

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE TRUJILLO
“BENEDICTO XVI”
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS
PROGRAMA DE ESTUDIOS DE ADMINISTRACIÓN



SERVICIO AL CLIENTE Y GESTION DE CALIDAD EN EL
RESTAURANTE PB CORPORATION & SERVICIES S.A.C PROVINCIA
DE HUARAZ, ANCASH

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA
EN ADMINISTRACIÓN

AUTOR

Br. Trejo Huaman, Marianela Gavi

<https://orcid.org/0000-0002-0851-0449>

ASESOR(A)

Mg. Ramírez Arrascue, Catherine Ivette

<https://orcid.org/0000-0001-6552-0494>

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Marketing y venta

TRUJILLO – PERÚ

2025

DECLARATORIA DE ORIGINALIDAD

Señor Decano de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas:

Yo, Ramírez Arrascue Catherine Ivette con DNI N° 72653205, como asesora del trabajo de investigación titulado “SERVICIO AL CLIENTE Y GESTION DE CALIDAD EN EL RESTAURANTE PB CORPORATION & SERVICIES S.A.C PROVINCIA DE HUARAZ, ANCASH”, desarrollado por la egresada Marianela Gavi Trejo Huaman con DNI 75268752 del Programa de estudios de Administración; considero que dicho trabajo reúne las condiciones tanto técnicas como científicos, las cuales están alineadas a las normas establecidas en el reglamento de titulación de la Universidad Católica de Trujillo Benedicto XVI y en la normativa para la presentación de trabajos de graduación de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas. Por tanto, autorizo la presentación del mismo ante el organismo pertinente para que sea sometido a evaluación por los jurados designados por la mencionada facultad.



Mg. Catherine Ivette Ramírez Arrascue

DNI:72653205

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

EXCMO. MONS. GILBERTO ALFREDO VIZCARRA MORI, SJ

Arzobispo Metropolitano de Trujillo

Gran Canciller

Universidad Católica de Trujillo Benedicto XVI

DRA. MARIANA GERALDINE SILVA BALAREZO

Rectora de la Universidad Católica de Trujillo Benedicto XVI

DRA. ROMY ANGELICA DÍAZ FERNÁNDEZ

Vicerrectora Académica

DRA. ENA CECILIA OBANDO PERALTA

Vicerrectora de Investigación

DR. JAIME ROBERTO RAMÍREZ GARCÍA

Decano de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas

DRA. TERESA SOFÍA REÁTEGUI MARÍN

Secretaria General

DEDICATORIA

A quienes han estado ahí y han sido mi fuente de inspiración y apoyo quienes han sido mi fuente inagotable de inspiración durante mi ciclo académico. A mi familia por su apoyo, comprensión, paciencia, aliento y amor ya que gracias a ellos todo se está realizando, a mis amigos y compañeros de estudios, por compartir conmigo, sus conocimientos y por pasar momentos maravillosos.

Así mismo Expreso mis más profundos agradecimientos a mis docentes y asesores por las enseñanzas brindadas y por la guía que nos brindaron día a día, agradezco a la UNIVERSIDAD CATÓLICA DE TRUJILLO BENEDICTO XVI, por formarme para bien y por brindarme la oportunidad de crecer y desarrollarme como estudiante y profesional.

A todos en general por la motivación que me brindaron constantemente. Su apoyo a sido fundamental en mi vida y les dedico este logro con cariño y amor.

La Autora.

AGRADECIMIENTO

Primeramente, agradezco a Dios, por ayudarme en mi formación profesional, por no dejarme caer y darme fuerzas para seguir adelante día a día y lograr mis objetivos propuestos y mis metas trazadas.

A mis padres Marie Huaman Rondan y Edgar Trejo Molina, a mis hermanos y a mi pareja por estar pendiente de mi en mi etapa de estudios apoyándome y brindándome su apoyo formándome profesionalmente mediante los consejos y motivaciones constantes.

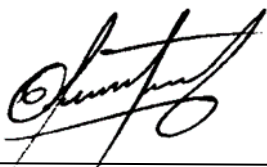
A mis docentes y asesores por las enseñanzas brindadas, a mis amigos y compañeros por el apoyo incondicional agradezco a todos los que me guiaron y confiaron en mí, este mi trabajo no habría sido posible sin el apoyo de todos ustedes.

La Autora.

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, Marianela Gavi Trejo Huaman con DNI 75268752, egresada del Programa de Estudios de Administración de la Universidad Católica de Trujillo Benedicto XVI, doy fe que he seguido rigurosamente los procedimientos académicos y administrativos emanados por la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas para la elaboración y sustentación del informe de tesis titulado: “SERVICIO AL CLIENTE Y GESTION DE CALIDAD EN EL RESTAURANTE PB CORPORATION & SERVICIES S.A.C PROVINCIA DE HUARAZ, ANCASH”, el cual consta de un total de 107 páginas, en las que se incluye 23 tablas y 10 figuras, más un total de 42 páginas en anexos.

