria. (pág. 129)
5. Se validó las estrategias de la propuesta por el Dr. Julio E. Patazca Ulfe, empleador en el área de medicina familiar. (pág. 130)

En el Ámbito Local;

En San Isidro,

Sandoval (2018), en su Tesis *“El Sistema de Gestión de Calidad y la Atención al Cliente en el Restaurant EL GOURMET URBANO, en el Distrito de San Isidro, 2015”*, Facultad de Ciencias de la Comunicación, Turismo y Psicología - Sección de Posgrado, de la Universidad de San Martín de Porres, concluyó lo siguiente:

1. Mediante el estudio se afirma que existe relación entre el sistema de gestión de la calidad y la atención al cliente en los empleados y clientes en el restaurant El Gourmet Urbano en el distrito de San Isidro. (pág. 87)

2. El estudio comprueba que el nivel del sistema de gestión de la calidad en los empleados es malo en la devolución del servicio, insatisfacción del cliente y rotación de clientes. (pág. 87)
3. Además, quedó en evidencia que el Restaurante El Gourmet Urbano debe elaborar procesos, manuales, diseño de procedimientos de calidad hacia la gastronomía permanente mediante el sistema de gestión de la calidad promoviendo así mejorar el nivel de laboral de gastronomía y todos los empleados por ende esto se traducirá en la mejora de la atención al cliente brindada. También, fue notoria la necesidad de formar un comité de control de la calidad para la lograr satisfacción en los clientes, compuesto por personal capacitado, y a la vez elaborar una guía de indicadores de satisfacción del servicio. (pág. 87)
4. Otro aspecto que se pudo demostrar en la tesis es la importancia de implementar talleres de planificación mediante técnicas de diseño de procedimientos, procesos, manuales para lograr una adecuada atención al cliente que provoca devolución del servicio de parte del cliente. (pág. 87)
5. Se diseñó una propuesta de gestión de la calidad mediante un flujograma considerando los resultados de las hipótesis anteriores, en este sentido se implementará el diseño del Sistema de Gestión de calidad para el impulso hacia su desarrollo empresarial del restaurante El Gourmet. (pág. 88)
6. Finalmente, se sugiere, como parte del proceso de mejora, la formación de aspectos evaluativos de los resultados de la atención al cliente que promueva el incremento de clientes en el restaurante. (pág. 88)

En San Juan de Lurigancho;

Gran Chimú,

Soria (2020), en su Tesis “*Propuesta de Mejora en Atención al Cliente como Factor Relevante para la Gestión de Calidad de las Mypes del Sector Servicio – Rubro Restaurantes de la Av. Gran Chimú, Distrito de San Juan De Lurigancho, 2019*”, Facultad de Ciencias Contables, Financieras y Administrativas, de la Universidad Católica Los Ángeles Chimbote, concluyó lo siguiente:

1. Primera conclusión: Se concluye que los factores relevantes de la atención al cliente para la mejora de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de la Avenida Gran Chimú, distrito de San Juan de Lurigancho, Lima 2020 son la capacidad de respuesta, la cortesía, la fiabilidad, la calidad en la comunicación, infraestructura y equipo.
2. Segunda conclusión Se describen las características de los factores relevantes de la atención al cliente para la mejora de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de la Avenida Gran Chimú, distrito de San Juan de Lurigancho, Lima 2020.
 - En cuanto a la capacidad de respuesta, en los restaurantes de la zona de estudio esta característica se desarrolla de manera regular, es decir el tiempo de respuesta de las atenciones se encuentran en un tiempo prudencial.
 - Sobre el factor cortesía, se tiene que la tendencia también se inclina por ser normal, debido a que el personal que atiende no ha recibido una capacitación en atención al cliente, aspecto que es una desventaja para competir en el mercado.
 - Sobre el factor fiabilidad, los resultados reportan que el personal de atención transmite confianza a los clientes, pero no sucede lo mismo con respecto a la

calidad de los insumos que emplean los restaurantes, porque los clientes no pueden apreciar esa etapa de preparación.

- En cuanto a la calidad de la comunicación, ocurre el mismo problema que el factor anterior, debido a la falta de capacitación el personal de atención al cliente (mozo), solo se deja llevar por su experiencia pero adolece de otros detalles como la postura, las frases o palabras que se usan para la atención como el saludo y el protocolo de atención.
 - En cuanto al factor infraestructura y equipo, se encontró características similares en todos los restaurantes, pues contaban con lo básico como cantidad suficiente y en algunos casos lo contrario de sillas, espacios limitados, servicios higiénicos limitados, la ambientación sin mayores detalles y en cuanto a equipos, cuentan con una tv y un equipo de música en algunos casos. Por otro lado, se notó que algunos restaurantes contaban con un equipo POS para que los clientes realicen los pagos con tarjeta.
3. Tercera conclusión: Se elaboró una propuesta de mejora de la atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de la Avenida Gran Chimú, distrito de San Juan de Lurigancho, Lima 2020 (Anexo 3).

Lugar de la Investigación;

Las Flores,

En el distrito de San Juan de Lurigancho, encontramos en la avenida Las Flores, varios negocios que se dedican al rubro restaurantes ya que la gastronomía en el Perú va en crecimiento. Las Mypes del rubro restaurantes enfrentan una serie de obstáculos que limitan su supervivencia a largo plazo y desarrollo porque desconocen lo que es Gestión de Calidad y

Atención al Cliente, ya que con el tiempo siempre salen competencia y si no tratan de capacitarse y también de innovar su negocio brindando una buena gestión y servicios de calidad y un buen servicio de atención de cliente y también aplicando variedades de comida, buenos cocineros, se verán afectado con el tiempo.

Este estudio tiene principal finalidad aportar información sobre la Gestión de Calidad Basada en Atención al Cliente en Mypes Rubro Restaurantes, para así poder conocer la importancia de estas herramientas y el aporte beneficioso que otorgarían a las MYPES para que de este modo se puedan alcanzar las metas planteadas y a la vez ser competitivas de acorde al mercado, mejorando así el avance en el Sistema de Calidad, Asimismo, veremos cómo darle mejoras y soluciones a la problemática de la Gestión de Calidad Basada en la Atención al Cliente en Mypes Rubro Restaurantes.

En tal sentido, este trabajo se desarrolló en el distrito de San Juan de Lurigancho en la avenida Las Flores, se demostró que la investigación tiene como misión determinar cómo se gestiona en las Mypes del sector servicio – rubros restaurantes, basada en Atención al Cliente en Mypes de San Juan de Lurigancho - Lima, 2022?. Por ello se planteó el siguiente problema de investigación: ¿Cuáles son las características de la Gestión de Calidad basada en Atención al Cliente en Mypes de San Juan de Lurigancho - Lima, 2022?.

En la que se ha planteado el siguiente objetivo general: Determinar las características de Gestión de Calidad basada en Atención al Cliente en Mypes rubro restaurantes de San Juan de Lurigancho - Lima, 2022. Objetivos específicos: Identificar el Proceso de Gestión de Calidad las en las MYPES rubro restaurantes de San Juan de Lurigancho - Lima, 2022. Conocer las Herramientas de Gestión de Calidad que emplean las MYPES rubro restaurantes de San Juan de Lurigancho - Lima, 2022. Conocer los Elementos del Servicio al Cliente en la MYPES rubro restaurantes de San Juan de Lurigancho - Lima, 2022. Identificar las Técnicas de Atención al Cliente en la MYPES rubro restaurantes de San Juan de Lurigancho - Lima, 2022.

El presente trabajo de investigación tiene como justificación la búsqueda de información sobre el rubro de restaurantes tanto nacionales como internacionales, se analizará los negocios que han obtenido éxitos y también fracasos para poder saber qué hacer siempre antes de poner un negocio de servicios – restaurantes , las Mypes deben cumplir siempre con todos los requisitos que se necesitan y que las normas les piden para que así puedan hacer un buen trabajo buscando los principios y creencias de las persona, siempre otorgando información necesaria con ética y el punto de equilibrio en el método y difusión de todos los logros de la investigación .

Este presente Informe de Investigación se justifica porque permitirá conocer las características de Gestión de Calidad basada en Atención al Cliente en Mypes rubro restaurantes de San Juan de Lurigancho - Lima, 2022. Finalmente se justifica la investigación porque se usará como antecedente para poder realizar otro trabajo de investigación sobre la aplicación de Gestión de Calidad.

Esta investigación se justifica de manera **práctica** porque permitirá que las MYPES del rubro restaurantes conozcan las principales características de Gestión de Calidad basada en Atención al Cliente (fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades) por lo tanto estarán en la capacidad de crear estrategias efectivas que permitan lograr los objetivos pre establecidos .

Desde la perspectiva **Teórica**, la investigación se justifica porque el desarrollo del marco teórico vinculado con la Gestión de Calidad basada en Atención al Cliente genera reflexión y debate académico sobre la ciencia existente, de forma que se confronta las teorías y se contrasta con los resultados. Permitiendo refutar o reafirmar la validez de un modelo teórico en una realidad .

También se justifica, porque beneficiará a todo el sector de la Avenida Las Flores del distrito de San Juan de Lurigancho , proporcionándoles conocimientos de los cuales son los beneficios de la Gestión de Calidad basada en la Atención al Cliente, en sus negocios

,también aplicando estrategias para que puedan emplear en su negocio del rubro de restaurantes .

También se justifica desde la perspectiva **metodológica**, pues la aplicación de la investigación científica permitirá desarrollar la capacidad de diseñar instrumentos de recojo de información que podrán ser tomados como referencia para investigaciones similares de las variables Gestión de Calidad y Atención al Cliente .

Finalmente se justifica porqué se usará como antecedente, para poder realizar otros trabajos de investigación sobre la aplicación de estrategias de una Gestión de Calidad basada en la Atención al Cliente en la Mypes en el rubro es estos servicios, bajo los valores y éticas de confidencias y respecto a la persona humana .

En cuanto a la metodología de la investigación fue de tipo cuantitativo de nivel descriptivo y se aplicó el diseño de investigación no experimental transversal- descriptivo, asimismo para la recolección de datos se utilizó una encuesta y como instrumento un cuestionario estructurado con 25 preguntas sobre la micro y pequeñas empresas, a los representantes, trabajadores y clientes de Gestión de Calidad basada en Atención al Cliente, en la cual se aplicará la muestra a los 8 representantes de las Mypes en investigación, luego se procesó la información en el programa de Excel versión 2019.

Como sabemos las Mypes empresa juega un papel importante en el desarrollo social y económico de nuestro país al igual que a nivel mundial, al ser la mayor fuente generadora de empleo y agente dinamizador del mercado.

Con respecto al plano tecnológico, se tiene que en todas las actividades económicas se encuentra presente y permite mayor eficiencia, sin embargo significa inversión para el propietario, así en el rubro existen oportunidades para desarrollarse con poco o alta Inversión. Se encuentran las Herramientas digitales que pueden contribuir a su reactivación sin poner en riesgo la salud de los emprendedores, dado que las Mypes comunicar el producto

que están ofreciendo, sin embargo las Mypes del rubro investigado, no aprovechan esta oportunidad, dificultando su gestión y la posibilidad de competir exitosamente en el mercado.

Considerando el ambiente interno, las Mypes bajo estudio se caracterizan porque los propietarios son personas que ellas mismas laboran. Los restaurantes no poseen local propio, por ello deben enfrentar el costo fijo del alquiler. No cuentan con tecnología, ni aceptan pago con tarjeta. La publicidad la realizan únicamente con carteles que los colocan en el frontis del local.

La ubicación de estos restaurantes es una zona de amplio tránsito, es una zona comercial, donde se encuentran instalados grifos, ferreterías, bodegas con agentes de bancos. Con respecto al personal, son jóvenes cuyas edades fluctúan entre 24 a 60 años. Las Mypes han contratado a sus trabajadores de manera formal, siendo el sueldo mínimo, lo que se cancela con una frecuencia mensual.

En la presente investigación se obtuvo los siguientes resultados; respecto a la Gestión de Calidad, con el Objetivo: Identificar el proceso de la Gestión de Calidad en la Mypes rubro restaurante de la Av. Las Flores de San Juan de Lurigancho – Lima, 2022. En la Tabla y Figura 1, denominada “Identificar el Proceso de la Gestión de Calidad” conforme a los resultados obtenidas, indica que el 75% no establecen una misión y el 25% indican que sí, mientras que el 87.5% indica que no brindan capacitación al personal y el 12.5% indican que sí, mientras que el 87.5% no tiene establecido un manual de procesos de actividades y el 12.5 % indican que sí, mientras que el 75% no evalúa los objetivos y procesos y el 25% indican que sí, mientras que el 75% no realizan seguimientos a las actividades establecidas y el 25% indican que sí, mientras que el 75% no desarrolla retroalimentación de Calidad del Servicio y el 25% indican que sí, mientras que el 87.5 % no establecido una política y mejora y el 12.5 % indican sí. El siguiente Objetivo es: Conocer las Herramientas de la Gestión de Calidad en la Mypes rubro restaurante de la Av. Las Flores de San Juan de Lurigancho – Lima, 2022. En la Tabla y

Figura 2, denominada “Las Herramientas de Gestión de Calidad” conforme a los resultados obtenidas, indica que el 75% no conoce la herramienta de lluvia de ideas y el 25% indican que sí. Mientras que el 100% no conoce el Diagrama de Pareto, mientras que el 87.5% si conocen los problemas en el servicio y el 12.5% indican que no, mientras que el 100 % no cómo sabe cómo emplear la Herramienta de Histograma para representar las causa de los servicios de manera porcentual, mientras que el 62.5% no ha utilizado una Lista de Recojo de datos para verificar el cumplimiento de un buen servicio y el 37.5 % indican que sí, mientras que el 100 % desconoce el Diagrama de Gantt, mientras que el 87.5% no ha identificado gráficamente sus procesos y el 12.5 % indican que sí.

Respecto a la Atención al Cliente, como Objetivo: Conocer los Elementos del Servicio al Cliente en la Mypes rubro restaurante de la Av. Las Flores de San Juan de Lurigancho – Lima, 2022. En la Tabla y Figura 3, denominada “Elementos del Servicio al Cliente” conforme a los resultados obtenidas, indica que el 75. % si realizan bien el servicio de atención al cliente desde la primera y el 25. % indican que no, mientras que el 62.5. % si brindan seguridad en la atención y el 37.5. % indican que no, mientras que el 62.5. % si tiene una buena infraestructura y equipos modernos y el 37.5. % indican que no, mientras que el 75. % siempre se muestra dispuesto a ayudar a los clientes y el 25. % indican que no, mientras que el 62.5. % si se enfocan a los clientes y el 37.5 % indican que no. El siguiente Objetivo es: Identificar Técnicas de Atención al Cliente en la Mypes rubro restaurante de la Av. Las Flores de San Juan de Lurigancho – Lima, 2022. En la Tabla y Figura 4, denominada “Técnicas de Atención al Cliente” conforme a los resultados obtenidas, indica que si el 75 % que el personal inspira confianza y brinda atención personalizada clientes y el 25 % indican que no, mientras que el 62.5 % si indican que el personal es amable y tiene carisma y el 37.5 % indican que no, mientras que el 75% si indican que el personal del restaurante tiene la voluntad al momento de brindar un servicio y el 25 % indican que no ,mientras que el 50% si indican que el personal

del restaurante escucha requerimientos y recomendaciones de los clientes y el 50% indican que no, mientras que el 62.5 % si indican que el personal del restaurante le brinda una solución inmediata cuando se presenta algún problema con la atención y el 37.5 % indican que no.

Se concluyó en el presente informe, que la denominada “Identificar el Proceso de Gestión de Calidad” del rubro restaurantes, respecto a la información obtenida nos podemos dar cuenta que en la mayoría de negocios no se aplica los procesos de Gestión de Calidad por falta de desconocimiento de parte de los dueños y los trabajadores , también podemos apreciar que no realizan capacitación al personal en su mayoría y que solo algunos restaurantes si conocen como aplicar los procesos y se van actualizando y mejorando y solo así el negocio será más competitiva y otros no, porque desconocen lo que es gestión y sus procesos . Algunos representantes realizan actividades de Gestión porque consideran que se tiene que mejorar; Con respecto de la denominada “Herramientas de Gestión de Calidad” de acuerdo a la información obtenido desconocen lo que son Herramientas de Gestión de Calidad en su mayoría, los negocios viven el día a día pensando en las ventas diarias y así poder subsistir y no hay charlas informativa ni capacitaciones; Con respecto de la denominada “Elementos del Servicio al Cliente en las Mypes rubro restaurantes” en la atención al cliente, se llega a las conclusión que la mayoría si conocen los Elementos del Servicio al Cliente de cómo brindar el servicio de atención desde la primera vez y también brindan seguridad y siempre se muestran dispuesto ayudar y se enfocan a los clientes pero deben tener el concepto más claro, con más charlas para que puedan ir mejorando; Con respecto de la denominada “Técnicas de Atención al Cliente en las Mypes restaurantes” podemos apreciar que casi la mayoría usan Técnicas de Atención al Cliente sin conocer su concepto claro de las técnicas de atención, si no por el trato que tienen que dar de cómo inspiras confianza, ser amable y carismático, tener voluntad al momento de brindar un buen servicio.

II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1. Antecedentes

2.1.1. Variable 1: Gestión de Calidad

Marín (2019) en su investigación *“Propuesta para la implementación del sistema de Gestión de Calidad en el restaurante La Cafetería En Connecta (Gate Gourmet)”*. En la actualidad los sistemas de gestión brindan grandes ventajas competitivas en las organizaciones, de acuerdo a su actividad económica es importante adoptar los lineamientos de la norma ISO 9001:2015. El presente trabajo busca generar una propuesta de implementación de un SGC mediante la aplicación de métodos y Herramientas necesarias al restaurante La Cafetería En Connecta, el cual es una línea de negocio de GateGourmet y así contar con un estándar de Gestión de Calidad, que nos garantice involucrar partes interesadas, aumentar la eficiencia empresarial, y la satisfacción del cliente. A partir de lo aprendido en cada uno de los módulos del programa académico se logra identificar aspectos no favorables en cada uno de los procesos y establecer un enfoque de mejora continua al área administrativa y comercial del restaurante La Cafetería en Connecta. Actualmente el establecimiento tiene el mismo direccionamiento general de Gategourmet, donde se enfoca única y exclusivamente a los servicios de catering aéreo y no a los servicios prestados en tierra.

Burgos (2017) en su investigación *“Desarrollo del sistema de Gestión de Calidad en el restaurante-bar ouzo agave azul s.a.s. bajo los lineamientos de la norma iso 9001:2015 y la norma técnica colombiana ntsusna 008”* . El presente proyecto contiene el proceso de diseño y desarrollo de un sistema de Gestión de Calidad para el restaurante bar de la ciudad de Santa Marta Ouzo Agave Azul S.A.S basado en dos importantes normas para la creciente industria del turismo y la gastronomía; la primera es la internacional ISO 9001:2015, que establece los estándares en gestión de la calidad en a la prestación de un servicio o la elaboración de un producto en una organización. La segunda es la sectorial colombiana NTS USNA 008

Categorización de restaurantes por tenedores” establecida por el gremio gastronómico ACODRES y dirigida al sector turístico, donde se verifican normas de calidad en cuanto a estructura y prestación de servicio de los restaurantes, calificado en 3 tenedores que categoriza de acuerdo con la capacidad y tipo de restaurante que se desee certificar. Para iniciar se realizó un diagnóstico del estado de la organización en estándares de calidad medido por la herramienta de encuesta virtual y presencial, la evaluación de un indicador de percepción de experiencia de servicio y las respectivas listas de chequeo de cada norma; en el caso de la norma ISO 9001:2015 éste diagnóstico genera diagramas de redes y un plan de acción para iniciar con el proceso de diseño del SGC. A continuación, y con base en los resultados obtenidos del diagnóstico, se realizó la toma de datos existentes para el desarrollo del control estadístico de calidad sobre el foco de las inconformidades y se analizaron los resultados por medio de las caras de control X barra y R.

De acuerdo con las conclusiones obtenidas previamente, se inició el diseño del SGC con el desarrollo de la matriz del plan de acción correspondiente a la norma ISO 9001:2015, donde se dan Herramientas de cumplimiento numeral a numeral de la misma. Por otro lado, se realizó el diseño de la matriz de procedimientos en gestión de riesgos, junto con toda la documentación requerida por la norma y necesaria para la organización. Finalmente se estableció el proyecto de la gestión en los cambios junto al procedimiento y las matrices necesarias para su desarrollo y posterior control. Para finalizar, en búsqueda de establecer la capacidad financiera y recursos de la organización para la implementación del sistema de Gestión de Calidad diseñado y propuesto, se establecieron los parámetros de costeo, flujo de caja y evaluación de activos disponibles para ejecución de la propuesta en un detallado estudio, incluyendo hasta los costos de no calidad.

Jiménez (2017) en su investigación “*Gestión por procesos para el restaurante mama miche marisquería*”. La investigación tiene como objetivo diseñar un modelo de gestión por

procesos en una empresa de servicios:” Restaurante Mama Miche Marisquería” de la ciudad de Ambato. La información bibliográfica fue obtenida de los principales factores de los procesos administrativos tales como: eficiencia, eficacia, herramienta de calidad, cadena de valor y modelos de gestión que permitan mejorar los procedimientos en un local de servicios. La metodología de investigación es descriptiva debido a que se utilizó la observación para determinar las situaciones que causan el problema; además de una investigación de campo a través de la encuesta se obtuvo información correspondiente a 7 colaboradores, y 74 clientes, en donde se obtuvo datos reales del restaurante, la propuesta de investigación contempla el diseño de un modelo de gestión por procesos que permita la estandarización de sus procesos para aprovechar recursos, aumentar la rentabilidad y la fidelización de clientes.

Chiquiruna (2020) en su investigación “Gestión de Calidad *bajo el enfoque de Atención al Cliente y plan de mejora en la micro y pequeña empresa, sector servicio, rubro restaurante de comida oriental, casco urbano, ciudad de Chimbote, 2016*”. El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo general: Describir las principales características de la Gestión de Calidad bajo el enfoque de Atención al Cliente en la micro y pequeña empresa del sector servicio, rubro restaurante de comida oriental, casco urbano, ciudad de Chimbote, 2016.

La investigación fue no experimental-transversal-descriptivo, con una muestra de 11 Mypes, a quienes se les aplicó un cuestionario de 23 preguntas cerradas, obteniendo como resultado: El 90.90% de los representantes tienen entre 31 – 50 años, el 63.60% son de género masculino, el 54.50% tiene estudios no universitarios, el 81.20% son administradores del negocio, el 45.50% tiene una permanencia de 0 – 5 años, el 63.60% cuenta con 5 – 10 trabajadores, el 90.90% tiene como objetivo genera rentabilidad. El 72.70% si conoce el termino Gestión de Calidad, el 100.00% indica que la Gestión de Calidad contribuye al mejoramiento del negocio, el 100.00% indica que permite alcanzar objetivos y metas, el 100.00% indica que, si conoce el término Atención al Cliente, el 100.00% enfatizan la Atención al Cliente es fundamental para

que este regrese, el 100.00% atienden y dan soluciones a los reclamos, el 100.00% considera que la Atención al Cliente les permite el posicionamiento en el mercado. Como conclusión la Micro y pequeña del sector servicio, rubro restaurante de comida oriental, casco urbano, ciudad de Chimbote, si conocen el término Gestión de Calidad, y consideran que es esencial para mejorar los procesos de sus negocios.

Lodin (2019) en su investigación *“Gestión de Calidad y eficacia en los procesos administrativos de las Mypes del sector servicios, rubro restaurant turístico, distrito de Oxapampa, año 2019”*. El presente trabajo de tesis tuvo por objetivo Evaluar la Gestión de Calidad y Eficacia en los Procesos Administrativos de las Mypes del sector servicios, rubro restaurant turístico, en el distrito de Oxapampa, año 2019. La metodología de investigación se caracteriza por ser mixta; nivel descriptivo y cualitativo, con diseño no experimental, transversal y descriptiva. Para realizar la investigación se utilizó la técnica de encuesta y un cuestionario estructurado de diecisiete (17) preguntas, que respondieron los microempresarios, identificándose que existe en su mayoría propietarios con nivel de instrucción estudio básico (60,0%). Se destaca que la gestión carece de misión y visión. Los microempresarios gerencian sus negocios según su experiencia, algunos con un enfoque en la mejora de la filosofía continua, pero si enfocados al cliente, como razón de ser del negocio. Respecto a los procesos administrativos estos se realizan de manera informal, iniciándose con la planeación, pero es débil respecto a la organización, situación que genera descoordinaciones en las operaciones. Carecen de organigrama y las responsabilidades se dan de manera verbal. La dirección se ejerce bajo un liderazgo autoritario. El control, es un proceso que se realiza intermitentemente, o al suceso de eventos que requieren atención. Finalmente, sin procesos administrativos implementados la dirección no obtiene información suficiente para la toma de decisiones.

Asimismo, los restaurantes turísticos, ubicados en el distrito de Oxapampa consideran que es necesario brindar atención y mejorar la gestión con sus procesos administrativos, pero a futuro.

Castro (2018) en su investigación “Gestión de Calidad bajo el enfoque en Atención al Cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de la avenida camino real del distrito de Chimbote, provincia de santa, año 2018”. La presente investigación tuvo como objetivo general: Determinar las características de la Gestión de Calidad bajo el enfoque en Atención al Cliente y plan de mejora, en las micro y pequeñas empresas, sector servicio – rubro restaurantes, de la Avenida Camino Real del distrito de Chimbote, provincia del Santa, año 2018, se desarrolló utilizando un diseño no experimental, transversal y de tipo descriptivo, se escogió una muestra de 10 Mypes, representando el 83.00% de la población, a las cuales se les aplicó un cuestionario de 22 preguntas, obteniéndose los siguientes resultados: que el 50.00% de los representantes tiene de 51 a más años, y que el 70.00% tiene educación secundaria, con respecto a las Mypes los empresarios afirman que el 50.00% tiene de 7 a más años en el mercado, asimismo para la Gestión de Calidad en Atención al Cliente, el 50.00% tiene cierto conocimiento sobre el termino Gestión de Calidad, el 70.00% conoce la técnica moderna de Atención al Cliente, y que el 90.00% aplica la Gestión de Calidad en el servicio que brinda a sus clientes. Donde se concluye que la totalidad de los representantes de los micros y pequeñas empresas son los dueños y que la mayoría absoluta tiene de 51 a más años y que la mayoría tiene una permanencia de 7 a más años en el mercado y que la mayoría tiene cierto conocimiento sobre la Gestión de Calidad.

Amanqui (2020) en su investigación “*Propuesta de Gestión de Calidad MOP PRO para mejorar la Atención al Cliente en una empresa, Lima 2020*” tiene como objetivo la implementación de estrategias para mejorar la Atención al Cliente mediante el mejoramiento de procedimientos, estructuras en almacén, logística y creación del área de Atención al Cliente para la orientación de la visión de la empresa y sus colaboradores hacia la satisfacción de sus consumidores. El estudio se realizó a través del sintagma holístico que engloba e integra

diferentes teorías, usando el enfoque mixto con métodos inductivo-deductivos y de tipo proyectivo. Para el análisis cuantitativo el tamaño de la muestra no probabilística fue a 32 mediante el portal de Google, de manera anónima con el fin de conocer la opinión de los clientes respecto a la atención que reciben ante una compra. Por otro lado, para el análisis cualitativo se realizaron 3 entrevistas y el procesamiento y análisis de datos se realizó a través del Microsoft Excel y Atlas. Ti. En tal sentido en base a la información obtenida se pudo identificar que la empresa presenta deficiente gestión operativa y logística, reducida visión y gestión de la Atención al Cliente y estructura organizativa burocrática, ya que existe falta de implementación de acciones que surgen debido al crecimiento y la demanda en el rubro. En consecuencia, la propuesta consta en plantear estrategias en la cadena de almacenamiento y despacho implementando nuevas políticas de despacho, reestructuración de las estructuras del almacén, capacitaciones para la vocación de servicio al cliente, y finalmente el mapeo y configuración de la estructura organizacional del MOF para orientar cada departamento de la empresa y sus funciones que deben estar engranadas hacia la atención rápida y ágil del cliente junto con la propuesta de la creación del área de Atención al Cliente que reforzará con sus funciones el logro de la satisfacción del cliente.

Pinto (2020) en su investigación *“La Gestión de Calidad bajo el enfoque en Atención al Cliente y plan de mejora en las Mypes, sector servicio – rubro transporte de carga aérea, en el centro aéreo comercial del callao, 2018”*. El estudio tuvo como objetivo determinar la influencia de la Gestión de Calidad bajo el enfoque en Atención al Cliente y plan de mejora en las Mypes del sector servicio - rubro transporte de carga aérea, en el Centro Aéreo Comercial del Callao, 2018; con un tipo de investigación aplicada de nivel descriptivo con diseño no experimental, se utilizaron una muestra de 5 micro empresas del sector servicio, se usó la técnica de la encuesta e instrumento como cuestionario, llegando a la conclusión que el nivel de la gestión de la calidad en las micros y pequeñas empresas del sector servicios es en

promedio un 80.00 % tienen entre 20 a 40 años, mientras que el nivel de educación es un 60.00% de nivel secundario, el 70.00% de las empresas tienen entre 4 a 6 trabajadores, 50.00% son trabajadores familiares y no familiares, el 100.00% son representantes de las empresas, el 100.00% son empresas formales, el 100.00% de las empresas están constituidas, El 60.00% de las empresas aplican procesos de Gestión de Calidad mientras que el 40.00% a veces lo aplican, sus trabajadores concuerdan que el 60.00% de las empresas consideren que es necesario aplicar procesos de calidad, mientras que el 40.00% no es necesario, el 100.00% consideran que importante la capacitación, el 40.00% consideran que la capacitación es una inversión, versus un 60.00% considera que es un gasto, por último la Gestión de Calidad tiene influencia en la Atención al Cliente, los datos fueron procesados a través del programa informático de Windows 10, empleando Tablas y gráficos porcentuales, los cuales sirvieron como soporte para la obtención de los resultados y posterior análisis de lo obtenido. Se elaboró el plan de mejora en base a los resultados de la investigación con la finalidad de proponer las Herramientas estratégicas que les permitan aplicar adecuadamente los procesos de gestión de la calidad como factor transcendental que influye en la satisfacción del cliente.

Huamán (2019) en su investigación “Gestión de Calidad y su influencia en los beneficios de las Mypes del sector servicio– rubro salón de belleza, urbanización santo domingo, distrito de Carabaylo, Lima 2018” tuvo como finalidad de determinar la Gestión de Calidad y su influencia en los beneficios de las Mypes del sector servicio– rubro salón de belleza, urbanización santo domingo, distrito de Carabaylo, Lima 2018, la metodología de la investigación fue cuantitativa teniendo nivel descriptivo correlacional de diseño no experimental transversal con una muestra de 20 representantes de micro y pequeñas empresas, donde se empleó un cuestionario con la técnica de la encuesta teniendo como resultado que el 55% de encuestados oscilan entre 31 a 50 años de edad, el 85% son mujeres,

el 60% tiene como instrucción estudios no universitarios, el 80% son propietarios de estas micro y pequeñas empresas, el 45% de encuestados tienen una permanencia de 0 a 3 años, el 95% tienen de 1 a 5 colaboradores, el 90% de los empleados no son sus familiares, el 95% de la población de encuestados solo piensa en tener rentabilidad y toda la población están inscritas como personas naturales.

En base a su variable Gestión de Calidad, el 37% casi siempre tiene planes de procesos, el 35% siempre aplica los procesos, el 28% de la población muy pocas veces les da seguimiento, el 36% algunas veces procede a tomar decisiones para una mejora continua. se llegó a la conclusión que existe la falta de conocimientos en cuanto a los procesos administrativos por miedo a enfrentarse a la resultados negativos que puedan obtener, sin embargo eso no les resta que sean emprendedores y que arriesgan en sus inversiones, vemos que la mayoría están dirigidas por mujeres y eso positivo en cuanto al empoderamiento femenino en estos tiempos.

2.1.2. Variable 2: Atención al Cliente

López (2018) en su investigación publicó en su tesis de maestría en administración de empresas en la Universidad de Investigación Católica Santiago de Guayaquil en Ecuador en un estudio de investigación titulado "Calidad de servicio y satisfacción del cliente en restaurantes Rachy en Guayaquil". Objetivos Totales: La metodología utilizada para investigar la relación entre la Calidad del Servicio y la satisfacción del cliente en la obtención de información a través de Decisión Rachy Restaurant Rachy en Guayaquil mostró insatisfacción y empatía por la respuesta inmediata. Puede ver que existe una correlación positiva entre la Calidad del Servicio y la satisfacción del cliente. La investigación cualitativa se realiza en entrevistas detalladas para obtener un conocimiento detallado de las variables de investigación. Esto puede mostrar parte de la falta de formación y motivación de la empresa

para los empleados, los principales resultados y conclusiones. El 70% de los clientes en la encuesta está de acuerdo en que el equipo es visualmente atractivo en el restaurante y el 67% de los clientes encuestados está de acuerdo en que el equipo está en el restaurante Rachy.

Moderno y atractivo, el 49% de los clientes encuestados no considera que el servicio del personal del restaurante sea apropiado y apropiado, El 70% de los clientes encuestados está de acuerdo en que la comida que sirve el restaurante se ve deliciosa, y la encuesta concluye que el servicio al cliente es muy importante para cualquier negocio y de ello depende su éxito o fracaso. Sea siempre feliz para que los clientes de su organización puedan recomendar el lugar por su deliciosa comida y servicios. En cuanto al marco teórico, se han mencionado una serie de teorías y enfoques sobre calidad, Calidad del Servicio, satisfacción del cliente, características de la calidad, modelos de medición del servicio. Si ha llegado a la conclusión de que necesita una evaluación de la Calidad del Servicio para ejecutar con éxito su negocio. Además de reducir la brecha de servicio para lograr mayores beneficios económicos . Las encuestas realizadas ayudan a identificar elementos importantes de la Calidad del Servicio, como rapidez de intervención, instalaciones de tratamiento personalizado, maquinaria de última generación, etc. Y los clientes pueden demostrar que están satisfechos con la fiabilidad de las instalaciones, las comidas, las instalaciones y el personal. Tuve un cliente descontento en el restaurante Rachy. El servicio resultó no ser rápido porque los camareros no fueron tratados personalmente y no estaban capacitados, y el personal del restaurante era pequeño. Hubo una relación positiva significativa entre la Calidad del Servicio y la satisfacción del cliente. En otras palabras, cuanto mayor sea la Calidad del Servicio, mayor será la satisfacción del cliente y menor la Calidad del Servicio. Como resultado, se reduce la satisfacción del cliente .

Sánchez (2017) en su trabajo de investigación denominado “Evaluación de la calidad de servicio al cliente en el restaurante pizza burger diner de Gualan, Zacapa”, tesis para obtener

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

no saben qué valoran en el servicio demuestra que es difícil .

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

Ccencho (2018) en su investigación “*Gestión de Calidad bajo el enfoque de Atención al Cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicio – rubro restaurante del distrito*

de Chimbote provincia de santa, año 2017. Caso chifa “chinito E.I.R.L”. El presente trabajo de investigación tuvo como: objetivo general; determinar las características bajo el enfoque de Atención al Cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro chifas, del distrito de Chimbote, provincia del Santa, Año 2017. Caso “Chifa Chinito E.I.R.L”; Enunciado del problema, respondemos la interrogante ¿Cuáles son las principales características de la Gestión de Calidad bajo el enfoque de Atención al Cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicio – rubro restaurante del distrito de Chimbote provincia del Santa, año 2017? Caso chifa “Chinito E.I.R.L.”; Metodología, diseño descriptivo, no experimental - transversal, en la cual se escogió una muestra poblacional de 20 chifas del distrito de Chimbote, que se le aplicó un cuestionario de 25 preguntas cerradas, utilizando la técnica de la encuesta. Donde se obtuvo los siguientes resultados: el 55% tienen entre 31 a 41 años; 45% son titular gerentes; el 45% de chifas tienen de 0 a menos de 3 años en el mercado; el 60% realiza la Gestión de Calidad; el 95% considera que su servicio satisface las necesidades; el 65% no realiza encuestas para medir el nivel de satisfacción del cliente y el 80% cuenta con libro de reclamaciones. Por último, se llegó a las conclusiones: la mayoría cuentan con libros de reclamaciones; conocen la Gestión de Calidad; cuenta con misión y visión; su finalidad es generar utilidades; cuentan con locales sucursales; clientes se sienten identificados con la empresa; el personal tiene claro cuáles son sus tareas y responsabilidades.

Zavaleta (2018), en su investigación “*Gestión de Calidad bajo el enfoque en Atención al Cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del distrito de santa, 2018*”. La presente investigación tuvo como objetivo general: Determinar las características de Gestión de Calidad bajo el enfoque en Atención al Cliente en las Mypes empresas del sector servicios, rubro pollerías del Distrito de Santa, 2018. La investigación fue de diseño no experimental-transversal-descriptivo, para el recojo de la información se utilizó una población muestral de 11 pollerías, a quienes se les aplicó un cuestionario de 23

preguntas a través de la técnica de encuesta, obteniendo los siguientes resultados: El 81.82% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen una edad comprendida entre 31 a 50 años, el 54.55% tienen grado superior no universitaria, el 54.55% de las micro y pequeñas empresas tienen 7 años a más de permanencia en el rubro, el 45.46% de los representantes desconocen el término Gestión de Calidad, el 81.82% utiliza la observación para medir el rendimiento de su personal, el 100% conoce el término Atención al Cliente, el 72.73% consideran que brindan una buena atención, el 54.55% aseguran que una buena atención fideliza a sus clientes. La investigación concluye que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen una edad madura y no todos cuentan con los conocimientos necesarios por lo que desconocen el término Gestión de Calidad y Atención al Cliente, sin embargo, utilizan la técnica de la observación para medir el rendimiento de su personal y brindan una buena atención para captar una mayor clientela y fidelizarla.

Vásquez (2018) en su tesis Gestión de Calidad en Atención al Cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro pollería, del distrito de Chimbote, 2016, propuso el siguiente objetivo general, determinar las principales características de la Gestión de Calidad en Atención al Cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro pollería, Chimbote, 2016. La investigación de su proyecto fue no experimental – transversal – descriptivo. Del proyecto realizado la escala de resultados fue: El 75% de los representantes tienen edad entre 31 a 50 años. El 66,7 % son masculino. El 75% tienen instrucción superior universitaria. El 50% tienen de 7 años a más en el rubro. El 83,3% tienen de 1 a 5 trabajadores. El 58,3% si aplican una Gestión de Calidad. El 75% consideran más importante la amabilidad para la Atención al Cliente. El 75% consideran que brindar una atención calidad contribuye a aumentar las ventas. En conclusión la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro pollería de la ciudad de Chimbote, son personas adultas, que tienen entre 31 a 50 años de edad, la mayoría son de género masculino y así mismo la

mayoría tienen grado de instrucción superior universitaria, tienen una permanencia en el rubro de 7 a más años y en su mayoría cuentan entre 1 a 5 trabajadores. También concluye que la mayoría de las Mypes sí están aplicando una Gestión de Calidad.