Dejo constancia de la originalidad y autenticidad de la mencionada investigación y declaro bajo juramento en razón a los requerimientos éticos, que el contenido de dicho documento corresponde a mi autoría respecto a redacción, organización, metodología y diagramación. Asimismo, garantizo que los fundamentos teóricos están respaldados por el referencial bibliográfico, asumiendo un mínimo porcentaje de omisión involuntaria respecto al tratamiento de cita de autores, lo cual es de mi entera responsabilidad.



La Autora

Marianela Gavi Trejo Huaman
DNI 75268752

ÍNDICE

DECLARATORIA DE ORIGINALIDAD	ii
AUTORIDADES UNIVERSITARIAS	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD.....	vi
ÍNDICE DE TABLAS	viii
ÍNDICE DE FIGURAS	x
RESUMEN	xi
ABSTRACT	xii
I. INTRODUCCIÓN	13
II. METODOLOGÍA	30
2.1. Enfoque, tipo	30
2.2. Diseño de investigación.....	30
2.3. Población, muestra y muestreo	31
2.4. Técnicas e instrumentos de recojo de datos.....	32
2.5. Técnicas de procesamiento y análisis de la información.....	34
2.6. Aspectos éticos en investigación	34
III. RESULTADOS.....	36
3.1. Resultados descriptivos	36
3.2. Resultados inferenciales.....	46
IV. DISCUSIÓN.....	52
V. CONCLUSIONES	56
VI. RECOMENDACIONES	58
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	60
ANEXOS	66

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Cantidad de consumidores	32
Tabla 2 Estadística de fiabilidad	33
Tabla 3 Estadística de fiabilidad	34
Tabla 4 Niveles del servicio al cliente en el Restaurante PB Corporation & Servicios S.A.C.	36
Tabla 5 Niveles de la dimensión del cliente en el Restaurante PB Corporation & Servicios S.A.C.	37
Tabla 6 Niveles de la dimensión estrategia del servicio al cliente en el Restaurante PB Corporation & Servicios S.A.C.	38
Tabla 7 Niveles de la dimensión del personal en el Restaurante PB Corporation & Servicios S.A.C.	39
Tabla 8 Niveles de la dimensión de los sistemas en el Restaurante PB Corporation & Servicios S.A.C.	40
Tabla 9 Niveles de la gestión de calidad en el Restaurante PB Corporation & Servicios S.A.C.	41
Tabla 10 Niveles de la dimensión de la planificación de la calidad en el Restaurante PB Corporation & Servicios S.A.C.	42
Tabla 11 Niveles de la dimensión del control de la calidad en el Restaurante PB Corporation & Servicios S.A.C.	43
Tabla 12 Niveles de la dimensión del aseguramiento de la calidad en el Restaurante PB Corporation & Servicios S.A.C.	44
Tabla 13 Niveles de la dimensión del mejoramiento de la calidad en el Restaurante PB Corporation & Servicios S.A.C.	45
Tabla 14 Prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnov	46
Tabla 15 Relación entre el servicio del cliente y la gestión de calidad en el Restaurante PB Corporation & Servicios S.A.C.	47
Tabla 16 Relación entre el servicio del cliente y la planificación de calidad en el Restaurante PB Corporation & Servicios S.A.C.	48
Tabla 17 Relación entre el servicio del cliente y el control de calidad en el Restaurante PB Corporation & Servicios S.A.C.	49
Tabla 18 Relación entre el servicio del cliente y el aseguramiento de la calidad en el Restaurante PB Corporation & Servicios S.A.C.	50

Tabla 19 Relación entre el servicio del cliente y el mejoramiento de la calidad en el Restaurante PB Corporation & Servicios S.A.C.	51
Tabla 20 Análisis de fiabilidad total con la Prueba de Alfa de Cronbach para la consistencia interna del cuestionario.....	74
Tabla 21 Análisis de confiabilidad por ítem con la Prueba de Alfa de Cronbach para la consistencia interna del cuestionario por ítem.....	74
Tabla 22 Análisis de validez del cuestionario por ítem con la Prueba de V de Aiken.....	76
Tabla 23 Análisis de validez por variable y sus dimensiones de la Prueba de V de Aiken.	77

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Niveles del servicio al cliente en el Restaurante PB Corporation & Servicios S.A.C.	36
Figura 2 Niveles de la dimensión del cliente en el Restaurante PB Corporation & Servicios S.A.C.	37
Figura 3 Niveles de la dimensión estrategia en el Restaurante PB Corporation & Servicios S.A.C.	38
Figura 4 Niveles de la dimensión del personal en el Restaurante PB Corporation & Servicios S.A.C.	39
Figura 5 Niveles de la dimensión de los sistemas en el Restaurante PB Corporation & Servicios S.A.C.....	40
Figura 6 Niveles de la gestión de calidad en el Restaurante PB Corporation & Servicios S.A.C.	41
Figura 7 Niveles de la dimensión de la planificación de la calidad en el Restaurante PB Corporation & Servicios S.A.C.	42
Figura 8 Niveles de la dimensión del control de la calidad en el Restaurante PB Corporation & Servicios S.A.C.....	43
Figura 9 Niveles de la dimensión del aseguramiento de la calidad en el Restaurante PB Corporation & Servicios S.A.C.	44
Figura 10 Niveles de la dimensión del mejoramiento de la calidad en el Restaurante PB Corporation & Servicios S.A.C.	45

RESUMEN

La presente investigación ha tenido como objetivo general determinar si existe relación entre servicio al cliente y gestión de la calidad del Restaurante “PB Corporation & Servicios S.A.C Provincia de Huaraz, Ancash. Es de tipo aplicada, diseño Transversal – No experimental, de enfoque cuantitativo, la población estuvo conformada por los clientes, la muestra por 100 clientes, la técnica que se aplicó fue la encuesta y como instrumento se usó el cuestionario. Se obtuvo como resultado que el p-valor es de $0,000 < 0,05$, el cual se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación, donde tiene una evidencia que afirmar que existe relación entre la variable servicio al cliente y gestión de calidad, así mismo presenta un coeficiente de correlación 0,963, con ello podemos decir que presenta una correlación positiva muy fuerte, concluimos, que el servicio al cliente con relación a la gestión de calidad, busca satisfacer las necesidades de los clientes y cumplir con sus expectativas.

La siguiente tesis se centraliza en la mejora del servicio al cliente a través del desarrollo de prácticas de la gestión de la calidad en SERVICIO AL CLIENTE Y GESTION DE CALIDAD EN EL RESTAURANTE PB CORPORATION & SERVICIOS S.A.C PROVINCIA DE HUARAZ, ANCASH, si bien es cierto el servicio al cliente desempeña un papel bastante importante en el triunfo de cualquiera organización, ya que al satisfacer al cliente indica clave de su beneficio y conservación dentro del mercado manteniendo la estabilidad y preferencia a los clientes.

Palabras clave: Servicio al Cliente, Gestión de la Calidad, Restaurante

ABSTRACT

The general objective of this investigation has been to determine if there is a relationship between customer service and quality management of the Restaurant “PB Corporation & Servicios S.A.C Provincia de Huaraz, Ancash. It is of an applied type, Cross-sectional design - It does not experiment, with a quantitative approach, the population was made up of clients, the sample was 100 clients, the technique that was applied was the survey and the questionnaire was used as an instrument. The result was that the p-value is $0.000 < 0.05$, which rejects the null hypothesis and accepts the research hypothesis, where there is evidence to affirm that there is a relationship between the customer service variable and customer service management. quality, it also presents a correlation coefficient of 0.963, with this we can say that it presents a very strong positive correlation, we conclude that customer service in relation to quality management seeks to satisfy the needs of customers and meet their expectations.

The following thesis focuses on the improvement of customer service through the development of quality management practices in CUSTOMER SERVICE AND QUALITY MANAGEMENT IN THE RESTAURANT PB CORPORATION & SERVICIOS S.A.C PROVINCE OF HUARAZ, ANCASH, although it is true Customer service plays a very important role in the success of any organization, since satisfying the customer is the key to its benefit and conservation within the market, maintaining stability and preference to customers. customers.

Keywords: Customer Service, Quality Management, Restaurant

I. INTRODUCCIÓN

En la actualidad, las micro y pequeñas empresas son importantes para la generación de empleos y la reducción de la pobreza, así mismo, ayuda en el desarrollo y crecimiento de los países, la mayoría de las pequeñas empresas tienen como reto dar buena respuesta en el servicio al cliente.

En el contexto internacional, En Chile, el presidente de la fundación Generación Empresarial, recalca que la mala experiencia del servicio debe ser atendida, recomendando que todas las empresas se enfoquen en el bien común y en dar un trato justo, tomando en cuenta que los clientes de hoy en día son importantes para el futuro de los negocios (Gonzalo, 2019).

En Ecuador, un estudio sobre el servicio al cliente en los restaurantes público que los clientes notan carencias en la atención, que es rápida pero pocos amables, y eso genera disgustos. Se recomienda brindar capacitaciones al personal y controlar que se cumpla los estándares de calidad para así mejorar el servicio y tener más ingresos. (Torres et al., 2019)

En México, la industria de restaurantes es clave para los ingresos debido a que hay alta competencia, eso incita a las empresas que deben mejorar su calidad de servicio, como la confiabilidad y empatía de los trabajadores ya que es importante para la satisfacción del cliente. (Becerra et al., 2022)

En el contexto nacional una noticia publicada por el canal N señala que, en Perú, los restaurantes han enfrentado problemas por los altos costos de los productos y la inflación, lo que genero el cierre de ciertos restaurantes. Es por ello que los representantes de cada empresa desean que se implementen leyes que protejan a las pequeñas empresas y así fomentar la inversión privada. (Canal N, 2023)

En el restaurante “Mi Gran Chaparral”, un estudio de calidad de servicio evidenció que aspectos como seguridad y capacidad de atención deben mejorar. También se tuvo la opción de limitar el ingreso de clientes mientras haya una alta demanda para asegurar un buen servicio y tiempos de espera moderados. (Guzmán Tibaquira, 2023)

Por otro lado, en el restaurante chicharronería la Cajamarquina del distrito de Pichanaki, provincia de Chanchamayo, un estudio logró evidenciar que la gestión de

calidad y el servicio al cliente están relacionados. Un 59.44% de los clientes consideran que la empresa brinda un buen servicio, recomendando realizar comprobaciones periódicas sobre la atención a los clientes (Colonio Camargo, 2020)