Limache (2020) la presente investigación “*Calidad de servicio y satisfacción al cliente del Centro Comercial Flores, Lima, 2020*”. El objetivo general del presente trabajo de investigación es determinar la relación de calidad de servicio con satisfacción al cliente del Centro Comercial Flores, Lima. La metodología que se utilizó es: Enfoque cuantitativo, con diseño no experimental de corte transversal, nivel descriptivo correlacional, de tipo aplicada, y con un método hipotético deductivo. La población está conformada por 504 clientes en una semana y la muestra es de 84 clientes, la misma que se determinó con un muestreo no probabilístico por conveniencia. Para la recolección de datos se utilizó la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario que consta de 17 ítems, con una alta confiabilidad como resultado. De acuerdo a la prueba de hipótesis el resultado obtenido es coeficiente de correlación Rho de Spearman 0,813 y Sig. 0.000 se ha determinado que existe relación positiva muy fuerte; por lo que se concluye que la calidad de servicio tiene relación significativa con la satisfacción al cliente.

Alanya (2020) en su investigación “*La Calidad del Servicio y la satisfacción de los clientes en la empresa INSMETAR S.A.C., 2019*”. El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo general determinar la relación entre la Calidad del Servicio y la satisfacción del cliente de la empresa INSMETAR S.A.C., 2019. El método aplicado fue el hipotético deductivo, y la investigación se realizó bajo el enfoque cuantitativo de diseño no experimental correlacional de corte transversal. Nuestra muestra consta de 65 clientes de la empresa INSMETAR S.A.C., a los que se aplicaron dos cuestionarios en escala de Likert como instrumentos de recolección de datos, uno por cada variable de estudio; ambos instrumentos reportaron una confiabilidad aceptable con alfa de Cronbach de 0.859 y 0.84. El resultado

obtenido con los datos procesados en el software SPSS fue que la Calidad del Servicio se relaciona de forma positiva media y directa ($Rho = 0.64$, $P=0.000 < 0,01$) con la satisfacción de los clientes de la empresa INSMETAR S.A.C., 2019 con ello se rechaza la hipótesis nula y se admite la hipótesis planteada en nuestro trabajo de investigación.

Collahua (2020) en su investigación "*Comunicación Interna en la Gestión por Procesos y Calidad en la Atención al Cliente en la Clínica Odontológica Víctor Raúl Haya de la Torre, Breña-Lima, 2019*". El objetivo general del estudio fue: Determinar la relación entre la calidad en el servicio con la comunicación interna y la gestión por procesos en la Clínica Estomatológica Víctor Raúl Haya de la Torre, distrito de Breña, año 2019, además en la variable calidad, se tiene con dimensiones fidelización de clientes, innovación tecnológica y motivación de los trabajadores, igual forma en la variable comunicación interna, se tiene las dimensiones comunicación ascendente y comunicación descendente, así mismo en la variable gestión por procesos, se tiene las dimensiones eficiencia, eficacia y productividad. Desarrollando un tipo de investigación aplicada de nivel descriptivo correlacional, de enfoque cuantitativo y de diseño no experimental, con una población de 122 y una muestra de 40 con un muestreo probabilístico. Usando tres instrumentos con la valoración de evaluación siempre, casi siempre, algunas veces, casi nunca y nunca, determinando su confiabilidad a través del estadístico Alpha de Cronbach: con 0.772 en la variable calidad, 0.765 en la variable comunicación interna y 0.867 en la variable gestión por procesos, las tres con fuerte confiabilidad. En cuanto al coeficiente de correlación de las variables, se obtuvo el coeficiente de Spearman $Rho = 0.529$, lo que significa que puede haber una relación positiva y moderada, también se obtuvo coeficiente de Spearman $Rho = 0.357$, 0.332 lo que significa que puede haber una relación positiva y baja entre las variables, y cuyo p-valor calculado es < 0.05 , lo que permite rechazar la hipótesis nula (H_0). Por lo tanto: Si existe relación entre la calidad en el servicio con la comunicación interna y la gestión por procesos en la Clínica

2.2. Bases Teóricas

2.2.1. Gestión de Calidad

La Gestión de Calidad son los lineamientos que se llevan a cabo para la elaboración o mejoramiento de un producto o servicio, con fin de que se logre alcanzar las expectativas de los clientes .

Se conoce como gestión de la calidad total a una estrategia de gestión empresarial que consiste en el estudio y valoración del concepto de calidad en cada una de las fases de un proceso de producción. La finalidad es la mejora constante de bienes y servicios ofertados y la consecución de mayor satisfacción del cliente . (Sánchez, 2017)

A medida que está avanzando el tiempo, el concepto de gestión de calidad ha venido cambiando adaptándose a las nuevas necesidades y expectativas de la sociedad. Uno de los principales factores que influyen a la gestión de calidad es la comunicación entre muchos otros.

También se denomina sistema de Gestión de Calidad, a un conjunto de normas dirigidas a una organización en la cual se aplicará para administrar de manera organizada su misión siempre será la mejora continua de la calidad. (Huergo, 2018)

El término Gestión de Calidad tiene significado, específico dentro de cada sector del negocio. La Gestión de Calidad se centra no solo en la calidad de un producto, servicio o la satisfacción de sus clientes, sino en los medios para obtenerla. Por lo tanto, la Gestión de Calidad utiliza al aseguramiento de la calidad y el control de los procesos para obtener una calidad más consistente.

La calidad para Deming es: Descifrar las necesidades próximas de los clientes en características que se pueda medir, y que así un producto logrará ser diseñado y producido para satisfacer a un precio que el cliente costeará; la calidad puede estar precisada en términos del

agente. (Deming, 1990)

La Gestión de la Calidad es un conjunto de acciones y herramientas que tienen como objetivo evitar posibles errores o desviaciones en el proceso de producción y en los productos o servicios obtenidos a través de él (Escuela Europea de Excelencia, 2020).

Gestión de Calidad en los Restaurantes

La Gestión de Calidad sirve para mejorar el servicio de cada producto ofrecido en este caso sería para las variedades de platos típico y así la empresa puede ir creciendo poco a poco siempre aplicando los procesos de administración como la planeación, la organización, el control y la ejecución.

Garantizando la buena calidad de todos los alimentos que los restaurantes ofrecen a sus consumidores la cual tiene que ser una prioridad siempre.

La Gestión de Calidad es muy importante hoy en día para el rubro restaurantes ya que la gastronomía seguirá creciendo y las empresas serán competitivos tanto nacional como internacional.

Gestión

La palabra gestión proviene de “gestus”, una palabra latina que significa: actitud, gesto, movimiento del cuerpo. Asimismo, proviene directamente de “gestio-onis”: que significa acción de llevar a cabo y, además, está relacionada con “gesta”, en tanto historia de lo realizado, y con “gestación”, llevar encima. (Huergo, 2018, pág. 01)

Nos encontramos con el término gestión; una palabra que se ha hecho hegemónica, de la mano de concepciones empresariales o administrativas de los procesos sociales, institucionales u organizacionales. Por eso conviene, en primer lugar, aclarar a qué nos referimos con el término gestión y con el verbo gestionar y, en especial, cuál es el alcance de estos términos en el marco de nuestras organizaciones o instituciones públicas. (Huergo, 2018)

Se refiere que la gestión es un concepto más avanzado que el de administración y lo

define como la acción y efecto de realizar tareas –con cuidado, esfuerzo y eficacia- que conduzcan a una finalidad.

Calidad

La palabra Calidad proviene de latín “qualitas” que significa la propiedad o conjunto de propiedades de una cosa que permite apreciar como mejor, igual o peor que las restantes especies. La calidad se define como un- conjunto de características que posee un producto o un servicio, así como su capacidad de satisfacer las necesidades del usuario. La calidad del producto o servicio deberá cumplir con las funciones por lo cual habido estrictamente diseñado y ajustarse en los consumidores . (Cuatrecasas & Gonzáles, 2017)

La Calidad consiste en aquellas características de producto que se basan en las necesidades del cliente y que por eso brindan satisfacción del producto. Calidad consiste en libertad después de las deficiencias (Pérez & Vargas, 2017).

La Calidad es traducir las necesidades futuras de los usuarios en características medibles, solo así un producto puede ser diseñado y fabricado para dar satisfacción a un precio que el cliente pagará; la calidad puede estar definida solamente en términos del agente. (Deming, 1990) .

Ciclo de Deming

El uso del Ciclo de Deming es importante en cada tarea que se realiza y conducirá a una mejora continua en las metodologías de trabajo. Puede aplicarse a cualquier proceso y puede ser empleado, también, para encontrar las causas especiales detectadas mediante Herramientas estadísticas (UNIT, 2019)

El ciclo actúa como una verdadera espiral, ya que al cumplir el último paso, según se requiera, se vuelve a reiniciar con un nuevo plan dando lugar así al comienzo de otro ciclo de mejora. El ciclo PHVA puede describirse brevemente (ver UNIT-ISO 9001:2008). (UNIT, 2019).

El Círculo de Deming es una herramienta popular para implementar un proceso de mejora continua (CIP). Este planteamiento se basa en el supuesto de que una empresa debe seguir mejorando para poder competir en el mercado. El círculo de Deming sirve para concretizar la idea del CIP. (Startup Guide IONOS, 2019)

El Ciclo PHVA permite a una organización asegurarse de que sus procesos cuenten con recursos y se gestionen adecuadamente, y que las oportunidades de mejora se determinen y se actúe en consecuencia (ISO, 2017).

Gestión por Procesos

La Gestión por Procesos es la administración y mejora constante de los procesos productivos de un negocio. La Gestión por Procesos busca constantemente la eficiencia en todos sus procesos productivos, razón por la que evalúa e implementa medidas que contribuyan a este objetivo. Estos incorporan distintas áreas de conocimiento que van desde la economía, ingeniería y marketing, hasta la psicología y el comportamiento humano. (Orellana, 2019)

La Gestión por Procesos implica una visión transversal de la empresa que persigue satisfacer las necesidades del cliente y que facilita una visualización más explícita de la cadena de valor del sistema productivo permitiendo lograr mayor eficiencia de los procesos. (Hernández, Barrios & Martínez, 2018)

Restaurantes

Es todo establecimiento que ofrece servicios de comidas en la cual ofrece a los clientes variedades de platos típicos y bebidas para todo tipo de clientes la cual se encuentran formalizadas y tener una buena infraestructura para poder traer a los clientes y también tiene que tener personal que buen trato al cliente.

Importancia de los restaurantes

Los restaurantes son muy importantes en nuestro país ya que con el tiempo han adquirido bastante crecimiento por la gastronomía que tenemos y una gran variedad de platos

típicos que hacen fuerte nuestra cultura.

Cada local dedicado al rubro restaurante en cada zona particular tiene sus propio estilo o sazón que le gusta al consumidor y es libre de escoger donde ellos quieran.

2.2.1.1 Identificar el proceso procesos de la Gestión de Calidad:

Este Ciclo fue creado por Williams E. Deming (1990) siendo estos 4 procedimientos primordiales que se deben seguir en forma consecutiva para obtener una mejora progresiva es decir ir disminuyendo o eliminando errores o fallas durante el proceso, toda organización debe seguir cada procedimiento y volver a aplicarlo continuamente.

Planificar: detectar la problemática para así determinar los objetivos y métodos a seguir, (Mendoza, 2017) indica que “Buscar posibles mejoras se pueden realizar grupos de trabajo, escuchar las opiniones de los trabajadores, buscar nuevas tecnologías mejores a las que se están usando ahora.

Hacer: en esta etapa se aplican los métodos como prueba para luego aplicarlo en todas aéreas de la organización.

Verificar: ya implementada la propuesta de mejora se va a esperar un tiempo prudente para ver los resultados y así determinar si efectivamente han sido aplicados correctamente de lo contrario se harán ajustes de acuerdo a los objetivos.

Actuar: es corregir los problemas encontrados y así prever posibles problemas futuros y establecer procesos para la mejora continua. (Deming, 1990)

Beneficios de la Gestión de Calidad

Ticona (2019), beneficios de la implementación de un Sistema de Calidad de la norma ISO 9001, tener un sistema de Gestión de Calidad certificado bajo la Norma ISO 9001 implica una serie de beneficios para la empresa que lo lleva a cabo:

- a. Mejora continua
- b. Mejora en la atención

- c. Transparencia en el desarrollo de procesos
- d. Cumplimiento de objetivos
- e. Importancia de procesos
- f. Reducción de costos
- g. Aumento de la productividad y eficiencia
- h. Delimitación de funciones del personal
- i. Satisfacción del cliente
- j. Compromiso de los trabajadores
- k. Certificación
- l. Mejora la imagen de la compañía

Calidad en el Sector de los Servicios

La Calidad del Servicio es una variable que está afectada por la percepción del usuario, y en consecuencia, es multidimensional dada la naturaleza del servicio, el cual contiene elementos intangibles y subjetivos, que deben medirse en forma adecuada. Por tal razón, los modelos de medición juegan un papel importante para determinar los niveles de calidad en el sector servicios. (Hernández, Barrios & Martínez, 2018)

2.2.1.2. Herramientas para la Gestión de Calidad

Existen muchos beneficios que se puede obtener mediante la implementación del sistema de Gestión de Calidad, sobre todo cuando esta se encuentra basada en un estándar tan reconocido como es la Norma ISO 9001: 2015. Mediante esta norma se pretende obtener la mejora continua de la organización, para tal efecto se emplea las Herramientas de Gestión de Calidad .

Estas son un conjunto de Herramientas cuyo propósito es medir, analizar y proponer soluciones a los problemas que se han identificado en el proceso y que mediante su empleo

mejorarán las condiciones de la organización que se podrán verificar mediante indicadores Herramientas (Lizarzaburu, Chávez, Barriga, & Castro, 2018)

Existen siete Herramientas de gestión de la calidad que se emplean para identificar las fallas en un proceso e identificar un problema en una organización y monitorear los avances de los cambios implementados. A continuación, se explican cada uno de ellos:

1) **Lluvia de ideas.** También denominada como tormenta de ideas, es una herramienta que se trabaja de manera grupal y permite el surgimiento de ideas, estas se consideran en su totalidad sin discriminar ninguna de ellas, aunque aparentemente parezcan de menos importancia, para el empleo de esta herramienta debe hacerse en un ambiente de relajación y no de presión ni apuro. Se trata de que la herramienta permita la generación de una idea sobre otra, las cuales se asocian para poder determinar la mejor que puede ser fortalecida por las demás y pasar a la siguiente fase con otro tipo de herramienta de calidad (Lizarzaburu et al., 2018).

2) **Diagrama de Pareto.** También denominada curva cerrada o distribución A – B - C. Es un gráfico que permite ordenar de forma descendente, de izquierda a derecha, en niveles de importancia y separado mediante barra la información que se requiere clasificar y analizar. Este diagrama muestra el principio fundamentado por Pareto que esgrime que el 80% de los problemas es sustentado solo por el 20% de las causas. Es decir, que existen muchos problemas sin importancia y pocos son los que realmente se les deben poner atención. De tal manera que sí se resuelve el 20% de las causas, entonces el 80% de los problemas desaparecerán (Lizarzaburu et al., 2018).

3) **Diagrama de Ishikawa.** Conocido también como diagrama de causa y efecto o espina de pescado, es una herramienta que surgió en el ámbito de la industria, cuyo propósito es identificar el problema principal dentro de una organización y sus principales causas, con ello el operador puede presentar una solución al problema conociendo la raíz que lo genera. La

forma como se estructura el gráfico permite visualizar con facilidad el problema sus causas y efectos, porque tiene una gran posibilidad de ampliación mediante la inserción de información en su estructura, de tal manera que permite proponer un plan de acción con mejores Herramientas (Lizarzaburu et al., 2018).

4) **Histograma.** Es la representación de una variable que adopta la forma de una barra. Sirve para representar las proporciones de una población o muestra según un criterio analizado, ello permite ver la tendencia de lo que se intenta medir, de tal manera que se puede apreciar el comportamiento de la variable y poder hacer variaciones o cambios que permitan mejorar la situación actual (Lizarzaburu et al., 2018).

5) **Hoja de recogida de datos.** Consiste en una hoja que contiene una serie elementos pre establecidos, los cuales se tienen que cotejar mientras se va verificando su cumplimiento en un proceso. Se emplea para constatar el cumplimiento de determinados requisitos o indicadores que debe cumplir un proceso y por tanto identificar aquellos que no cumplen con el estándar .

6) **Diagrama de Gantt.** Consiste en representar las actividades de un proyecto sobre dos ejes. En el eje vertical se transcriben las actividades del proyecto y en el horizontal se coloca el tiempo. Se representan mediante un rectángulo que representa el tiempo de demora que empleara cada actividad, cada uno de estos indica el inicio y el final de una actividad. El Diagrama de Gantt facilita la presentación de una serie de tareas de manera gráfica y ordenada, así también permite que el equipo se entere del inicio y el fin de una actividad que están realizando, de tal manera que se puede gestionar el tiempo para cumplir con los tiempos establecidos (Lizarzaburu et al., 2018).

7) **Diagrama de flujo.** Se realiza para representar una actividad específica, la cual hace más fácil de poder visualizarla y representa el flujo de cada uno de los elementos de un proceso o de un conjunto de proceso para la determinación de un producto o servicio. para su elaboración emplea símbolos normalizados universalmente, de tal manera que indistintamente

del idioma la persona que lo observe lo pueda entender. Tiene por propósito mostrar los elementos de un proceso para poder analizarlos con mayor detenimiento y poder encontrar las posibles fallas, ampliar o suprimir algún paso del proceso que esté demás o que obstaculice la fluidez de la producción (Lizarzaburu et al., 2018).

La aplicación de técnicas y Herramientas relacionadas con la mejora de calidad en empresas de todos los tamaños y entornos altamente competitivos de varios sectores. Las empresas deberían asegurarse de que la organización haya establecido firmemente en sus principios operativos el conocimiento de que la calidad y los costes son complementarios y no objetivos en conflicto . (Santiago, 2018)

Asimismo, consiste en suministrar un conocimiento de las técnicas de mejora de calidad, se busca proporcionar los conocimientos suficientes para desarrollar y poner en práctica un sistema de mejora de la calidad adecuado a las necesidades concretas de su organización, buscando verdaderas necesidades y exigencias en la mejora de calidad que desean llevar a cabo. (Santiago, 2018)

Herramientas para la Mejora en la Gestión de la Calidad

Cualquier organización que desee implantar un sistema de gestión de la calidad con la finalidad de efectuar una gestión total de la calidad, debería emplear una **multiplicidad de Herramientas**. Las mismas están diseñadas para que la organización esté en condiciones de realizar **la planificación, el control, el aseguramiento y la mejora de la calidad**, en el marco del sistema de gestión de la calidad que ha sido implantado, adaptado a las condicionantes de su realidad interna y a las impuestas por el entorno en el cual se encuentra (UNIT, 2019)

Las Herramientas permiten que la organización logre su finalidad, en forma eficaz y eficiente, empleando sus recursos de manera racional. Se entiende por **herramienta o instrumento** aquello que se emplea para ejecutar una acción, con la finalidad de conseguir una finalidad . (UNIT, 2019)

Objetivos para el Empleo de Herramientas en la Gestión de la Calidad

UNIT (2019) indica que las Herramientas a emplear en la Gestión de Calidad en las organizaciones pueden tener diversos objetivos, si bien algunos de ellos son los más destacables. Se puede mencionar como los objetivos más importantes, entre otros, los siguientes:

- Identificar los problemas
- Distinguir los problemas de calidad de acuerdo a su importancia o a su significación
- Identificar las posibles causas del problema que se ha considerado más importante o más significativo
- Identificar las posibles metodologías para resolver el problema - seleccionar entre las soluciones factibles la que podría considerarse como la mejor - planificar la aplicación de la solución elegida.
- Implantar dicha solución - verificar la eficacia de la solución implantada.