En Sullana, un estudio expuso que el 89% de los clientes considera al personal del restaurante como eficiente, enfatizando el enfoque en el cliente como un principio primario para el crecimiento del negocio. (Campos Chavez, 2019)

También en Sullana, un estudio realizado en el restaurante peruano turístico “El Tío Jhony” de Sullana, el 72% de los encuestados manifestaron que el personal recibe capacitación constante, lo que favorece a la mejora continua del servicio. (Siancas Atoche, 2021)

Una noticia publicada en El Comercio da a conocer que Perú pierde 12,8 millones de toneladas de alimentos al año, lo que evidencia el problema del desperdicio. La app Cirkula nace como un recurso al ofrecer descuentos en excedentes de comida de restaurantes. (El comercio, 2021)

En la noticia por RPP menciona que las ventas que generan los restaurantes en Perú han reducido un 40% a causa de la emergencia sanitaria y los conflictos sociales, que afectaron el crecimiento del sector. (Saenz Maritza, 2023)

En el contexto local, el rubro restaurantes en la ciudad de Huaraz, un estudio demostró que el 55.90% de los restaurantes obtienen clientes a través de internet, a diferencia del 66.20% que identifica clientes potenciales, destacando el impacto efectivo del marketing digital en la gestión de calidad. (Hurtado Carlos, 2022)

Así mismo, se realizó un estudio en el rubro restaurantes vinculado con restaurantes móviles, donde se concluye que el 100% de las MYPES brindan un buen trato, y que la confianza de los clientes contribuye a un mayor rendimiento y calidad del servicio generando una mayor rentabilidad y satisfaciendo las necesidades de los clientes de manera eficiente. (Ángeles Vásquez, 2023)

La micro y pequeña empresa del rubro restaurante “PB Corporation & Servicios S.A.C Provincia de Huaraz, Ancash”, fue creada en el año 2020, se encuentra ubicado en la AV. ANTONIO RAIMONDI N° 619 INT. C URB CERCADO DE HUARAZ ANCASH – HUARAZ - HUARAZ, esta MYPE es

constituida por una persona jurídica, representado por el propio dueño. Tiene como misión “ser una empresa que brinde a sus clientes mayor expectativa gastronómica en el ámbito de restaurante de comidas de toda variedad, y de un servicio de alto valor agregado y consistente dentro y fuera de la empresa, con un ambiente acogedor y armonioso, demostrando el trabajo en equipo, un servicio ágil, y siempre en consonancia con la sociedad y la responsabilidad social, teniendo en cuenta las opiniones de los clientes, estableciendo relaciones a largo plazo. Así mismo tiene como visión “Que en un futuro piensan ser una empresa líder a nivel de todos los restaurantes y distribuir sus menús a nivel local brindando un buen servicio al cliente y de esa manera satisfacer sus necesidades de cliente. Esta micro y pequeña empresa ofrece una variedad de servicios que se encuentra relacionado con el mundo de los restaurantes, brindando un buen servicio y atención al cliente, ofrece también menús de todo tipo ya sea típicos o de casa al agrado y pedido de sus clientes.

En esta micro y pequeñas empresas del rubro Restaurante, se ha observado el siguiente problema que no maneja adecuadamente el servicio al cliente, debido a que los personales no tienen un buen trato con el cliente y son poco amables, así mismo el personal del restaurante no utilizan correctamente la vestimenta adecuada para la atención, y no brinda una buena gestión de calidad, es por ello que mayormente los clientes quedan insatisfechos con el Restaurante y eso ocasiona que al tener un mal manejo de servicio al cliente la empresa obtiene pérdidas y de esa manera podría fracasar poco a poco.

La presente investigación formula el siguiente problema: ¿Cómo se relaciona el servicio al cliente con la gestión de calidad en el restaurante “PB Corporation & Servicios S.A.C” provincia de Huaraz, Ancash”? Se cuenta también con problemas específicos: PE1: ¿cuál es la relación que tienen el servicio al cliente con la planificación de la calidad de la gestión calidad del Restaurante “PB Corporation & Servicios S.A.C provincia de Huaraz, Ancash, PE2: ¿Qué relación tiene el servicio al cliente con el control de la calidad de la gestión de la calidad del Restaurante “PB Corporation & Servicios S.A.C” provincia de Huaraz, Ancash, PE3: ¿Cuál es la relación que tiene el servicio al cliente con el aseguramiento de la calidad de la gestión de la calidad del Restaurante “PB Corporation & Servicios S.A.C” provincia de Huaraz, Ancash, PE4: ¿Cuál es la relación que tiene el servicio al cliente con la

mejora continua de la calidad de la gestión de la calidad del Restaurante “PB Corporation & Servicios S.A.C” provincia de Huaraz, Ancash.