Características de las Herramientas a Emplear en la Gestión de la Calidad

UNIT (2019) resalta que las Herramientas a emplear deben tener ciertas características, entre las cuales las más destacables son:

- Ser sencillas en su principio de empleo
- Ser de fácil utilización en el trabajo en equipo
- Visuales para favorecer la dinámica de equipo
- Conducir rápidamente al consenso entre las diversas personas que integran el equipo
- Poder aplicarse a diversos sectores dentro de la organización
- Servir de soporte para las acciones de gestión de la calidad en la organización

– Poder emplearse como una forma de conservar la memoria de los avances en la mejora de la calidad dentro de la organización.

2.2.2. Atención al Cliente

Para, Torres (2018) señala que existe un servicio que proveen distintas organizaciones con el objetivo de mantener una relación con sus usuarios, a este se le llama, Atención al Cliente. Es un medio efectivo para interrelacionarse con los consumidores ofreciéndoles la guía y ayuda que necesitan para utilizar adecuadamente bien o servicio. Este servicio se basa en la gestión que ejecuta el personal que se relaciona con el cliente para ayudarlo a solucionar sus problemas y ser su orientador, lo cual se convierte en una oportunidad para generar satisfacción.

Atención al Cliente es una labor fundamental, ya que es el servicio que ofrecen distintas compañías para poder tener un contacto con sus clientes. Se provee con el objetivo de que los consumidores puedan realizar sus quejas o recomendaciones sobre el bien o servicio prestado, asimismo, se utiliza para pedir asesoramiento, y otro tipo de servicios, etc.

Por consiguiente, la Atención al Cliente corresponde a una serie de tácticas y métodos que una empresa crea para aumentar su capacidad de competir y poder sobresalir entre la competencia, brindando bienes y servicios de alta calidad. A partir de ello, podemos decir que el servicio de Atención al Cliente es fundamental para el avance de una organización.

Según Ruiz (2017) resalta que la atención es el modo de influir en las personas para lograr su satisfacción. Casi siempre se ofrece los productos mas no se atiende adecuadamente”, es por eso que es necesario poder concentrarse, oír y conversarlo para obtener un buen resultado del servicio.

Díaz & Sánchez (2017) afirma que la Atención al Cliente es muy importante, sobre todo si se desarrolla de manera eficiente y efectiva. Un servicio de calidad, siempre hará que un usuario se sienta a gusto y para ello, en cuanto a los tiempos de espera, debes evitar demoras, y si lo haces debes darles una explicación a los clientes y hacerles saber que estás pendiente de

ellos y que vas a solucionar sus problemas efectivamente.

De tal manera, este servicio corresponde al grupo de métodos que una empresa utiliza para lograr la satisfacción de sus clientes, para brindar bienes o servicio que se diferencien del resto de compañías, de manera que los usuarios nos prefieran. Por lo tanto, la Atención al Cliente es muy importante para el desarrollo empresarial.

Cliente

Pérez & Vargas (2017) llegaron a la conclusión que el cliente es aquella persona que necesita adquirir un producto y servicio, lo cual es importante mantener una relación de empresa – cliente, para poder identificar los gustos y preferencias, y poder superar las expectativas de los mismos.

Es el motivo principal de toda empresa para estar en actividad, adquiriendo producto o servicio acorde a sus necesidades.

Importancia del Cliente

Para Pérez & Vargas (2017) el cliente es un ente muy importante para todo tipo de empresa, es la clave del éxito para poder continuar dentro del mercado; las empresas se deben a sus clientes, es por ello que se debe tratarlos como si fueran parte de la empresa, para lograr una relación óptima entre empresa-cliente.

Concepto de Servicio:

Se llama servicio a la acción que es realizada con la finalidad de recibir un bien económico a cambio, cuya acción debe ser brindada a fin de satisfacer las necesidades del cliente, dicho en otras palabras, son actividades intangibles porque al no ser materiales el cliente no lo puede poseer y son brindadas por compañías en cambio de una retribución económica. Estas atenciones se brindan de forma individual. (Salazar, 2018)

Servicio a la Atención al Cliente

Según Izquierdo (2018) señala que un servicio de atención de calidad permite a una

empresa ser más competitiva, puesto que los clientes la prefieren antes que la competencia, y puede ser una estrategia de mercadotecnia. Teniendo en cuenta que conseguir un nuevo cliente es más difícil que mantener uno ya existente, es una obligación hacer todo lo posible para que el cliente que ya es fiel no se aleje. Por lo tanto, Los Elementos del Servicio al Cliente son:

Contacto cara a cara. Esto implica relacionarse directamente con el cliente y ofrecerle una atención que le genere una experiencia inolvidable. Los clientes muchas veces valoran más un servicio brindado cara a cara, que el que se le ofrece a través de una pantalla o llamada. Esto mejora la relación con los usuarios y les crea satisfacción. (Tarodo, 2015)

Fortalecer la relación es fundamental en el servicio de Atención al Cliente. Además, brindar calidad en el servicio hace que los clientes se sientan a gusto y se fidelicen con la organización. Que el usuario reciba lo que espera es clave para lograr su satisfacción, además sirve para fortalecer los lazos con el mismo. Cuando la compañía se esfuerza en proveer al cliente lo que necesita, hace que el mismo valore a la empresa por los servicios que esta le ofrece. (Ramos, 2014)

Correspondencia. Izquierdo (2018) menciona que este elemento es importante entre el usuario y la compañía y sirve para brindar un trato amable que consolida los lazos entre ambos. Además, contribuye a la correcta resolución de inconvenientes.

Como ya se ha dicho, este componente es de suma importancia y debes tener en cuenta que todo error que cometas los usuarios lo notarán y eso les generará insatisfacción. Todas las personas merecen un trato igual. Además, cuando los clientes compran un producto o servicio desean obtener lo justo. Por otro lado, esperan que se les brinde completa atención y que no se les ignore, pues en algunas ocasiones el personal ofrece mejor trato a sus ya conocidos clientes dejando de lado a los otros. (Tarodo, 2015)

Reclamos y cumplidos. Cuando el consumidor acude a los servicios de atención de la organización busca que sus quejas, reclamos o problemas sean solucionados, o que se les

ofrezca una respuesta eficiente y efectiva.

Izquierdo (2018) Señala que para generarle al cliente una buena experiencia es muy importante tratarlo cordialmente y mantener una relación directa con él. El personal de trabajo debe procurar proveer un servicio individual, es decir, un servicio especial a cada cliente ya que todos tienen diferentes requerimientos. Todo ello refleja el interés que la empresa tiene por satisfacer las necesidades y expectativa de cada uno.

Instalaciones. Son aquellas que se ofrecen al usuario para que este pueda ir y recibir un servicio cara a cara. Aunque estas instalaciones también pueden ser digitales. (Tarodo, 2015)

En este elemento encontramos las instalaciones físicas, materiales, Herramientas, recurso humano, y también se considera la capacidad de los trabajadores para resolver de manera eficaz los problemas de los clientes y brindarles así la confiabilidad y garantía que necesita.

Finalidad Calidad de Servicio

Sernaque (2018) El hecho de que la justificación de la esencia de la gestión se entienda como un lado bueno de la distinción de la Fundación con el objetivo de satisfacer los deseos de sus clientes es un acuerdo que concierne al conjunto de la asociación y le permite conocer las causas. Aléjese de todo para reducir costos y retener a los consumidores. Esta es posiblemente la forma más segura de conocer gente por un tiempo. El concepto de valor no tiene nada que ver con el lujo o el alto costo. Los gerentes de calidad tienen que lidiar con el hecho de que los clientes tienen que pagar.

La calidad en el servicio al cliente es uno de los puntos clave para permanecer entre la preferencia de los consumidores, dicho que esta es la imagen que se proyecta en ellos; siendo a su vez un diferenciador ante la competencia, y es el punto decisivo en el cual dichos clientes se crean una opinión positiva o negativa sobre la organización. (Solórzano, 2018)

2.2.2.1. Elementos del Servicio a la Atención al Cliente

El Modelo Servqual, mide la Calidad del Servicio, mediante las expectativas y percepciones de los clientes, en base a cinco dimensiones, que son; dimensión de fiabilidad, sensibilidad, seguridad, empatía, y elementos tangibles.

Según Espinoza (2018) algunas de las características que se deben seguir y cumplir para un correcto servicio de calidad y brindar una buena Atención al Cliente es aplicando el modelo Servqual como estrategia.

- **Fiabilidad:** se refiere al servicio prometido fiable y cuidadoso
- **Capacidad de respuesta:** para ayudar a los usuarios por prestar una atención rápida y adecuada.
- **Seguridad:** es la atención que se da en los empleados a los clientes, transmitir confianza.
- **Empatía:** es la atención individualizada que ofrece a la organización
- **Elementos tangibles:** respecto a la infraestructura que ofrece la organización a los clientes.

2.2.2.2. Tecnicas de Atencion al Cliente

Según Patiño (2019) menciona que mantener comunicación con el cliente es algo muy complejo, pues se requiere capacidad de comprensión, y no basta con eso, necesitas brindar un buen trato, saber escuchar y entender lo que el cliente te está diciendo para que después puedas dar una respuesta efectiva que aclare sus dudas y que les ayude grandemente”.

La manera en que trates a tus clientes repercutirá en la decisión que ellos tomen sobre si fidelizarse con tu empresa o no. Las estrategias de atención sirven para generar una buena experiencia que tus usuarios no olvidarán. Ofrecer calidad en el servicio debe ser el fin que todas las organizaciones deben seguir. Para lograrlo, te mostramos los métodos más beneficiosos que debes utilizar .

Tecnicas para una Buena Atencion al Cliente:

Técnica para un trato personalizado: Se basa en brindar un trato distinto, con el que los clientes se sientan confiados. Desde un saludo, una sonrisa, un trato cordial y amable, todo esto influye en la satisfacción del cliente. Por eso cuando te comuniques con el cliente debes ofrecerle toda la amabilidad posible, y evitar usar palabras cortantes que solo generen molestias en los clientes. Debes hacerles saber que te interesa ayudarlos y también conocer de ellos . (Goodman, 2014)

Si el usuario llega constantemente a hacer uso de tus servicios y productos, entonces una manera de brindar un trato personal es conocer y llamarlo por su nombre, ya que esto les hace saber que tienes interés en él. El trato cortés y amable es indispensable en todo momento . (Arenal, 2018)

Técnica para ofrecer una atención amable: Patiño (2019) Esto implica escuchar todo lo que el cliente dice, y no solo eso, sino que también es importante brindarle una sonrisa, transmitiendo siempre esa sensación de felicidad que hace que las personas se sientan bien atendidas. No importa si el cliente no se comporta igual que como lo hace el personal, siempre es necesario mantener una actitud positiva y amable ante cualquier situación .

Técnica para una buena actitud y presencia: Mostrar una buena actitud y postura siempre resulta ser beneficios. Presentarse adecuadamente ante los clientes ayuda en mucho, y más aún si te expresas de manera correcta. Debes procurar que los clientes sepan que los estás escuchando y que deseas ayudarlos. Para ello, es necesario utilizar en algunos momentos asentar con la cabeza o de alguna u otra forma mostrarles tu atención . (Arenal, 2018)

Según Patiño (2019) **menciona que la apariencia es muy importante.** Cuando el personal se presenta bien vestido y con una actitud positiva, eso genera confiabilidad, y los clientes se sienten a gusto. Además, la manera en que estos se presenten repercutirá en la opinión que los usuarios tengan sobre los bienes o servicios ofrecidos.

Técnica para escuchar mejor: Una manera de lograr que los consumidores sean fieles,

es haciéndoles saber que las empresas tienen interés en ellos y que desea sobre todo cumplir en sus necesidades y expectativas. Es por esta razón que debes darles un seguimiento a los requerimientos de los clientes y escucharlos en todo momento pues estos datos se servirán para que puedas brindarles lo que ellos necesitan.

Patiño (2019) menciona que no basta señalar con brindar un trato personalizado. Más allá de eso debes hacer que tus clientes sepan que conoces cada una de sus necesidades, y problemas y que te comprometes a solucionarlos. Y no solo eso, sino que también deseas satisfacer sus expectativas . Esta técnica incluye cinco aspectos:

- Escuchar atentamente al cliente.
- Entender y comprender sus problemas.
- Ofrecer disculpas cuando sea necesario.
- Resolver sus problemas de manera eficaz.
- Diagnosticar, es decir, conocer el inicio de un problema para así evitar que vuelva suceder.

Técnica para dar una solución: Cuando los clientes acuden a tus servicios necesitan que los ayudes a resolver sus problemas y dudas, y no que estos aumenten aún más. Para ello debes procurar escuchar con atención todo lo que ellos digan y poder darles una solución o respuesta efectiva que les haga sentir a gusto .

Ofrecer soluciones provechosas no se basa en ofrecer promociones, o descuentos, se trata de que el servicio que provees se convierta en el mismo beneficio que los clientes requieren. Un servicio después de la venta ayuda mucho cuando se ofrece una atención de calidad . (Arenal, 2018)

Técnica de explicación: Patiño (2019) señala que la técnica FAB se utiliza cuando se está vendiendo un producto, aunque en caso de que la necesites en algún otro momento nada impide usarla. Mirar e identificar las necesidades y requerimientos de los clientes, sirve para

elaborar productos y servicios que los satisfagan completamente. Dado esto, tu empresa logra grandes beneficios .

Esta técnica implica dar a conocer al cliente información o datos importantes para que este pueda elegir el producto o servicio que más le convenga. Cuando los usuarios presentan alguna duda, el personal debe procurar escuchar con atención el problema, dar una solución eficaz y posteriormente dar a conocer los beneficios que se obtendrán . (Arenal, 2018)

Técnicas para empatizar: Son aquellas tácticas que tienen como objetivo hacerle saber al cliente que nos preocupamos por él y que estamos al tanto de sus necesidades y de lo que está pasando. Son muy beneficiosas, sin embargo, requieren de mucho esfuerzo y dedicación, pues se trata de ofrecerle a cada usuario una atención especial ya que no todos pasan por lo mismo .

Patiño (2019) indica que comprender y conocer la situación por la que pasa el usuario no es una tarea complicada. Solo basta con seguir estos pasos o estrategias:

- Reconozco el sentir: identificar el problema del cliente y comprender lo que siente ante esta situación .
- Me ha pasado también: recordar las veces que pasaste por una situación parecida, esto te ayuda a relacionarte mejor con otra persona .
- Cómo lo sabía: identificar un problema de otra persona como algo que también te ha pasado genera tranquilidad .

Técnicas de interrogación: Es la que se utiliza para conocer más de cerca al cliente, se basa en el planteamiento de diversas preguntas que permiten conocer cuáles son las necesidades, gustos y expectativas de los clientes. Toda esta información sirve para brindarles mejores servicio y productos que vayan acorde con lo que ellos requieren. (Arenal, 2018)

Otras Técnicas de Atención al Cliente

Definimos usuario, como cliente y/o ciudadano, a través del reconocimiento de

múltiples factores como: psicológicos, sociales y contextuales, lo que nos ha permitido realizar una tipología de los mismos según su personalidad (Villa, 2015)

Asimismo ponemos de conocimiento que hay diferentes técnicas para conocer mejor a nuestro usuario y así responder de manera personalizada a sus necesidades y expectativas, que hemos identificado, lo más importante es escuchar atentamente al usuario y anotar toda la información que nos comente, incluso aquellos datos complementarios que puedan sernos de utilidad en posteriores comunicaciones con el cliente y/o ciudadano . (Villa, 2015)

Estrategias de Atención al Cliente:

Ugalde (2017), dio a conocer las siguientes estrategias de Atención al Cliente:

- Acuerdos de niveles de servicio: se basa respecto al nivel de servicio entre el consumidor y proveedor, constituyéndose por distintos factores tales como; el tiempo de espera, disponibilidad, personal capacitado, entre otros.

- La evaluación del servicio: es el valor que se rescata por parte del cliente, con la finalidad de conocer las opiniones de todos los clientes respecto al bien o servicio que ofrece una organización, teniendo en cuenta que no siempre se va a lograr un nivel que satisfaga las necesidades del consumidor.

- Manejo de quejas, reclamos y sugerencias: se establece en estudiar las características que posee el cliente, y así de esta manera estar atentos y saber cómo resolver y manejar las quejas o reclamos que estos realizan respecto a la atención brindada.

- Retención y fidelización del cliente: se tiene en cuenta la aplicación de estrategias para la captación de cliente y cómo lograr que se mantengan. Lograr fidelizar al cliente significa como es que esté regrese a comprar nuestros productos o servicios y no elija a la competencia, empleando así estrategias que conlleven a su satisfacción y fidelización.

- Sistemas de gestión de las relaciones con el cliente: manera de cómo saber interactuar y llegar a los clientes, para ello se debe de contar con un personal capacitado el cual le brinde

una buena atención que satisfaga sus necesidades y de esta manera generar una relación a largo plazo con nuestra empresa.

Fidelización de Clientes

La fidelidad de los clientes hoy en día es un objetivo que muchas organizaciones buscan satisfacer. Existen muchos métodos para lograr aumentar la fidelidad de los clientes, sin embargo no todas logran ese propósito. La fidelización consiste en satisfacer sus gustos, necesidades y preferencias de un cliente, logrando cumplir con sus expectativas de compra, conllevando a adquirir en dicha empresa de manera continua el producto o servicio ofrecido. El principal motivo por el cual un cliente es fiel a una empresa es por la calidad de los productos o servicios que ofrece, sin embargo no es el único ingrediente a tomar en cuenta .

La percepción del cliente a través del diseño es un factor importante para su toma de decisión. Así mismo la fidelidad de un cliente permite a la empresa obtener ingresos de manera más o menos habitual, sin mucho esfuerzo de marketing (Neill & Cortez, 2018)

Satisfacción al Cliente

De esta forma Kotler refiere que la satisfacción del cliente se puede definir como el nivel de estado de ánimo en el que se encuentra el consumidor luego de haber percibido o notado el producto o servicio. También hay clientes que solo quieren degustar otros platos y también las variedades del servicio de restaurantes en la actualidad hoy esta amplia que el cliente estará satisfecho siempre al escoger. Hoy en día nuestra gastronomía es reconocida a nivel mundial y eso atrae a turísticas y sirve para el desarrollo y crecimiento de nuestra gastronomía.

Como principios de la Atención al Cliente se establece que el cliente es el que valora la calidad en la atención que recibe. Cualquier sugerencia o consejo es fundamental para la mejora. Toda acción en la prestación del servicio debe estar dirigida a lograr la satisfacción en el cliente. Esta satisfacción debe garantizarse en cantidad, calidad, tiempo y precio. Las

exigencias del cliente orientan la estrategia de la empresa con respecto a la producción de bienes y servicios. El diseño del servicio que se realiza debe satisfacer plenamente las necesidades de los clientes, además de garantizar la competitividad de la empresa de forma tal que pueda permanecer en el mercado. Las empresas deben reducir la diferencia entre la realidad de su oferta (productos o servicios) y las necesidades y preferencias del cliente. (Solórzano, 2013)

Importancia de la Satisfacción de Atención al Cliente

La medición que utiliza la organización para cuantificar es la calidad de servicio que ofrece a todos sus clientes es el modelo SERVQUAL para la estandarización por medio la cual es una serie de procedimiento que evalúa la satisfacción de cualquier organización. No solo es calcular sino también es realizar el seguimiento se presenta las siguientes etapas:

- Etapa obtener información.
- Etapa para utilizar la información.

Todas las organizaciones deberían tener los métodos para realizar el seguimiento de la satisfacción del cliente ¿cómo, que, quien, cuando? se obtiene y se utiliza en la información. (Espinoza, 2018)

Concepto de Mypes:

La definición de las Micro y Pequeña Empresa se entiende que es una unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, establecido por cualquier forma de organización o gestión empresarial respaldada en la legislación vigente, que tiene como objetivo emplear y desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. (Salazar, 2018)

Los Micros y Pequeñas Empresas

Según la ley 28015, 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 objetivo desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.

De esta manera la ley 28015 se refiere que las Mypes son unidades económicas creadas por una persona natural o jurídica para cualquier tipo de liderazgo empresarial en las leyes actuales el cual tiene como objetivo fomentar la comercialización, fabricaciones, etc.; para de esta manera ser rentables y competitivos.

La definición de las Micro y Pequeña Empresa se entiende que es una unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, establecido por cualquier forma de organización o gestión empresarial respaldada en la legislación vigente, que tiene como objetivo emplear y desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. (Salazar, 2018)

Concepto de Representante Legal:

Se entiende por representación legal aquella que establece la ley positiva en forma imperativa para que determinadas personas, fundamentalmente aquellas a quienes se les ha negado la capacidad de ejercicio, puedan hacer valer sus derechos o puedan cumplir con sus obligaciones mediante la actuación de otra capaz. (Oliveros, 2017)

III. HIPÓTESIS

3.1 Hipótesis

En el presente trabajo de investigación busca describir cómo es la Gestión de Calidad basada en Atención al Cliente en la MYPES rubro restaurantes de San Juan de Lurigancho, Lima, 2022, no se formuló hipótesis alguna, por ser una investigación puramente descriptiva.

3.1.1 Identificación de las variables

Variable 01: Gestión de Calidad.

Variable 02: Atención al Cliente.

IV. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

4.1. Diseño de Investigación

Es una investigación de tipo cuantitativa porque está centrada en la cuantificación de los datos recopilados por el instrumento cuestionario. Es una investigación muy empleada para identificar tendencias y promedios, realizar predicciones, comprobar relaciones y obtener resultados generales de poblaciones grandes. Emplea Herramientas informáticas, estadísticas, y matemáticas para obtener resultados . (Neill & Cortez, 2018)

El diseño de la investigación es cuantitativa, ya que son aquellas que pueden expresarse en términos numéricos precisos, así como niveles de venta, producción, cantidad de trabajadores. “Para la elaboración del presente trabajo de investigación se utilizará el diseño no experimental-transversal, descriptiva. (Galeano, 2018)

No experimental, porque se realizó sin manipular deliberadamente a la variable en estudio, se presentará tal y como se muestra dentro de su contexto

El diseño de la investigación fue no experimental, pues no se manipulo voluntariamente las variables en estudio, se basó principalmente en la observación del fenómeno tal cual se dio en su contexto permitiendo ser analizados, también fue de diseño transversal por que la información se recolecto en el presente y en un solo momento dado (Galeano, 2018)

Transversal, porque el estudio se llevará a cabo en un espacio determinado de tiempo con un inicio y un fin específicamente el año 2021.

Su propósito es describir las variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado (Ibidem, p.270).

El nivel de investigacion fue de nivel descriptivo, porque se mencionó las propiedades de cada variable de estudio (Gestión de Calidad basada en atención del cliente), y por qué se describió la naturaleza de un determinado segmento, sin tener que centrarse en las razones de por qué se produce algún cambio y sin influir sobre la variable en estudio.

Fue descriptivo, porque se mencionó las características resaltantes de las variables Gestión de Calidad bajo el enfoque de atención al cliente .

La investigación fue de nivel descriptivo, por qué se describió la naturaleza de un determinado segmento, sin tener que centrarse en las razones de por qué se produce algún cambio y sin influir sobre la variable en estudio, también se requirió aplicar la observación .

4.2. Población y Muestra:

Las unidades de la población de nuestro estudio, está conformada por un total de 8 Mypes, que brindan servicios de restaurantes, las mismas que se encuentran ubicadas en la avenida Las Flores, del distrito de San Juan de Lurigancho-Lima, 2022. La muestra también se considera de 8 Mypes por ser una población pequeña.

García (2016), indica que una muestra es el subconjunto de la población donde se realizara la medición y las conclusiones permitirán ser generalizables para toda la población.

p.130

4.3. Matriz de Operacionalización de las Variables.

Variable	Definición conceptual	Dimensión	Definición operacional	Indicadores	Items	Fuente	Escala
Gestión de Calidad	La finalidad es la mejora constante de bienes y servicios ofertados y la consecución de mayor satisfacción del cliente (Sánchez, 2017)	Procesos	La dimensión procesos será medida de planificar, hacer, verificar, actuar se medirá con sus indicadores: misión, protocolos, realizar, procesos de actividades, evaluaciones, seguimiento, retroalimentación, mejora continua, Con la técnica de la encuesta y el instrumento cuestionario	Planificar	1. ¿En el restaurante se ha establecido la misión?	Propietario	Nominal
					2. ¿En el restaurante se aplica protocolos de Gestión de Calidad?		
				Hacer	3. ¿En el restaurante se realizan capacitación al personal?		
					4. ¿En el restaurante tiene establecido el manual de los procesos de actividades?		
				Verificar	5. ¿En el restaurante se evalúa los objetivos y procesos?		
					6. ¿Se realizan seguimientos a las actividades establecidas por el restaurante?		
				Actuar	7. ¿En el restaurante desarrolla retroalimentación sobre la Calidad del Servicio?		
					8. ¿En el restaurante tienen establecidas las políticas de mejora?		
		Herramientas de Gestión	La dimensión herramienta de gestión será medida por sus indicadores: Lluvia de ideas Diagrama de Pareto, Diagrama de Ishikawa, Histograma, Hoja de recogida de datos, Diagrama de Gantt, Diagrama de flujo y el instrumento cuestionario	Lluvia de ideas	9. ¿Conoce la herramienta de lluvia de ideas?	Trabajador	
				Diagrama de Pareto	10. ¿Conoce el diagrama de Pareto?		
				Diagrama de Ishikawa	11. ¿Conoce las causas que ocasionan los problemas en el servicio del restaurante?		
				Histograma	12. ¿Sabe cómo emplear la herramienta del histograma para representar las causas de los servicios de manera porcentual?		
				Hoja de recogida de datos	13. ¿Ha utilizado una Lista de Recojo de datos para verificar el cumplimiento de un buen servicio en el restaurante?		
				Diagrama de Gantt	14. ¿Ha utilizado el diagrama de Gantt para representar el cronograma de sus actividades?		
				Diagrama de flujo	15. ¿Ha identificado de gráficamente sus procesos?		

Variable	Definición conceptual	Dimensión	Definición operacional	Indicador	Items	Fuente	Escala
Atención al Cliente	Para, Torres (2018) establece que la atención al cliente es el servicio proporcionado por una empresa con el fin de relacionarse con los clientes y anticiparse a la satisfacción de sus necesidades	Elementos	La dimensión de elementos será medida por sus indicadores de Fiabilidad, Seguridad, Elementos tangibles, Capacidad de respuesta, Empatía, Con la técnica de la encuesta y el instrumento cuestionario	Servicio	16. ¿En el restaurante realizan bien el servicio de atención al cliente desde la primera vez?	Clientes	Nominal
				Seguridad	17. ¿En el restaurante brindan seguridad en la atención?		
				Infraestructura y Equipos modernos	18. ¿En el restaurante tiene buena infraestructura y equipos modernos?		
				Ayuda	19. ¿En el restaurante siempre se muestra dispuestos a ayudar a los clientes?		
				Se preocupan por los clientes	20. ¿En el restaurante se enfocan en los clientes?		
		Técnicas	La dimensión técnica será medida por sus dimensiones de trato, amabilidad, actitud, escuchar, solución, explicación, interrogación y el instrumento cuestionario	Trato	21. ¿El personal inspira confianza y brinda atención personalizada?		
				Amabilidad	22. ¿El personal es amable y carismático?		
				Actitud	23. ¿El personal del restaurante tiene voluntad al momento de brindar un servicio?		
				Escuchar	24. ¿El personal del restaurante escucha requerimientos y recomendaciones de los clientes?		
				Solución	25. ¿El personal del restaurante le brinda una solución inmediata cuando se presenta algún problema con la atención?		

4.4. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

Las técnicas e instrumentos son medios que se utilizan para llevar a cabo la recopilación de datos o información, entre las cuales destacan las entrevistas y las encuestas.

Técnica, que se utilizó en la investigación es la encuesta, se realizaron dos tipos encuestas, una para evaluar la Gestión de Calidad y la otra la Atención al Cliente en las Mypes.

La técnica es indispensable en la investigación ya que se orienta a la obtención de datos, además integra un conjunto de Herramientas, instrumentos y procedimientos que son utilizados para obtener conocimiento e información.

Instrumentos, La encuesta es una técnica de investigación social, que ha trascendido el ámbito de la investigación científica permite la recolección de datos cuantitativos de una población muestral. Emplea como instrumento el cuestionario de 25 preguntas, cuyos datos obtenidos serán procesados con métodos estadísticos. Este instrumento consta de una lista de preguntas las que se obtienen de la operacionalización de las variables, que están dirigidas a 8 Mypes por ser una población pequeña, con un total de 24 trabajadores y 24 clientes. Dicho instrumento será evaluado con el fin de determinar su confiabilidad. Además, será validado por el juicio de tres expertos (Westreicher, 2020)

Cada investigador elige que instrumento se ajusta más al tipo y diseño de investigación, considerando siempre la característica de todo instrumento de medida como, su validez, fiabilidad y en cuanto a las variables, su grado de operatividad.

Para el desarrollo de la presente investigación se aplicó la técnica de la encuesta, que busca recolectar información por medio de un cuestionario basado en un conjunto de preguntas de escala nominal, orientadas a una población objetiva con el fin de conocer estados de opinión, características o hechos específicos. (Sordo, 2021)

El cuestionario se obtuvo a partir de la operacionalización de las variables, teniendo en cuenta la muestra más idónea para describir la realidad de los indicadores de esta investigación,

de tal forma que se procedió a aplicar el cuestionario de forma presencial, en coordinación con los responsables del restaurante. (Sordo, 2021)

Se elaboraron 04 cuestionarios, que consta de 25 preguntas en total y divididas de la siguiente manera; 1er cuestionario está dirigido al propietario, de la cual participaron 8 dueños, teniendo en cuenta la variable Gestión de Calidad, con el objetivo específico; Identificación de Procesos, y sus preguntas fueron enumeradas desde 01 hasta el 08; 2do cuestionario está dirigido al trabajador, de la cual participaron 24 en total, teniendo en cuenta la variable Gestión de Calidad, con el objetivo específico: Herramientas de Gestión, y sus preguntas fueron enumeradas desde el 09 hasta el 15; 3er cuestionario está dirigido al Cliente, de la cual participaron 24 en total, teniendo en cuenta la variable Atención al Cliente, con el objetivo específico: Elementos del Servicio, y sus preguntas fueron enumeradas desde el 16 hasta el 20; 4to cuestionario está dirigido al Cliente, de la cual participaron 24 en total, teniendo en cuenta la variable Atención al Cliente, con el objetivo específico: Técnicas de Atención al Cliente, y sus preguntas fueron enumeradas desde el 21 hasta el 25; Asimismo lo detallo a continuación la descripción de los cuestionarios aplicados:

CUESTIONARIOS	DIRIGIDO A:	PARTICIPANTES	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	PREGUNTAS
1er. Cuestionario	A propietario	08	Identificación de Procesos (Variable: Gestión de Calidad)	01 - 08
2do. Cuestionario	Al trabajador	24	Herramientas de Gestión (Variable: Gestión de Calidad)	09 - 15
3er. Cuestionario	Al Cliente	24	Elementos del Servicio (Variable: Atención al Cliente)	16 - 20
4to. Cuestionario	Al Cliente	24	Técnicas de Atención al Cliente (Variable: Atención al Cliente)	21 - 25

Tipo de preguntas: Se basó en preguntas cerradas. Son aquellas preguntas que se responden con un sí, un no o con una respuesta muy corta.

4.5. Plan de Análisis

Análisis de los datos, recolectados en la investigación se utilizó la estadística descriptiva; se elaboraron Tablas de distribución de frecuencias absolutas y relativas porcentuales y gráficos estadísticos de las variables en estudio.

Es una técnica que emplea el investigador para procesar la información recolectada, la cual permite lograr la organización de los datos relativos a una variable, indicadores e ítems. Requiere de un proceso sistemático y cuidadoso en relación con el traslado de las respuestas emitidas por cada sujeto de la muestra seleccionada a la Tabla de tabulación.

4.6. Matriz de Consistencia

Titulo	Problema	Objetivos	Variables	Metodología
Gestión de Calidad basada en Atención al Cliente en MYPES rubro restaurante de San Juan de Lurigancho-Lima ,2022	¿Cuáles son las características de la Gestión de Calidad basada en Atención al Cliente en MYPES rubro restaurante de San Juan de Lurigancho-Lima ,2022?	General: Determinar las características de la Gestión de Calidad basada en Atención al Cliente en MYPES rubro restaurante de San Juan de Lurigancho-Lima ,2022	Gestión de Calidad	Descriptiva, cuantitativa, diseño no experimental, corte transversal. Técnica: encuesta Instrumento cuestionario De 8 propietarios, 24 trabajadores y 24 clientes
		(a) Identificar el proceso de la Gestión de Calidad en las Mypes rubro restaurante de San Juan de Lurigancho – Lima, 2022		
		(b) Conocer las Herramientas de Gestión de Calidad en las Mypes rubro restaurantes de San Juan de Lurigancho – Lima, 2022		
		(c) Conocer los Elementos del Servicio al Cliente en las Mypes rubro restaurantes de San Juan de Lurigancho – Lima, 2022	Atención al cliente	
		(d) Identificar las Técnicas de Atención al Cliente en las Mypes rubro restaurantes de San Juan de Lurigancho – Lima, 2022		

4.7.Principios Éticos

Es este trabajo de investigación se respetará la propiedad intelectual, y los derechos de los autores consultados y se consideró los siguientes principios éticos basados en los requisitos indicados por la universidad. (ULADECH, 2019)

Protección a las personas

La persona, en toda investigación es el fin y no el medio, necesita cierto grado de protección y la probabilidad de que obtenga un beneficio.

En las investigaciones se debe respetar la dignidad humana, la identidad, la diversidad, la confidencialidad, la privacidad e involucra el pleno respeto de sus derechos fundamentales y en particular, si se encuentran en situación de vulnerabilidad.

Cuidado del medio ambiente y la biodiversidad

Las investigaciones que involucran el medio ambiente, plantas y animales, deben tomar medidas para evitar daños. Respetando la dignidad de los animales y el cuidado del medio ambiente incluido las plantas. Planificando acciones para maximizar los beneficios.

Libre participación y derecho a estar informado

Las personas que participan en actividades de investigación tienen el derecho a estar bien informados, sobre los propósitos y finalidades de la investigación y la libertad de participar en ella por voluntad propia a través de un consentimiento informado.

Beneficencia no maleficencia

Se debe asegurar el bienestar de las personas que participan en las investigaciones.

La conducta del investigador debe responder a lo siguiente:

- No causar daño.
- Disminuir los posibles efectos adversos.
- Maximizar los beneficios.

Justicia

El investigador debe ejercer un juicio razonable y no dar lugar a 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.

Integridad científica

La integridad o rectitud deben regir no sólo la actividad científica de un investigador, sino que debe extenderse a sus actividades de enseñanza y a su ejercicio profesional. Se evalúan y declaran daños, riesgos y beneficios potenciales que puedan afectar a quienes participan en una investigación.

V. RESULTADOS

5.1. Resultados

Resultados demográficos

Tabla N°. 1. Características demográficas

ITEM	N	%	TOTAL
EDAD	De 18 a 28 años	1	12.50
	De 29 a 39 años	2	25.00
	De 40 a 50 años	5	62.50
GENERO	Masculino	5	62.50
	Femenino	3	37.50
INSTRUCCIÓN	Secundaria	5	62.50
	Técnica	2	25.00
	Superior	2	12.50
AÑOS DE LA EMPRESA EN EL MERCADO	De 1 a 2 años	1	12.50
	De 3 a 5 años	2	25.00
	De 6 a más años	5	62.50

Nota: Cuestionario aplicado a los representantes (dueños) de las Mypes, 2022.
Elaboración propia.

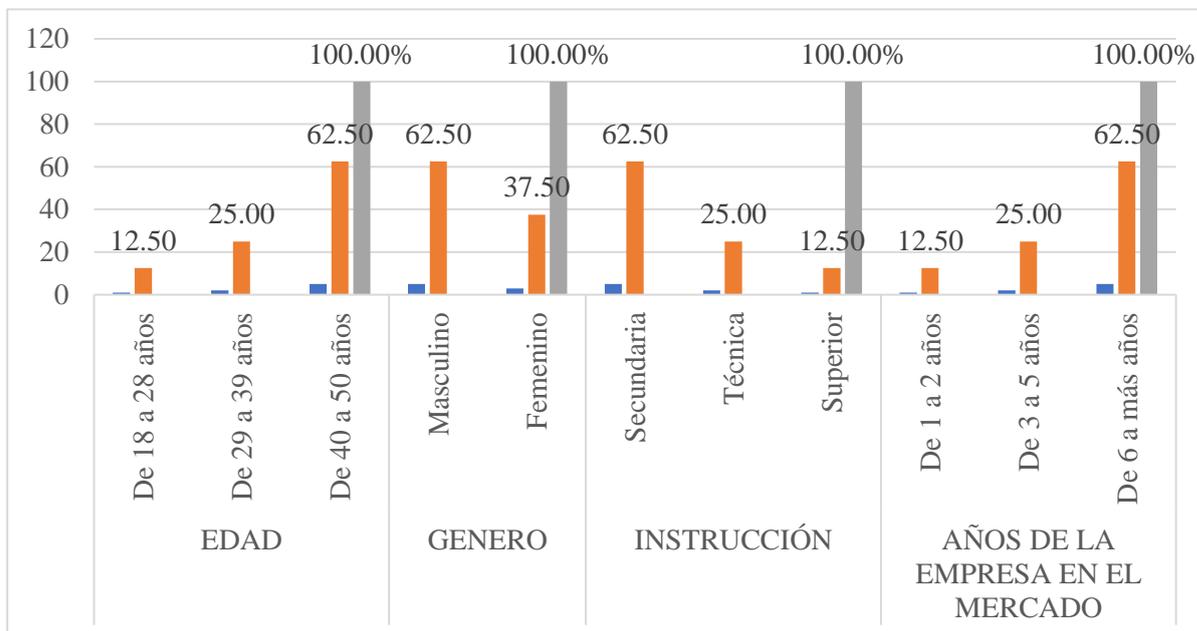


Figura N°. 1. Gráfico de barras que representa a Características demográficas.