También contamos con un objetivo general, Determinar si existe relación entre Servicio al Cliente y Gestión de la Calidad del Restaurante “PB Corporation & Servicios S.A.C provincia de Huaraz, Ancash. Teniendo también como objetivos específicos: OE1: Analizar la relación del servicio al cliente con la planificación de la calidad del restaurante “PB Corporation & Servicios S.A.C” provincia de Huaraz, Ancash, OE2: Analizar la relación del servicio al cliente con el control de la calidad del restaurante “PB Corporation & Servicios S.A.C” provincia de Huaraz, Ancash, OE3: Analizar la relación del servicio al cliente con el aseguramiento de la calidad del restaurante “PB Corporation & Servicios S.A.C” provincia de Huaraz, Ancash y OE4: Analizar la relación del servicio al cliente con la mejora continua de la calidad del restaurante “PB Corporation & Servicios S.A.C” provincia de Huaraz, Ancash.

Esta investigación tiene una justificación teórica se elabora con la finalidad de dar a conocer acerca del servicio al cliente y la gestión de calidad, para que de ese modo la empresa priorice al cliente y de una buena calidad y así se pueda conservar a dicho cliente para poder obtener buenos resultados acerca del servicio al cliente y gestión de la calidad. También tiene una justificación practica se realiza con el motivo de producir buenos resultados en la mejora del servicio al cliente y la relación que existe entre la calidad del servicio, con la finalidad de tener buenos comentarios del cliente acerca del Restaurante el PB Corporation & Servicios S.A.C, observando los lugares al cual se dirige en la provincia de Huaraz. Así mismo viene hacer una justificación metodológica sabiendo el proceso del servicio al cliente y gestión de calidad en la empresa Restaurante el PB Corporation & Servicios S.A.C”, ellos verán las estrategias que sean de manera fructíferas para que así puedan lograr resultados importantes y no generar pérdidas dicha empresa, la justificación metodológica será de tipo correlacional, de enfoque cuantitativo porque las relaciones de dichos datos se darán en cuadros estadísticos, así mismo será transversal por que los datos se recogerán en un solo momento dándose la aplicación de la técnica de la encuesta y el método de investigación será de método hipotético - deductivo. Por último, también tiene una justificación social porque beneficiara a los clientes y a la empresa

por que se basara en las necesidades para que de esa manera puedan obtener resultados satisfactorios.

Así mismo contamos con hipótesis general

Ha. Existe relación directa entre el servicio al cliente y la gestión de calidad en el restaurante PB Corporation & Servicios S.A.C provincia de Huaraz, Ancash.

Ho. No existe relación directa entre el servicio al cliente y la gestión de calidad en el restaurante PB Corporation & Servicios S.A.C provincia de Huaraz, Ancash.

Hipótesis específicas

HE1: El servicio al cliente tiene relación con la planificación de la calidad en el restaurante PB Corporation & Servicios S.A.C provincia de Huaraz, Ancash.

HE2: El servicio al cliente tiene relación con el control de la calidad en el restaurante PB Corporation & Servicios S.A.C provincia de Huaraz, Ancash.

HE3: El servicio al cliente tiene relación con el aseguramiento de la calidad en el restaurante PB Corporation & Servicios S.A.C provincia de Huaraz, Ancash.

HE4: El servicio al cliente tiene relación con la mejora continua de la calidad en el restaurante PB Corporation & Servicios S.A.C provincia de Huaraz, Ancash.

En relación a los antecedentes internacionales, nacionales y locales se tuvo similitudes entre las variables de investigación.

En el ámbito internacional encontramos a Becerra et al (2022) en su artículo *Factores que cuantifican la percepción de calidad en el servicio al cliente en un restaurante mexicano*, tuvo como objetivo identificar los factores que integran la percepción de la calidad en el servicio al cliente a través del instrumento DINESERV en un restaurante establecido en México. La metodología presentada fue cuantitativa con nivel correlacional y diseño no experimental, Obteniendo como resultado la muestra con el software SPS que en los valores de alfa de Cronbach variaron entre 0.757 y 0.922, por lo que son aceptables. Los valores de la CR oscilaron entre 0.765 y 0.922, mientras que los valores de la AVE fluctuaron entre 0.622 y 0.856, confirmando de esta manera la validez convergente, se concluye que existe estudio que contribuye a identificar los factores esenciales que ofrecen un servicio al cliente exitoso, por lo que, se sugiere que podría aplicarse a las demás PyMEs restauranteras

mexicanas de Aguascalientes, o también a grandes empresas restauranteras, ya que ambos tipos de establecimientos son una fuente importante de ingresos para el estado.

Velásquez (2019), en su investigación *Propuesta de estrategias para mejorar la atención y el servicio al cliente en el restaurante Rosita ubicado en la ciudad de Guayaquil*, tuvo como objetivo principal proponer estrategias para el mejoramiento de los procesos productivos, la calidad del servicio en atención al cliente del restaurante Rosita, ubicado en la ciudad de Guayaquil. La metodología de la presente investigación es el proceso mixto, de tipo cualitativos y datos cuantitativos y se usó el análisis del modelo SERVQUAL, se obtuvo los siguientes resultados el 83% de los clientes están conformes con los productos servidos, el servicio y el ambiente, El 71% de los clientes se sienten seguros con lo que ofrece el restaurante, el comportamiento de los empleados, los métodos de cobro, el trato de los empleados transmite seguridad hacia los clientes y el 57% están de acuerdo con lo que les ofrece el restaurante en temas de presentación, atención y productos. Se concluye que las teorías investigadas y descritas en la presente investigación sustentan de manera adecuada los procedimientos realizados, permitiendo el desarrollo del análisis de la situación de la empresa, el diseño de las estrategias para la solución de deficiencias.

Silva y Lujan (2022) en su artículo *Modelo teórico de gestión de la calidad del servicio para promover la competitividad de los restaurantes de cocina tradicional de la costa ecuatoriana*. Tuvo como objetivo formular un modelo de calidad de servicio que permita el fomento de la competitividad de restaurantes de cocina tradicional ecuatoriana. La metodología fue de diseño no experimental descriptivo, predictivo y correlacional. Se realizó el análisis de validez de constructo y confiabilidad de las variables usando el programa SPSS versión 22. La confiabilidad de la variable gestión de calidad arrojó un alpha de Cronbach de 0.969 con 32 elementos. La confiabilidad de la competitividad presentó un alpha de Cronbach de 0.986 con 64 elementos. Según lo realizado y explicado, al momento de analizar todos los 96 ítems, el resultado exhibe un alpha de Cronbach de 0.986, por lo que se mantuvieron todos los elementos para su aplicación. Concluyendo que entre los resultados más importantes se resalta que el modelo teórico indica una competitividad desfavorable relacionada con el servicio brindado por los establecimientos.

Yépez y Villegas (2024), En su revista *Gestión de calidad Estandarización y Competitividad en Restaurantes de Cuenca*. Tuvo como objetivo desarrollar un manual de servicio adaptado al contexto local, que permita estandarizar prácticas, optimizar tiempos de atención, así como de elevar la calidad del servicio en estos establecimientos. La investigación utilizó una metodología mixta, además de entrevistas semiestructuradas con gerentes y personal, además de observación no participante para analizar las interacciones en tiempo real. Los resultados muestran que la implementación del manual contribuye a una notable mejora en la percepción del servicio, lo que es crucial para fortalecer el posicionamiento de Cuenca como destino turístico gastronómico de excelencia. En conclusión, el estudio destaca que un manual de servicio diseñado específicamente para restaurantes de lujo no solo es necesario si no que tiende busca mejorar la satisfacción del cliente, al mismo tiempo de fomentar la profesionalización del sector, potenciando la competitividad económica y turística de la ciudad.

Jiménez y Córdova (2020), en su investigación *El servicio al cliente y la competitividad en los restaurantes del cantón Ambato*, tuvo como objetivo general evaluar el servicio brindado a los clientes y su influencia en la competitividad en las marisquerías del cantón Ambato; la metodología fue enfoques exploratorio, cuantitativo, no experimental y de campo para lo cual se aplicó una encuesta interna a 200 clientes de la marisquería “Brisa & Mar”; ya que, es una de las marisquerías con mayor afluencia dentro del cantón Ambato y una encuesta externa dirigida a gerentes y/o propietarios de las 111 marisquerías existentes en el cantón, las mismas que han sido registradas legalmente en el SRI. En conclusión, evidenciándose así, que a más del servicio que percibe el cliente existen diversos factores que son considerados importantes y generadores de competitividad ante un sector económicamente activo, por lo que se recomienda disponer de una gestión administrativa eficiente y de capacitaciones a los colaboradores para que proporcionen en todo momento un cordial y excelente servicio al cliente.

En el ámbito nacional encontramos a Lema Rivera (2022). *Calidad de servicio y satisfacción del cliente en el restaurante La Marea, Pescados y Mariscos, La Victoria, 2021*, Tuvo como objetivo determinar la relación entre la calidad de servicio y satisfacción del cliente en el restaurante “La Marea, Pescados y Mariscos”,

La Victoria, 2021. La metodología fue de tipo básica, buscó información sobre la problemática de estudio, el diseño no experimental, correlacional de corte transversal. Cuyo resultado fue para la calidad del servicio obtuvo un 0.803 y la satisfacción del cliente un 0.795 ambos altamente confiables para su aplicación. Se empleó la prueba Rho Spearman para determinar la relación entre variables cuyo resultado fue que la calidad de servicio se relaciona con la satisfacción del cliente, con un nivel de correlación positiva considerable (Rho 0,655 y p-valor 0,000). Se concluye diciendo que las teorías investigadas y descritas en la presente investigación sustentan de manera adecuada los procedimientos realizados, permitiendo el desarrollo del análisis de la situación de la empresa.

Yurico Luceli (2022), en su investigación *Gestión de calidad basada en el servicio al cliente en Mype rubro restaurantes del distrito de Las Lomas, 2022*, la presente investigación tuvo como objetivo general determinar las características de la gestión de calidad basada en el servicio al cliente en Mype rubro restaurantes del distrito de las Lomas, 2022. Metodología: descriptiva, nivel cuantitativo con diseño no experimental y de corte transversal. Resultados: Principios de la gestión de calidad el 75% del personal no se les proporciona recursos y la libertad para actuar con responsabilidad y autoridad. Sistema de gestión de calidad, el 75% de los trabajadores si se encuentra informado sobre la ISO 9001:2015. Importancia del servicio al cliente el 71.7% deducen que si frecuentarían el lugar, la estrategia de mejora en el servicio al cliente el 78.3% de los clientes si les gustaría que el restaurant cuente con servicio delivery, 90% considera que los precios si son accesibles. Conclusión: En las Mypes no se muestra el principio de liderazgo y enfoque, además existe conocimiento del sistema de gestión de calidad referente a las normas ISO, por ultimo los clientes se sienten satisfechos ante el servicio que se les brinda.