Elaboración propia.

Interpretación:

En la Tabla y Figura 1, El 62.50% de los encuestados se encuentran en el rango de edades de 40 a 50 años, el 25% entre 29 a 39 años y el resto es de 18 a 28 años; el género el 62.50% de los encuestados es masculino y el 37.50% es femenino; respecto al grado de instrucción el 62.50% de los encuestados tienen un nivel de estudio secundario, el 25% son técnicos y el resto tienen un nivel de estudio superior; años en el mercado el 62.50 % tiene laborando en la empresa de 6 años a más, el 25 % de 3 a 5 años, y el resto tiene de 1 a 2 años.

Tabla N°. 2. Características demográficas

	ITEM	N	%	TOTAL
EDAD	De 18 a 28 años	6	25.00	
	De 29 a 39 años	10	41.67	
	De 40 a 50 años	8	33.33	100.00
GENERO	Masculino	10	41.67	
	Femenino	14	58.33	100.00
INSTRUCCIÓN	Secundaria	20	83.33	
	Técnica	4	16.67	
	Superior	0	0.00	100.00
AÑOS LABORANDO EN LA EMPRESA	De 1 a 2 años	4	16.67	
	De 3 a 5 años	8	33.33	
	De 6 a más años	12	50.00	100.00

Nota: Cuestionario aplicado a los trabajadores de las Mypes, 2022

Elaboración propia

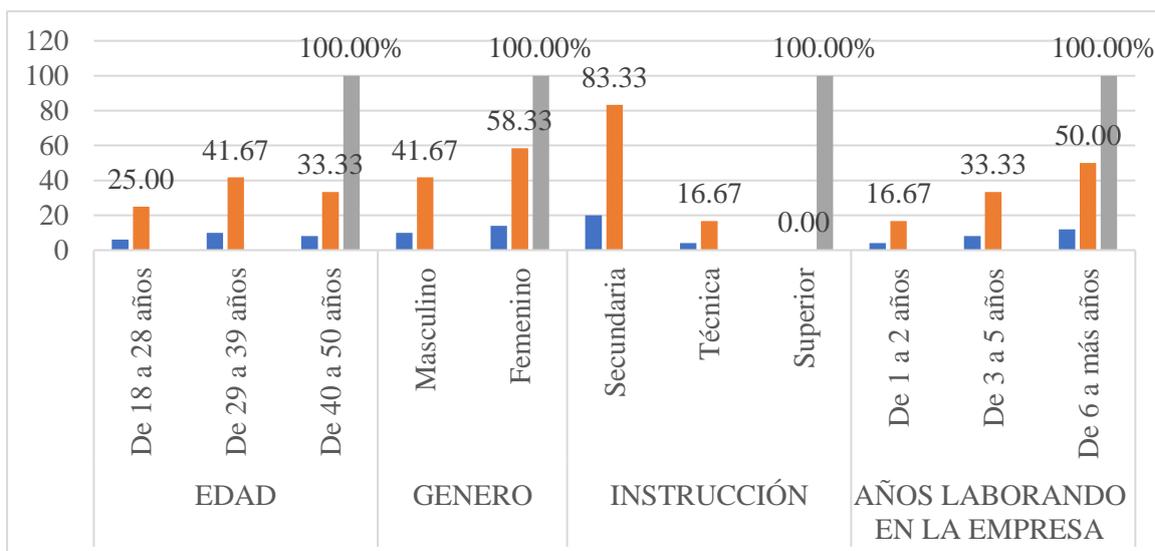


Figura N°. 2. Gráfico de barras que representa a Características demográficas

Elaboración propia.

Interpretación:

En la Tabla y Figura 2, el 41.67 % de los encuestados se encuentran en el rango de edades de 29 a 39 años, el 33.33 % entre 40 a 50 años y el resto es de 18 a 28 años; el género el 58.33% de los encuestados es femenino y el 41.67% es masculino; respecto al grado de instrucción el 83.33 % de los encuestados tienen un nivel de estudio secundario, el 16.17% son técnicos; años en el mercado el 50 % tiene de 6 años más , el 33.33 % de 3 a 5 años, y el resto tiene de 1 a 2 años .

Tabla N°. 3. Características demográficas

	ITEM	N	%	TOTAL
EDAD	De 18 a 28 años	8	33.33	100.00
	De 29 a 39 años	12	50.00	
	De 40 a 50 años	4	16.67	
GENERO	Masculino	10	41.67	100.00
	Femenino	14	58.33	
INSTRUCCIÓN	Secundaria	18	75.00	100.00
	Técnica	5	20.83	
	Superior	1	4.17	
OCUPACIÓN	ama de casa	12	50.00	

independientes	6	25.00	
otros	6	25.00	100.00

Nota: Cuestionario aplicado a los clientes de las Mypes, 2022
Elaboración propia

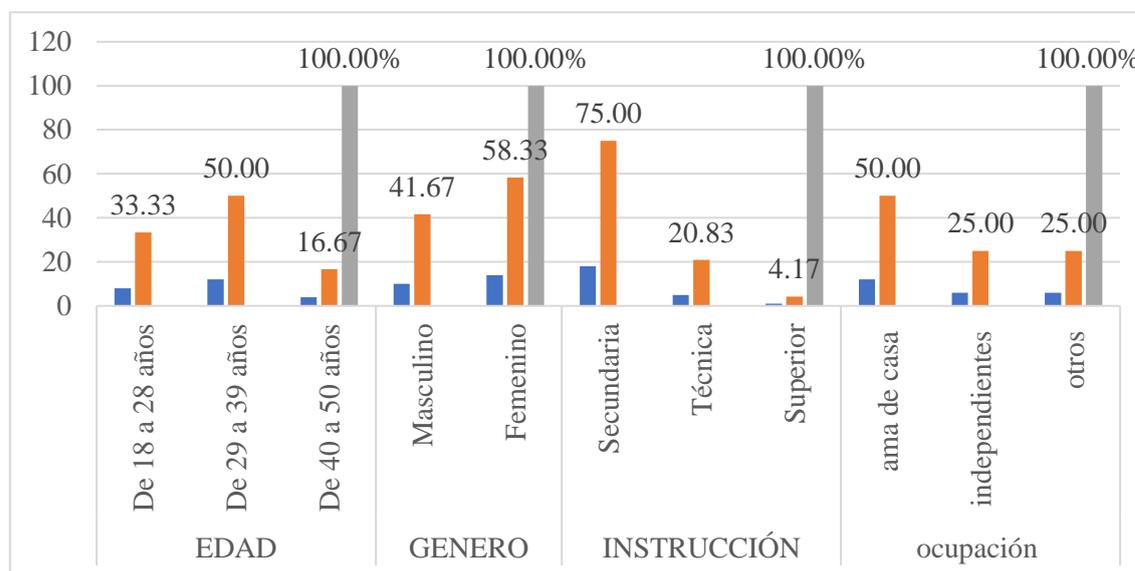


Figura N°. 3. Gráfico de barras que representa a Características demográficas
Elaboración propia

Interpretación:

En la Tabla y Figura 3 , el 50 % de los encuestados se encuentran en el rango de edades de 29 a 39 años, el 33.33 % entre 18 a 28 años y el resto es de 40 a 50 años; el género el 58.33% de los encuestados es femenino y el 41.67% es masculino; respecto al grado de instrucción el 75 % de los encuestados tienen un nivel de estudio secundario, el 20.83 % son técnicos y el resto es de nivel superior ; respecto a su ocupación el 50 % es ama de casa , el 25 % trabajan de manera independiente y el resto es de otros tipos .

5.1.1. Gestión de Calidad

5.1.1.1 Objetivo: Identificar el proceso de la Gestión de Calidad en la Mypes rubro restaurante de la Av. Las Flores de San Juan de Lurigancho – Lima, 2022

Tabla N°. 4. ¿Identificar el Proceso de Gestión de Calidad en las Mypes?

N°	ITEM	SI		NO		TOTAL	
		f	%	f	%	f	%
1	¿En el restaurante se ha establecido la misión?	2	25.00	6	75.00	8	100
2	¿El restaurante aplica protocolos de Gestión de Calidad?	1	12.50	7	87.50	8	100
3	¿En el restaurante brindan capacitación al personal?	1	12.50	7	87.50	8	100
4	¿En el restaurante tiene establecido el manual de proceso de actividades?	1	12.50	7	87.50	8	100
5	¿En el restaurante se evalúa los objetivos y procesos?	2	25.00	6	75.00	8	100
6	¿Se realiza seguimientos a las actividades establecidas?	2	25.00	6	75.00	8	100
7	¿En el restaurante desarrolla retroalimentación sobre la Calidad del Servicio?	2	25.00	6	75.00	8	100
8	¿En el restaurante tiene establecido política y mejora?	1	12.50	7	87.50	8	100

Nota: Cuestionario aplicado a los representantes (dueños), 2022.
Elaboración: propia

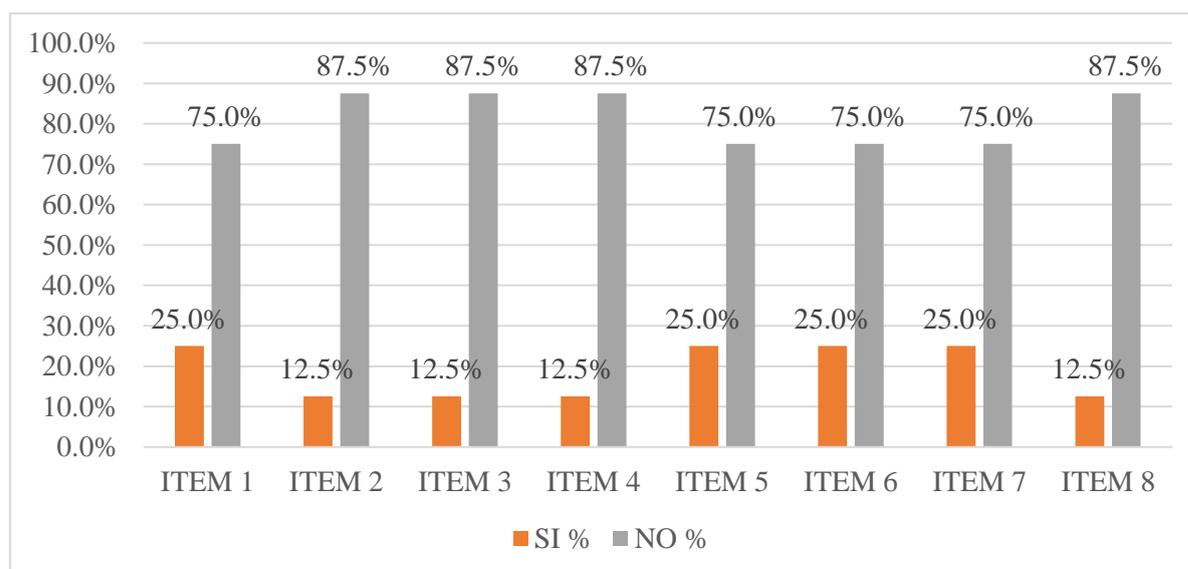


Figura N°. 4. Gráfico de barras que representa a Identificar el Proceso de la Gestión de Calidad

Elaboración propia

Interpretación:

En la Tabla y Figura 4 ,denominada “Identificar el proceso de la Gestión de Calidad” en lo que respecta la totalidad de las personas encuestado y las respuestas obtenidas, indica que el 75% no establecen una misión y el 25% indican que sí, mientras que el 87.5% no aplica protocolos de Gestión de Calidad y el 12.5% indican que sí, mientras que el 87.5 % no realizan seguimientos a los protocolos y el 12.5 % indican que sí, mientras que el 87.5% no tiene establecido un manual de procesos de actividades y el 12.5 % indican que sí, mientras que el 75% no evalúa los objetivos y procesos y el 25% indican que sí, mientras que el 75% no realizan seguimientos a las actividades establecida y el 25% indican que sí, mientras que el 75% no desarrolla retroalimentación de Calidad del Servicio y el 25% indican que sí, mientras que el 87.5 % no establecido una política y mejora y el 12.5 % indican que sí.

5.1.1.2 Objetivo: Conocer las Herramientas de la Gestión de Calidad en las Mypes rubro restaurante de la Av. Las Flores de San Juan de Lurigancho – Lima, 2022

Tabla N°. 5. *¿Herramientas de Gestión de Calidad?*

ITEM	SI		NO		TOTAL	
	f	%	f	%	f	%
9. ¿Conoce la herramienta de lluvia de ideas?	6	25.00	18	75.00	24	100
10. ¿Conoce el diagrama de Pareto?	0	0	24	100	24	100
11. ¿Conoce las causas que ocasionan los problemas en el servicio del restaurante?	21	87.5	3	12.50	24	100
12. ¿Sabe cómo emplear la Herramienta de Histograma para representar las causas de los servicios de manera porcentual?	0	0	24	100	24	100

13. ¿Ha utilizado una Lista de Recojo de datos para verificar el cumplimiento de un buen servicio en el restaurante?	9	37.50	15	62.50	24	100
14. ¿Ha utilizado el diagrama de Gantt para representar el cronograma de actividades?	0	0	24	100	24	100
15. ¿Ha identificado gráficamente sus procesos?	3	12.50	21	87.50	24	100

Nota: Cuestionario aplicado a los trabajadores, 2022

Elaboración: propia

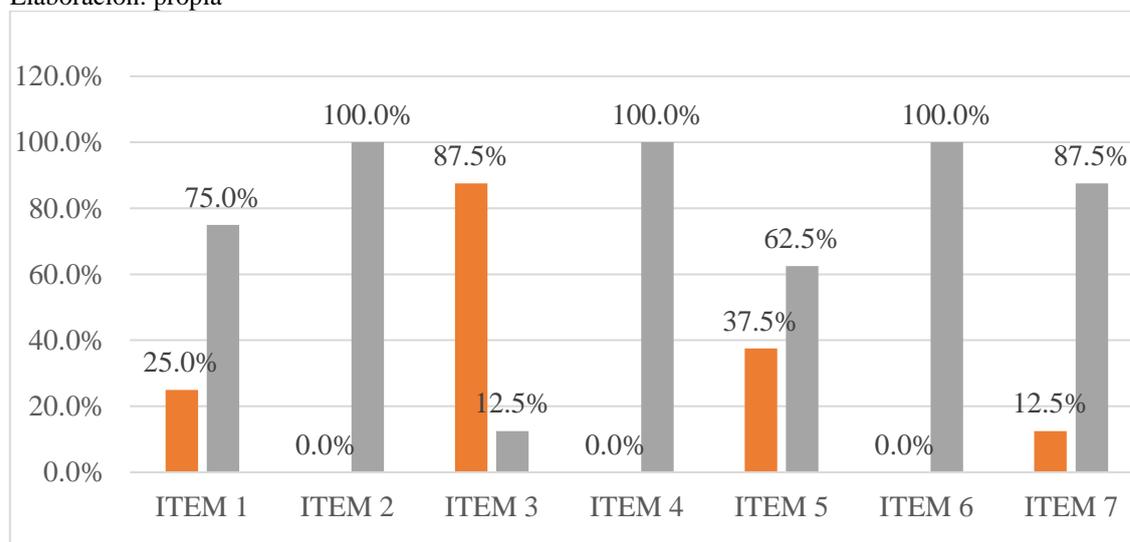


Figura N°. 5. Gráfico de barras que representa a Herramientas de Gestión de Calidad

Elaboración propia.

Interpretación:

En la Tabla y Figura 5, denominada “Las Herramientas de Gestión de Calidad” en lo que respecta la totalidad de las personas encuestado y las respuestas obtenidas, indica que el 75% no conoce la herramienta lluvia de ideas y el 25% indican que sí. Mientras que el 100% no conoce el Diagrama de Pareto, mientras que el 87.5% si conocen los problemas en el servicio y el 12.5% indican que no, mientras que el 100% no cómo sabe cómo emplear la Herramienta de Histograma para representar las causa de los servicios de manera porcentual, mientras que el 62.5% no ha utilizado una Lista de Recojo de datos para verificar el cumplimiento de un buen servicio y el 37.5% indican que sí, mientras que el 100% desconoce el Diagrama de Gantt,

mientras que el 87.5% no ha identificado gráficamente sus procesos y el 12.5 % indican que sí.

5.1.2. Atención al Cliente

5.1.2.1 Objetivo: Conocer los Elementos del Servicio al Cliente en la Mypes rubro

restaurante de la Av. Las Flores de San Juan de Lurigancho – Lima, 2022

Tabla N°. 6. ¿Conocer los Elementos del Servicio al Cliente?

ITEM	SI		NO		TOTAL	
	f	%	f	%	f	%
16. ¿En el restaurante realizan bien el servicio de atención al cliente desde la primera vez?	18	75.00	6	25.00	24	100
17. ¿En el restaurante brindan seguridad en la atención?	15	62.50	9	37.50	24	100
18. ¿En el restaurante tiene buena infraestructura y equipos modernos?	15	62.50	9	37.50	24	100
19. ¿En el restaurante siempre se muestra dispuestos a ayudar a los clientes?	18	75.00	6	25.00	24	100
20. ¿En el restaurante se enfocan a los clientes?	15	62.50	9	37.50	24	100

Nota: Cuestionario aplicado a los clientes, 2022

Elaboración: propia

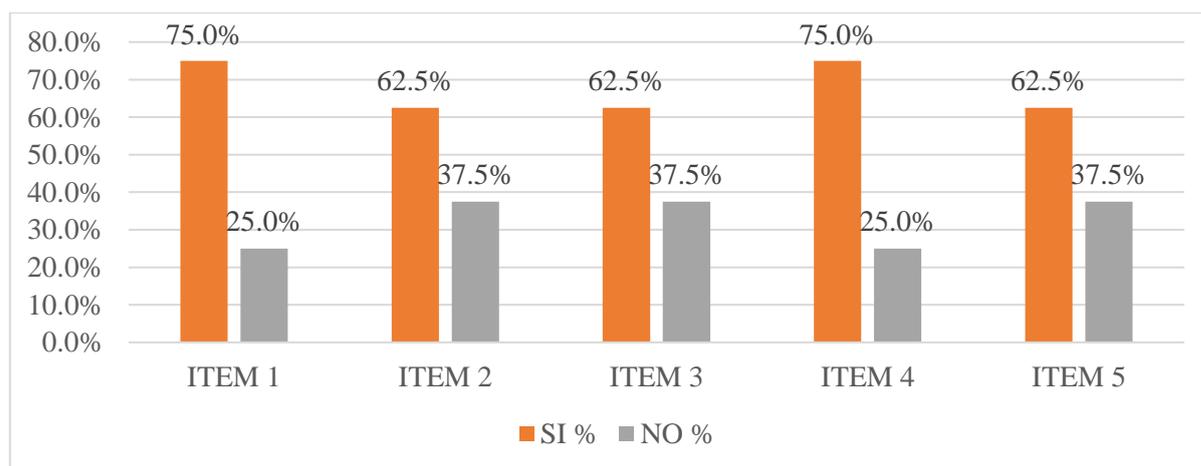


Figura N°. 6. Gráfico de barras que representa a Elementos al Servicio del Cliente

Elaboración propia.

Interpretación:

En la Tabla y Figura 3, denominada “Elementos del Servicio al Cliente” en lo que respecta la totalidad de las personas encuestado y las respuestas obtenidas, indica que el 75. % si realizan bien el servicio de atención al cliente desde la primera y el 25. % indican que no, mientras que el 62.5. % si brindan seguridad en la atención y el 37.5. % indican que no, mientras que el 62.5. % si tiene una buena infraestructura y equipos modernos y el 37.5. % indican que no, mientras que el 75. % siempre se muestra dispuesto a ayudar a los clientes y el 25. % indican que no, mientras que el 62.5. % si se enfocan a los clientes y el 37.5 % indican que no.