Sifuentes Vasquez (2022), en su investigación *Gestión de calidad y su relación con la satisfacción del cliente en Ramiros Restaurant de la ciudad de Trujillo, 2022*, Tuvo como objetivo determinar la relación que existe entre la gestión de calidad y la satisfacción del cliente en Ramiros Restaurant de la ciudad de Trujillo, 2022. La metodología realizada es cuantitativo descriptivo correlacional con una muestra de 25 personas. De los resultados obtenidos se evidencia un nivel de correlación muy alta ($r = 0,917$), reflejando que las actividades que se realizan para la gestión de calidad tienen una relación directa con la satisfacción del cliente en

Ramiro's Restaurant, se concluye que existe una relación significativa entre la gestión de calidad y la satisfacción del cliente aprobando la hipótesis general, ya que, Ramiro's Restaurant debe ser consecuente con las exigencias organizativas y administrativas que las empresas deben cumplir para garantizar la satisfacción del cliente por sobre toda situación o actividad propuesta en el plan de negocios.

Rodríguez y Valdiviezo (2020) en su investigación titulada *Just time y satisfacción al cliente en el área de servicio al cliente del restaurante Ruta 58, Talara – Piura, 2020*, tuvo como objetivo principal determinar la relación del just time y la satisfacción del cliente en el restaurante ruta 58 talara 2020. En la metodología, se utilizó una investigación de tipo aplicada, nivel correlacional, enfoque cuantitativo, diseño no experimental y de alcance transversal, como resultado obteniendo el análisis de datos estadísticos a través de la rho de spearman, se alcanzó un coeficiente de correlación y significancia ($r = ,930^{**}$ y $p = ,000 < ,05$) aceptando así la hipótesis general. En conclusión, el just time se relaciona afirmativamente con el servicio al cliente del restaurante Ruta 58 dado que no cumplen con todos los procesos y gestiones correspondientes.

Alvarez (2022). En su tesis *Gestión de calidad y la satisfacción al cliente de la Mype del sector servicio, rubro restaurante, caso: "El Coral", provincia de Cañete, Año 2018*. Cuyo objetivo fue determinar la relación entre la Gestión de Calidad y Satisfacción del cliente. Con una metodología de enfoque cuantitativo, con un nivel descriptivo, un diseño no experimental, de corte transversal y correlacional. Los resultados de la investigación se obtuvieron que el 20% están de acuerdo en que hay una relación significativa entre ambas variables, el 53.33% están de acuerdo que tengas sus objetivos definidos y el 60.00% están de acuerdo en brindar sus servicios de acuerdo a las necesidades de los clientes, Asimismo, que hay una relación significativa entre la gestión de calidad y la satisfacción al cliente, aceptando la hipótesis alternativa y rechazando la hipótesis nula, con un valor en $Rho = 0.600$. En conclusión, decimos que existe una relación significativa entre la gestión de calidad y la satisfacción al cliente, donde se rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alternativa.

Llatas y Yupanqui (2022), en su investigación *Gestión del servicio y fidelización al cliente en la pollería Rubios Chicken Grill, Lima 2022*. Tuvo como objetivo, determinar la relación que existe entre la gestión del servicio y la

fidelización al cliente en la pollería Rubios Chicken Grill, Lima 2022. Obteniendo una metodología de investigación es tanto cualitativo como cuantitativo, no experimental, transversal y descriptivo-correlativo. Considerando la técnica de recolección de datos, la encuesta y como instrumento el cuestionario; la población y muestra estuvo conformada por 132 clientes de la Pollería Rubios Chicken Grill, Lima 2022. Obtuvo como resultados un nivel de correlación equivalente a Rho de Spearman de 0.732 y un nivel de significancia de 0.000, concluye en que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, evidenciando que preexiste una correlación positiva considerable entre la gestión del servicio y la fidelización al cliente en la pollería Rubios Chicken Grill, Lima 2022.

Gómez y Córdova (2020), en su investigación *Gestión de la calidad y su impacto en el proceso de producción del restaurante D'Lirios, Castilla - Piura, 2020*. Tuvo como objetivo determinar el impacto que tiene la gestión de la calidad en los procesos de producción del restaurante D'Lirios, Castilla - Piura. La investigación de enfoque cuantitativo, diseño no experimental, transeccional y correlacional. Tendrá una población de estudio, de 50 personas. Se obtuvo como resultados un nivel de correlación equivalente a Rho de Spearman de 0.618 y un nivel de significancia de 0.000. Concluyendo se determinó el impacto que tiene la gestión de la calidad en los procesos de producción del restaurante D'Lirios, lo cual fue señalado por el 62% de los encuestados quienes afirmaron que se encontraron totalmente de acuerdo con las variables analizadas, Asimismo, el coeficiente de correlación de Rho Spearman fue de: 0.618, lo que significa que existe una correlación positiva buena.