5.1.2.2 Objetivo: Identificar Técnicas de Atención al Cliente en la Mypes rubro restaurante de la Av. Las Flores de San Juan de Lurigancho – Lima, 2022

Tabla N°. 7. *¿Identificar Técnicas de Atención al Cliente?*

ITEM	SI		NO		TOTAL	
	f	%	f	%	f	%
21. ¿El personal inspira confianza y brinda atención personalizada?	18	75.00	6	25.00	24	100
22. ¿El personal es amable y carismática?	15	62.50	9	37.50	24	100
23. ¿El personal del restaurante tiene la voluntad al momento de brindar un servicio?	18	75.00	6	25.00	24	100
24. ¿El personal del restaurante escucha requerimientos y recomendaciones de los clientes?	12	50.00	12	50.00	24	100
25. ¿El personal del restaurante le brinda una solución inmediata cuando se presenta algún problema con la atención?	15	62.50	9	37.50	24	100%

Nota: Cuestionario aplicado a los clientes, 2022

Elaboración: propia



Figura N°. 7. Gráfico de barras que representa a Técnicas de Atención al Cliente

Elaboración propia.

Interpretación:

En la Tabla y Figura 4, denominada “Técnicas de Atención al Cliente” en lo que respecta la totalidad de las personas encuestado y las respuestas obtenidas, indican que si el 75 % que el personal inspira confianza y brinda atención personalizada clientes y el 25 % indican que no, mientras que el 62.5 % si indican que el personal es amable y tiene carisma y el 37.5 % indican que no, mientras que el 75% si indican que el personal del restaurante tiene la voluntad al momento de brindar un servicio y el 25 % indican que no ,mientras que el 50% si indican que el personal del restaurante escucha requerimientos y recomendaciones de los clientes y el 50% indican que no, mientras que el 62.5 % si indican que el personal del restaurante le brinda una solución inmediata cuando se presenta algún problema con la atención y el 37.5 % indican que no.

5.2. Análisis de Resultados

5.2.1. Gestión de Calidad

5.2.1.1. Objetivo: Identificar el proceso de la Gestión de Calidad en la Mypes rubro restaurante de la Av. Las Flores de San Juan de Lurigancho – Lima, 2022. En la Tabla y Figura 1, denominada “Identificar el Proceso de la Gestión de Calidad” conforme a los resultados obtenidas, indica que el 75% no establecen una misión y el 25% indican que sí, mientras que el 87.5% indica que no brindan capacitación al personal y el 12.5% indican que sí, mientras que el 87.5 % no realizan seguimientos a los protocolos y el 12.5 % indican que sí, mientras que el 87.5% no tiene establecido un manual de procesos de actividades y el 12.5 % indican que sí, mientras que el 75% no evalúa los objetivos y procesos y el 25% indican que sí, mientras que el 75% no realizan seguimientos a las actividades establecidas y el 25% indican que sí, mientras que el 75% no desarrolla retroalimentación de Calidad del Servicio y el 25% indican que sí, mientras que el 87.5 % no establecido una política y mejora y el 12.5 % indican sí.

5.2.1.2. Objetivo: Conocer las Herramientas de la Gestión de Calidad en la Mypes rubro restaurante de la Av. Las Flores de San Juan de Lurigancho – Lima, 2022. En la Tabla y Figura 2, denominada “Las Herramientas de Gestión de Calidad” conforme a los resultados obtenidas, indica que el 75% no conoce la herramienta de lluvia de ideas y el 25% indican que sí. Mientras que el 100% no conoce el Diagrama de Pareto, mientras que el 87.5% si conocen los problemas en el servicio y el 12.5% indican que no, mientras que el 100 % no cómo sabe cómo emplear la Herramienta de Histograma para representar las causa de los servicios de manera porcentual, mientras que el 62.5% no ha utilizado una Lista de Recojo de datos para verificar el cumplimiento de

un buen servicio y el 37.5 % indican que sí, mientras que el 100 % desconoce el Diagrama de Gantt, mientras que el 87.5% no ha identificado gráficamente sus procesos y el 12.5 % indican que sí.

5.2.2. Atención al Cliente

5.2.1.3. Objetivo: Conocer los Elementos del Servicio al Cliente en la Mypes rubro restaurante de la Av. Las Flores de San Juan de Lurigancho – Lima, 2022. En la Tabla y Figura 3, denominada “Elementos del Servicio al Cliente” conforme a los resultados obtenidas, indica que el 75. % si realizan bien el servicio de atención al cliente desde la primera y el 25. % indican que no, mientras que el 62.5. % si brindan seguridad en la atención y el 37.5. % indican que no, mientras que el 62.5. % si tiene una buena infraestructura y equipos modernos y el 37.5. % indican que no, mientras que el 75. % siempre se muestra dispuesto a ayudar a los clientes y el 25. % indican que no, mientras que el 62.5. % si se enfocan a los clientes y el 37.5 % indican que no.

5.2.1.4. Objetivo: Identificar Técnicas de Atención al Cliente en la Mypes rubro restaurante de la Av. Las Flores de San Juan de Lurigancho – Lima, 2022. En la Tabla y Figura 4, denominada “Técnicas de Atención al Cliente” conforme a los resultados obtenidas, indica que si el 75 % que el personal inspira confianza y brinda atención personalizada clientes y el 25 % indican que no, mientras que el 62.5 % si indican que el personal es amable y tiene carisma y el 37.5 % indican que no, mientras que el 75% si indican que el personal del restaurante tiene la voluntad al momento de brindar un servicio y el 25 % indican que no ,mientras que el 50% si indican que el personal del restaurante escucha requerimientos y recomendaciones de los clientes y el 50% indican que no, mientras que el 62.5 % si indican que el personal del restaurante le brinda una solución inmediata cuando se presenta algún problema con la atención y el 37.5

% indican que no.

VI. CONCLUSIONES

6.1. Conclusiones

Llegamos a la conclusión que la denominada “Identificar el Proceso de Gestión de Calidad” del rubro restaurantes del distrito de San Juan de Lurigancho, la información obtenida nos podemos dar cuenta que en la mayoría de negocios no se aplica los procesos de Gestión de Calidad por falta de desconocimiento de parte de los dueños y los trabajadores, también podemos apreciar que no realizan capacitación al personal en su mayoría y que solo algunos restaurantes si conocen como aplicar los procesos y se van actualizando y mejorando y solo así el negocio será más competitiva y otros no, porque desconocen lo que es gestión y sus procesos. Algunos representantes realizan actividades de Gestión porque consideran que se tiene que mejorar.

Con respecto de la denominada “Herramientas de Gestión de Calidad” de acuerdo a la información obtenido desconocen lo que son Herramientas de Gestión de Calidad en su mayoría, los negocios viven el día a día pensando en las ventas diarias y así poder subsistir y no hay charlas informativa ni capacitaciones.

Con respecto de la denominada “Elementos del Servicio al Cliente en las Mypes rubro restaurantes” en la atención al cliente, se llega a las conclusión que la mayoría si conocen los Elementos del Servicio al Cliente de cómo brindar el servicio de atención desde la primera vez y también brindan seguridad y siempre se muestran dispuesto ayudar y se enfocan a los clientes pero deben tener el concepto más claro, con más charlas para que puedan ir mejorando.

Con respecto de la denominada “Técnicas de Atención al Cliente en las Mypes restaurantes” podemos apreciar que casi la mayoría usan Técnicas de Atención al

Cliente sin conocer su concepto claro de las técnicas de atención, si no por el trato que tienen que dar de cómo inspiras confianza, ser amable y carismático, tener voluntad al momento de brindar un buen servicio.

6.2.Recomendaciones

Se sugiere, que los dueños y trabajadores se capaciten con todo respecto a lo que es Gestión de Calidad basado en Atención al Cliente, así también como en sus Procesos de Gestión, también que se capacite al personal con frecuencia y hacer seguimientos de desempeño para evaluar lo aprendiendo y así poder aplicarlo, también poder tener un mejor manejo en su negocio para que puedan ir mejorando con el tiempo, también que establezcan un plan de incentivos es importante que el personal este motivado, y así poder tener un negocio más competitivo.

Se aconseja, también que deben conocer las Herramientas de Gestión y tener más capacitación periódica tanto para los dueños así como para los trabajadores, también tratar de innovarse y reinventarse, para poder hacer más promociones a través de las redes sociales, mediante la creación de páginas de Facebook o Instagram, realizar publicaciones constantes ya que hoy en día después de la pandemia el mundo está más digitalizado.

Se propone, sobre Elementos de atención al cliente, que a pesar que conocen algunos elementos, se debe contratar al personal con vocación de servicios porque solo así se podrá transmitir un buen servicio de vocación a la hora de brindar su servicio y también dar más charlas informativas sobre brindar un buen servicio y atención al cliente, y hacer seguimientos de desempeño a los trabadores.

Se plantea también, que deben capacitar al personal con Técnicas de Atención al Cliente y así poder aplicarlo en la atención de su servicio y también hacer seguimiento

constante para ver si se refleja la capacitación a la hora de brindan sus servicios.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alanya, V. M. (2020). *La Calidad del Servicio y la Satisfacción de los Clientes en la Empresa INSMETAR S.A.C., 2019*. Lima.
- Amanqui, Q. S. (2020). *Propuesta de Gestión de Calidad MOP PRO para Mejorar la Atención al Cliente en una empresa, Lima 2020*. Lima.
- Arrascue, J., & Segura, E. (2015). *Gestión de Calidad y su Influencia en la Satisfacción del Cliente en la Clínica de Fertilidad del Norte "CLINIFER"*. Chiclayo.
- Burgos, G. D. (2017). *Desarrollo del Sistema de Gestión de Calidad en el Restaurante-Bar Ouzo Agave Azul S.A.S., bajo los lineamientos de la Norma iso 9001:2015 y la Norma Técnica Colombiana Ntsusna 008*. Bogota.
- Cambridge, M. (2010). *Conceptos y fundamentos: del Servicio, Cliente y Producto*.
- Castro, F. A. (2018). *Gestión de Calidad bajo el Enfoque en Atención al Cliente y Plan de Mejora en las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Servicio, rubro Restaurantes de la Avenida Camino Real del distrito de Chimbote, Provincia del Santa, año 2018*. Chimbote.
- Ccencho, P. M. (2018). *Gestión de Calidad bajo el Enfoque de Atención al Cliente en las Micro y Pequeñas empresas, Sector Servicio – rubro Restaurante del distrito de Chimbote, Provincia del Santa, año 2017. caso Chifa "Chinito E.I.R.L."*. Chimbote.
- Chiquiruna, A. L. (2020). *Gestión de Calidad bajo el Enfoque de Atención al Cliente y Plan de Mejora en la Micro y Pequeña Empresa, Sector Servicio, rubro Restaurante de Comida Oriental, Casco Urbano, Ciudad de Chimbote, 2016*. Chimbote.
- Collahua, E. J. (2020). *Comunicación Interna en la Gestión por Procesos y Calidad en la Atención al Cliente en la Clínica Odontológica Víctor Raúl Haya de la Torre, Breña-Lima, 2019*. Lima.
- Cuatrecasas, L., & Gonzáles, J. (2017). *Gestión Integral de la Calidad*. Barcelona: S.L.,2017 Travessera de Gràcia.
- Deming, E. (1990). *Calidad, Productividad y Competitividad*. Automoción.
- Duque, G., Saldarriaga, J., & Bohorquez, E. (2016). El Servicio al Cliente y sus problemáticas actuales: Tendencias Investigativas. *Revista Criterios-23(1)*, 395-408.

- Escuela Europea de Excelencia. (25 de agosto de 2020). *Nuevas Normas ISO es una Iniciativa de Escuela Europea de Excelencia*. Obtenido de ¿Qué es la Gestión de la Calidad?: <https://www.nueva-iso-9001-2015.com/2020/08/que-es-la-gestion-de-la-calidad/>
- Galeano, M. (2018). *Diseño de Proyectos en la Investigación Cualitativa*.
- Gregor, M. (30 de Abril de 2020). *Reactiva Perú, Gestión*. Obtenido de Covid 19 en el Perú: El impacto en las Mypes: <https://economyverde.pe/covid-19-en-el-peru-el-impacto-en-las-mypes>
- Hernández, Barrios & Martínez. (2018). *Gestión de la Calidad: Elemento Clave para el Desarrollo de las Organizaciones*.
- Huergo, J. (2018). *Los Procesos de Gestión*.
- INEI. (2020). *La población de Lima supera los nueve millones y medio de habitantes*. Obtenido de <http://m.inei.gob.pe/prensa/noticias/la-poblacion-de-lima-supera-los-nueve-millones-y-medio-de-habitantes-12031/#:~:text=Seg%C3%BAAn%20distritos%2C%20se%20aprecia%20que,Salvador%20con%20423%20887%20habitantes>.
- ISO, 9. (2017). *Sistemas de Gestión de la Calidad, Requisitos Norma Internacional ISO 9001*.
- Jiménez, V. D. (2017). *Gestión por Procesos para el Restaurante Mama Miche Marisquería*. Ecuador.
- Joschwua, G. (2019). *Propuesta de Implementación de un Sistema de Gestión de Calidad en la Empresa Sociedad Inmobiliaria Hurtado Limitada bajo la normativa ISO 9001:2015*. Chile.
- Limache, P. K. (2020). *Calidad de Servicio y Satisfacción al Cliente del Centro Comercial Flores, Lima 2020*. Lima.
- Lizarzaburu, E., Chávez, M., Barriga, G., & Castro, G. (2018). *Gestión de Operaciones y Calidad*. Obtenido de Pearson Educación de Perú S.A.: <http://www.ebooks7-24.com/stage.aspx?il=&pg=&ed=>
- Lodin, A. A. (2019). *Gestión de Calidad y Eficacia en los Procesos Administrativos de las Mypes del Sector Servicios, rubro Restaurant Turístico, distrito de Oxapampa, año 2019*. Oxapampa.
- Marín, B. L. (2019). *Propuesta para la Implementación del Sistema de Gestión de Calidad en el Restaurante La Cafetería En Connecta (Gate Gourmet)*. Bogota.
- Merchán, H. (2015). *Elementos Clave del Servicio al Cliente de una Microempresa*

de Complementos Vitamínicos Naturales en relación a la Norma ISO 9000.

- Neill & Cortez. (2018). *Procesos y Fundamentos de la Investigación Científica*. Machala - Ecuador : UTMACH.
- Oliveros, R. (2017). *Poder, Representación Y Mandato*.
- Orellana, P. (30 de Diciembre de 2019). *Gestión de Procesos*. Obtenido de Economipedia.com: <https://economipedia.com/definiciones/gestion-de-procesos.html>
- Pérez, K., & Vargas, I. (2017). "*Calidad de Servicio en la Empresa de Entretenimiento Cineplanet, de la Ciudad de Chiclayo, 2016*". Chiclayo.
- Pérez, T. V. (2007). *Calidad Total en la Atención al Cliente*. España: Ideaspropiaseditorial.
- Pinto, D. Y. (2020). *La Gestión de Calidad bajo el Enfoque en Atención al Cliente y Plan de Mejora en las Mypes, Sector Servicio – rubro Transporte de Carga Aérea, en el Centro Aéreo Comercial del Callao, 2018*. Lima.
- Salazar, K. (2018). *Caracterización del Financiamiento de las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Servicio del Perú: Caso de la Empresa de Transporte de Carga Vía Lomaz E.I.R.L. - Casma, 2017*. Casma.
- Sánchez, E. A. (2017). *Evaluación de la Calidad de Servicio al Cliente en el Restaurante Pizza Burger Diner de Gualan, Zacapa*. Zacapa.
- Sánchez, J. (04 de Septiembre de 2017). *Gestión de la Calidad Total*. Obtenido de Economipedia.com: <https://economipedia.com/definiciones/gestion-la-calidad-total.html>
- Sandoval, F. (2018). *El Sistema de Gestión de Calidad y la Atención al Cliente en el Restaurante EL GOURMET URBANO*. San Isidro.
- Santiago, H. (2018). *Herramientas para la Gestión de Calidad*.
- Serna, S. (2013). *Importancia de la Calidad del Servicio al Cliente*.
- Solórzano, G. (2013). *Importancia de la Calidad del Servicio al Cliente*.
- Sordo, A. (2021). *Recolección de Datos: Métodos, Técnicas e Instrumentos*. Obtenido de <https://blog.hubspot.es/marketing/recoleccion-dedatos>
- Soria, H. (2020). *Propuesta de Mejora en Atención al Cliente como Factor Relevante para la Gestión de Calidad de las Mypes del Sector Servicio-Rubro Restaurantes de la Avenida Gran Chimú, Distrito de San Juan de Lurigancho, 2019*. San Juan de Lurigancho.

- Startup Guide IONOS. (30 de Julio de 2019). *El Círculo de Deming: Mejores Resultados con el Ciclo PDCA*. Obtenido de Productividad:
<https://www.ionos.es/startupguide/productividad/circulo-de-deming/>
- Ticona, F. A. (2019). *Beneficio de Implementación de las Normas ISO 9001 e ISO 14001*.
- UMB Virtual. (s.f). *Servicio al Cliente*.
- UNIT. (2019). *Herramientas para la Mejora de la Calidad*. Instituto Uruguayo de Normas Técnicas.
- Villa, J. P. (2015). *Manual de Atención a Clientes y Usuarios: Una Guía para Reducir Costes, Mejorar la Venta y la Calidad en la Organizaciones Públicas y Privadas*.
- Zavaleta, S. V. (2018). *Gestión de Calidad bajo el Enfoque en Atención al Cliente en las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Servicios, rubro Pollerías del distrito de Santa, 2018*. Santa.

ANEXOS

Anexo N°01: Instrumentos de Recolección de Datos

CUESTIONARIO DIRIGIDO AL PROPIETARIO



¡Buen día!, me encuentro realizando una investigación con el fin de conocer la GESTIÓN DE CALIDAD BASADA EN ATENCIÓN AL CLIENTE EN MYPES RUBRO RESTAURANTE DE SAN JUAN DE LURIGANCHO-LIMA ,2022, 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 publicarán en el repositorio de la universidad.

Su participación es muy valiosa y se le agradece por ello.

Datos demográficos

Datos del participante

Edad

- a) De 18 a 28 años
- b) De 29 a 39 años
- c) De 40 a 50 años

Genero

- a) Masculino
- b) Femenino

Grado de instrucción

- a) Secundaria
- b) Técnica
- c) Superior

Años laborando en la empresa

- a) De 1 a 2 años

- b) De 3 a 5 años
- c) De 6 a más años

Gestion de Calidad	SI	NO
Planificar		
1 ¿El restaurante se ha establecido la misión?		
2 ¿En el restaurante se aplica protocolos de Gestión de Calidad?		
Hacer		
3 ¿En el restaurante se realiza capacitaciones al personal?		
4 ¿En el restaurante tiene establecido el manual de los procesos de actividades?		
Verificar		
5 ¿En el restaurante se evalúa los objetivos y procesos proyectados?		
6 ¿Se realizan seguimientos a las actividades establecidas por el restaurante?		
Actuar		
7 ¿En el restaurante desarrolla retroalimentación sobre la Calidad del Servicio?		
8 ¿En el restaurante tienen establecidas las políticas de mejora?		

CUESTIONARIO DIRIGIDO AL TRABAJADOR



¡Buen día!, me encuentro realizando una investigación con el fin de conocer la GESTIÓN DE CALIDAD BASADA EN ATENCIÓN AL CLIENTE EN MYPES RUBRO RESTAURANTE DE SAN JUAN DE LURIGANCHO-LIMA ,2022, 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 publicarán en el repositorio de la universidad. Su participación es muy valiosa y se le agradece por ello.

Datos demográficos

Datos del participante

Edad

- a) De 18 a 28 años
- b) De 29 a 39 años
- c) De 40 a 50 años

Genero

- a) Masculino
- b) Femenino

Grado de instrucción

- a) Secundaria
- b) Técnica
- c) Superior

Años laborando en la empresa

- d) De 1 a 2 años
- e) De 3 a 5 años
- f) De 6 a más años

	Dimensión 2: Herramientas de Gestión de Calidad	Sí	No
9	¿Conoce la herramienta de lluvia de ideas?		
10	¿Conoce el diagrama de Pareto?		
11	¿Conoce las causas que ocasionan los problemas en el servicio del restaurante?		
12	¿Sabe cómo emplear la herramienta del histograma para representar las causas de los problemas del servicio de manera porcentual?		
13	¿Ha utilizado una Lista de Recojo de datos para verificar el cumplimiento de un buen servicio en el restaurante?		
14	¿Ha utilizado el Diagrama de Gantt para representar el cronograma de sus actividades?		
15	¿Ha identificado de gráficamente sus procesos?		

CUESTIONARIO DIRIGIDO AL CLIENTE



¡Buen día!, me encuentro realizando una investigación con el fin de conocer la GESTIÓN DE CALIDAD BASADA EN ATENCIÓN AL CLIENTE EN MYPES RUBRO RESTAURANTE DE SAN JUAN DE LURIGANCHO-LIMA ,2022, 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 publicarán en el repositorio de la universidad.

Su participación es muy valiosa y se le agradece por ello. Datos demográficos

Datos del participante

Edad

- a) De 18 a 28 años
- b) De 29 a 39 años
- c) De 40 a 50 años

Genero

- a) Masculino
- b) Femenino

Grado de instrucción

- a) Secundaria
- b) Técnica
- c) Superior

Ocupación

- a) Ama de casa
- b) Independiente
- c) Otros

ATENCIÓN AL CLIENTE (ELEMENTOS)		
Fiabilidad		SI NO
16	¿En el restaurante realizan bien el servicio de Atención al Cliente desde la primera vez?	
Seguridad		
17	¿En el restaurante brindan seguridad en la atención?	
: Elemento Tangibles		
18	¿el restaurante tiene buenas infraestructura y equipos modernos?	
Capacidad de respuesta		
19	¿En el restaurante siempre se muestra dispuestos a ayudar a los clientes?	
: Empatía		
20	¿En el restaurante se enfocan en los clientes?	

CUESTIONARIO DIRIGIDO AL CLIENTE



¡Buen día!, me encuentro realizando una investigación con el fin de conocer la GESTIÓN DE CALIDAD BASADA EN ATENCIÓN AL CLIENTE EN MYPES RUBRO RESTAURANTE DE SAN JUAN DE LURIGANCHO-LIMA ,2022, 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 publicarán en el repositorio de la universidad. Su participación es muy valiosa y se le agradece por ello. Datos demográficos

Datos del participante

Edad

- a) De 18 a 28 años
- b) De 29 a 39 años
- c) De 40 a 50 años

Genero

- a) Masculino
- b) Femenino

Grado de instrucción

- a) Secundaria
- b) Técnica
- c) Superior

Ocupación

- a) Ama de casa
- b) Independiente
- c) otros

ATENCIÓN AL CLIENTE (TECNICAS)		
Trato		SI NO
21	¿El personal inspira confianza y brinda atención personalizada?	
Amabilidad		
22	¿El personal es amable y carismática?	
Actitud		
23	¿El personal del restaurante tiene voluntad al momento de brindar un servicio?	
Escuchar mejor		
24	¿El personal del restaurante escucha requerimientos y recomendaciones de los clientes?	
Dar solución		
25	¿El personal del restaurante le brinda una solución inmediata cuando se presenta algún problema con la atención?	

Anexo N°02: Matriz Indicador Pregunta

MATRIZ INDICADOR - PREGUNTA						
VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	PREGUNTAS	FUENTE	ESCALA	METODOLOGÍA
Gestión de Calidad	Planificar	Misión	1¿En el restaurante se ha establecido la misión?	Dueño	Nominal	Tipo: Cuantitativo Nivel: Descriptivo Diseño: No experimental transversal Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario
		Protocolos	2¿En el restaurante se aplica protocolos de Gestión de Calidad?			
	Hacer	Realizar	3¿En el restaurante se realizan capacitación al personal?			
		Proceso de actividades	4¿En el restaurante tiene establecido el manual de los procesos de actividades?			
	Verificar	Evaluaciones	5¿En el restaurante se evalúa los objetivos y procesos?			
		Seguimiento	6¿Se realizan seguimientos a las actividades establecidas por el restaurante?			
	Actuar	Retroalimentación	7¿En el restaurante desarrolla retroalimentación sobre la Calidad del Servicio?			
		Mejora continua	8¿En el restaurante tienen establecidas las políticas de mejora?			
	Herramientas de gestion	Lluvia de ideas	9¿Conoce la herramienta de lluvia de ideas?	Trabajador	Nominal	
		Diagrama de pareto	10¿Conoce el diagrama de pareto?			
		Diagrama de ishikawa	11¿Conoce las causas que ocasionan los problemas en el servicio del restaurante?			
		histograma	12¿Sabe cómo emplear la herramienta del histograma para representar las causas de los servicios de manera porcentual?			
		Hoja de recogida de datos	13¿Ha utilizado una Lista de Recojo de datos para verificar el cumplimiento de un buen servicio en el restaurante?			
		Diagrama de Gantt	14¿Ha utilizado el diagrama de ganntt para representar el cronograma de sus actividades?			
		Diagrama de flujo	15¿Ha identificado de gráficamente sus procesos?			


 Mg. Willy Gastello Mathews
 Maestro en Gestión Pública

MATRIZ INDICADOR - PREGUNTA							
VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	PREGUNTAS	FUENTE	ESCALA	METODOLOGIA	
Atención al Cliente	Fiabilidad	Servicio	16¿En el restaurante realizan bien el servicio de Atención al Cliente desde la primera vez?	Cliente	Nominal	Tipo: Cuantitativo Nivel: Descriptivo Diseño: No experimental transversal Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario	
	Seguridad	Seguridad	17¿En el restaurante brindan seguridad en la atención?				
	Elementos tangibles	Infraestructura y Equipos modernos	18¿En el restaurante tiene buena infraestructura y equipos modernos?				
	Capacidad de respuesta	Ayuda	19¿En el restaurante siempre se muestra dispuestos a ayudar a los clientes?				
	Empatía	Se preocupan por los clientes	20¿En el restaurante se enfocan en los clientes?				
	técnicas	Trato					21¿El personal inspira confianza y brinda atención personalizada?
		Amabilidad					22¿El personal es amable y carismática?
		Actitud					23¿El personal del restaurante tiene voluntad al momento de brindar un servicio?
		Escuchar					24¿El personal del restaurante escucha requerimientos y recomendaciones de los clientes?
		Solucion					25¿El personal del restaurante le brinda una solución inmediata cuando se presenta algun problema con la atención?


 Mg. Willy Gastello Mathews
 Maestro en Gestión Pública

Anexo N°03: Validación del Instrumento de Recolección Datos

Constancia de Validación

Yo, **Willy Gastello Mathews**, identificado con DNI 09635561, **MAGÍSTER EN GESTIÓN PÚBLICA**.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el (los) instrumento (s) de recolección de datos: cuestionario, elaborado por **ROBERT CHRISTIAN CALLUPE VIVANCO**, a los efectos de su aplicación a los elementos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación: **“GESTIÓN DE CALIDAD BASADA EN ATENCIÓN AL CLIENTE EN MYPES RUBRO RESTAURANTE DE SAN JUAN DE LURIGANCHO-LIMA, 2022”**, que se encuentra realizando.

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

Lima, 24 de marzo de 2022



Mg. Willy Gastello Mathews
Maestro en Gestión Pública

Mg. Willy Gastello Mathews

CORLAD LIMA N° 08250

FICHA DE VALIDACIÓN DE LA VARIABLE: GESTIÓN DE CALIDAD

Ítems relacionados con VARIABLE: GESTION DE CALIDAD (DUEÑOS Y TRABAJADORES)	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto
	Si	No	Si	No	Si	No	
1. ¿En el restaurante se ha establecido una misión?	X			X		X	Si () No (X)
2. ¿En el restaurante se aplica protocolos de Gestión de Calidad?	X			X		X	Si () No (X)
3. ¿En el restaurante se realiza capacitaciones al personal?	X			X		X	Si () No (X)
4. ¿En el restaurante tiene establecido el manual de los procesos de actividades?	X			X		X	Si () No (X)
5. ¿En el restaurante se evalúa los objetivos y procesos proyectados?	X			X		X	Si () No (X)
6. ¿Se realizan seguimientos a las actividades establecidas por el restaurante?	X			X		X	Si () No (X)
7. ¿En el restaurante desarrolla retroalimentación sobre la Calidad del Servicio?	X			X		X	Si () No (X)
8. ¿En el restaurante tienen establecidas las políticas de mejora?	X			X		X	Si () No (X)


 Mg. Willy Gastello Mathews
 Maestro en Gestión Pública

Ítems relacionados con la VARIABLE: GESTION DE CALIDAD (HERRAMIENTAS)	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto
	S	No	Si	No	Si	No	
9 ¿Conoce la herramienta de lluvia de ideas?	X			X		X	Si () No (X)
10 ¿Conoce el diagrama de Pareto?	X			X		X	Si () No (X)
11. ¿Conoce las causas que ocasionan los problemas en el servicio del restaurante?	X			X		X	Si () No (X)
12 ¿Saber cómo emplear la herramienta del histograma para presentar las causas de los problemas del servicio de manera porcentual?	x			X		X	Si () No (X)
13. ¿Ha utilizado una Lista de Recojo de datos para verificar el cumplimiento de un buen servicio en el restaurante?	X			X		X	Si () No (X)
14. ¿Ha utilizado el Diagrama de Gantt para representar el cronograma de sus actividades?	x			x		x	Si () No (X)
15. ¿Ha identificado de gráficamente sus procesos	x			x		x	Si () No (X)



 Mg. Willy Gastello Mathews
 Maestro en Gestión Pública

FICHA DE VALIDACIÓN DE LA VARIABLE: ATENCIÓN AL CLIENTE

Ítems relacionados con la VARIABLE: ATENCIÓN AL CLIENTE	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto
	Si	N	Si	No	Si	No	
16. ¿En el restaurante realizan bien el servicio de Atención al Cliente desde la	X			X		X	Si () No (X)
17. ¿En el restaurante brindan seguridad en la atención?	X			X		X	Si () No (X)
18. ¿En el restaurante tiene buena infraestructura y equipos modernos?	X			X		X	Si () No (X)
19 ¿En el restaurante siempre se muestra dispuestos a ayudar a los clientes?	X			X		X	Si (X) No ()
20 ¿En el restaurante se enfocan en los clientes?	x			x		x	Si (X) No ()


 Mg. Willy Gastello Mathews
 Maestro en Gestión Pública

Ítems relacionados con la VARIABLE: ATENCION AL CLIENTE (TECNICAS)	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto
	Si	No	Si	No	Si	No	
21.¿El personal inspira confianza y brinda atención personalizada?	X			X		X	Si () No (X)
22.¿El personal es amable y carismática?	X			X		X	Si () No (X)
23. ¿El personal del restaurante tiene voluntad al momento de brindar un	X			X		X	Si () No (X)
24 ¿El personal del restaurante escucha requerimientos y recomendaciones de los clientes?	X			X		X	Si () No (X)
25. ¿El personal del restaurante le brinda una solución inmediata cuando se presenta algún problema con la	X			X		X	Si () No (X)



 Mg. Willy Gastello Mathews
 Maestro en Gestión Pública

Constancia de Validación

Yo, **Víctor Hugo Espinoza Otoya**, identificado con DNI 07535731, **MAGÍSTER EN DOCENCIA, CURRÍCULO E INVESTIGACIÓN**.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el (los) instrumento (s) de recolección de datos: cuestionario, elaborado por **ROBERT CHRISTIAN CALLUPE VIVANCO**, a los efectos de su aplicación a los elementos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación: **“GESTIÓN DE CALIDAD BASADA EN ATENCIÓN AL CLIENTE EN MYPES RUBRO RESTAURANTE DE SAN JUAN DE LURIGANCHO-LIMA, 2022”**, que se encuentra realizando.

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

Lima, 04 de Abril de 2022



Mg. Adm. Víctor Hugo Espinoza Otoya

CLAD N° 0688

FICHA DE VALIDACIÓN DE LA VARIABLE: GESTIÓN DE CALIDAD

Ítems relacionados con VARIABLE: GESTION DE CALIDAD (DUEÑOS Y TRABAJADORES)	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto
	Si	No	Si	No	Si	No	
1. ¿En el restaurante se ha establecido una misión?	X			X		X	Si () No (X)
2. ¿En el restaurante se aplica protocolos de Gestión de Calidad?	X			X		X	Si () No (X)
3. ¿En el restaurante se realiza capacitaciones al personal?	X			X		X	Si () No (X)
4. ¿En el restaurante tiene establecido el manual de los procesos de actividades?	X			X		X	Si () No (X)
5. ¿En el restaurante se evalúa los objetivos y procesos proyectados?	X			X		X	Si () No (X)
6. ¿Se realizan seguimientos a las actividades establecidas por el restaurante?	X			X		X	Si () No (X)
7. ¿En el restaurante desarrolla retroalimentación sobre la Calidad del Servicio?	X			X		X	Si () No (X)
8. ¿En el restaurante tienen establecidas las políticas de mejora?	X			X		X	Si () No (X)


Mg. Adm. VICTOR HUGO ESPINOSA OTOYA
CLAD N° 0688
ASESOR EMPRESARIAL


Ítems relacionados con la VARIABLE: GESTION DE CALIDAD (HERRAMIENTAS)	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto
	Si	No	Si	No	Si	No	
9 ¿Conoce la herramienta de lluvia de ideas?	X			X		X	Si () No (X)
10 ¿Conoce el diagrama de Pareto?	X			X		X	Si () No (X)
11. ¿Conoce las causas que ocasionan los problemas en el servicio del restaurante?	X			X		X	Si () No (X)
12 ¿Saber cómo emplear la herramienta del histograma para presentar las causas de los problemas del servicio de manera porcentual?	x			X		X	Si () No (X)
13. ¿Ha utilizado una Lista de Recojo de datos para verificar el cumplimiento de un buen servicio en el restaurante?	X			X		X	Si () No (X)
14. ¿Ha utilizado el Diagrama de Gantt para representar el cronograma de sus actividades?	x			x		x	Si () No (X)
15. ¿Ha identificado de gráficamente sus procesos	x			x		x	Si () No (X)

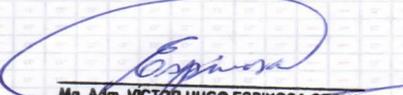


FICHA DE VALIDACIÓN DE LA VARIABLE: ATENCIÓN AL CLIENTE

Ítems relacionados con la VARIABLE: ATENCIÓN AL CLIENTE	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencia, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto
	Si	N	Si	No	Si	No	
16. ¿En el restaurante realizan bien el servicio de Atención al Cliente desde la	X			X		X	Si () No (X)
17. ¿En el restaurante brindan seguridad en la atención?	X			X		X	Si () No (X)
18. ¿En el restaurante tiene buena infraestructura y equipos modernos?	X			X		X	Si () No (X)
19 ¿En el restaurante siempre se muestra dispuestos a ayudar a los clientes?	X			X		X	Si (X) No ()
20 ¿En el restaurante se enfocan en los clientes?	x			x		x	Si (X) No ()


Mg. Adm. VICTOR HUGO ESPINOSA OTOYA
CLAD N° 0688
ASESOR EMPRESARIAL

Ítems relacionados con la VARIABLE: ATENCION AL CLIENTE (TECNICAS)	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencia, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto
	Si	No	Si	No	Si	No	
21.¿El personal inspira confianza y brinda atención personalizada?	X			X		X	Si () No (X)
22.¿El personal es amable y carismático?	X			X		X	Si () No (X)
23. ¿El personal del restaurante tiene voluntad al momento de brindar un	X			X		X	Si () No (X)
24 ¿El personal del restaurante escucha requerimientos y recomendaciones de los clientes?	X			X		X	Si () No (X)
25. ¿El personal del restaurante le brinda una solución inmediata cuando se presenta algún problema con la	X			X		X	Si () No (X)


Mg. Adm. VICTOR HUGO ESPINOSA OTOYA
CLAD N° 0688
ASESOR EMPRESARIAL


Anexo N°04: Protocolo de Consentimiento Informado



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 basada en Atención al Cliente en Mype rubro restaurantes de San Juan de Lurigancho – Lima, 2022" y es dirigido por Robert Christian Callupe Vivanco, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Determinar las principales características de la Gestión de calidad basada en la atención al cliente en las Mype rubro restaurantes de san juan de Lurigancho – Lima, 2022.

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 15 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 medio telefónico. Si desea, también podrá escribir al correo christianleonrc21@gmail.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: Rob Wilton Minda Espinoza

Fecha: 06 Abril del 2022

Correo electrónico: VICTOR-ESPINOZA55@hotmail.com

Firma del participante: [Firma]

Firma del investigador (o encargado de recoger información): [Firma]

Anexo N°05: Evidencia de No Adeudo

Vista Previa Constancia de No Adeudo

<https://erp.uladech.edu.pe/siia/cobranzas/reportes/constancianoadeudo.php?n=114738>

USER: 42173873

Nro: 162022-00005258

Fecha: 18-05-2022 09:56

CONSTANCIA DE NO ADEUDO

La Jefatura de Cobranzas hace constar que el alumno(a) CALLUPE VIVANCO ROBERT CHRISTIAN, con código de matrícula 6611152006, de la ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION; no registra deuda pendiente a la fecha para optar TALLER DE TITULACION.

Se expide el presente a solicitud del interesado(a).

TRUJILLO, 18 DE MAYO DEL 2022.



V°B° CAJA

V°B° BIBLIOTECA (*)

V°B° LABORATORIO/ CLINICA (*)

(*) Requerido en los centros donde exista Biblioteca y/o Laboratorio.

Anexo N°06: Evidencia de Reporte del Turnitin

SIMILITUD DEL TURNITIN



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
DE CHIMBOTE**

FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**GESTIÓN DE CALIDAD BASADA EN ATENCIÓN AL
CLIENTE EN MYPE RUBRO RESTAURANTES DE SAN JUAN
DE LURIGANCHO - LIMA, AÑO 2022**

TÍTULO DE LA TESIS

Sección 1

Sección 2

Sección 3

Título	Fecha de inicio	Fecha limite de entrega	Fecha de publicación
turnitin-informe final - Sección 2	21 abr 2022 - 21:47	1 jun 2022 - 21:47	28 jun 2022 - 21:57

 Actualizar entregas

	Título de la Entrega	Identificador del trabajo de Turnitin	Entregado	Similitud	
 Ver recibo digital	<u>INFORME FINAL</u>	1838615915	17/05/2022 15:33	9% 	 --