Y en el ámbito local encontramos a Hurtado (2022), en su tesis *Trabajo en equipo para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del rubro restaurante menú: caso restaurante Tamya, distrito Huaraz, Ancash, 2021*, tuvo como objetivo general: identificar el trabajo en equipo para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del rubro restaurante menú: Caso Restaurante Tamya, distrito Huaraz, Ancash, 2021. La investigación fue de diseño no experimental – transversal – descriptivo de propuesta, obteniendo los siguientes resultados: el 58.33% la empresa logra alcanzar los objetivos planteados, el 83.33% la empresa a veces trabaja en equipo para una actividad designada por parte del representante, el 83.33% en la empresa no existe nunca honestidad dentro del trabajo en equipo. La

investigación concluye que el Restaurante Tamya que no tiene la capacidad de conducir o guiar en el establecimiento que labora, el trabajo en equipo es esencial para obtener los mejores resultados dentro de las mypes.

Flores (2024), en su investigación *Propuesta de mejora de atención al cliente para la gestión de la calidad en la pequeña empresa restaurante El Doradito a La Leña S.A.C, Distrito Huaraz, 2024*, cuyo objetivo fue establecer la propuesta de mejora en cuanto a la atención para la gestión de calidad en la pequeña empresa restaurante el doradito a la leña S.A.C distrito de Huaraz, 2024, se desarrolló una investigación cuantitativa, descriptiva, de propuesta, diseño no experimental, transversal, se obtuvo el siguientes resultados; Para la variable de servicio al cliente, el 60% señalan que la infraestructura es casi siempre segura, 40% manifestó que casi siempre ha notado profesionalismo por parte de los trabajadores. Para la variable gestión de la calidad, el 50% indicaron que siempre ha logrado planificar todos los objetivos, el 66.67% señalaron que siempre se evalúa el desempeño del colaborador, el 66.67% precisaron que siempre realizan acciones correctivas ante contingencias. Se llegó a la conclusión que la pollería brinda buen servicio a sus clientes, pero también se podrá mejorar aspectos de infraestructura, asimismo la organización está cumpliendo un trabajo adecuado en cuanto a la satisfacción de los clientes y gestión de calidad.

Ángeles (2023), en su investigación *Caracterización de los factores relevantes de la fidelización de los clientes para la gestión de calidad en las micros y pequeñas empresas, rubro actividades de restaurantes servicio móvil de comidas en la ciudad de Huaraz, 2020*, tiene como objetivo general utilizar la fidelización en el rubro actividades de restaurantes y servicio móvil de comidas para brindar un servicio de calidad y generar una mayor rentabilidad, satisfaciendo las necesidades de los clientes de manera eficiente, La investigación se desarrolló de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental-transversal, de acuerdo a la relación a las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas el 43% de los representantes cuenta con grado de instrucción, superior, con relación a las características de las MYPES el 42% tiene 1 a 2 trabajadores, de acuerdo a las características de la gestión de calidad de las MYPES el 80% efectúa un plan de negocio y respecto a las características de fidelización en las MYPES el 100% Brinda amabilidad a los clientes al momento de atenderlos. Se concluye, que la utilización

de la fidelización en el rubro de restaurantes para brindar un servicio de calidad y generar una mayor rentabilidad satisfaciendo las necesidades de los clientes de manera eficiente.

Leon (2023), en su Tesis titulada *Propuesta de mejora de los factores relevantes del marketing mix de servicios para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes en el mercado central de la ciudad de Huaraz, 2021*, tuvo como objetivo general identificar las características del marketing mix de servicios para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro restaurantes en el mercado central de la ciudad de Huaraz, 2021. La investigación fue de diseño no experimental-transversal – descriptivo, obteniendo los siguientes resultados: el 90% de los representantes considera importante el nombre de la empresa, el 60% indica que es adecuado la ubicación, el 80% menciona que la publicidad ayuda incrementar las ventas, el 85% menciona que cuenta con planes de venta, el 80% indica que motiva al personal mediante reconocimientos, el 75% menciona que la calidad del servicio es una ventaja competitiva, el 100% considera que la presencia de redes sociales es muy importante para su restaurante. La investigación concluye que los representantes de las micro y pequeñas empresas conocen acerca del marketing mix de servicios, para ello se debe implementar más aspectos de mejora y realizar el seguimiento de las 7p para su restaurante y para que en el futuro contar con un buen servicio aplicando dichas dimensiones en dicho restaurante y de esta manera generar ganancias.

De acuerdo a los temas tratados se conceptualiza acerca de las variables servicio al cliente y gestión de la calidad.

El servicio al cliente viene hacer un conjunto de presentaciones que dicho cliente espera para el producto básico, ya que el valor agregado del producto, es la razón por la cual se diferencian las competencias y se profundizan de acuerdo a la comunicación fluida que exista con los clientes, sin utilizar canales de soportes técnicos.

Según Kotler (2006), un servicio es “cualquier actividad o beneficio que una parte puede ofrecer a otra, es esencialmente intangible y no se puede poseer”. Es decir, es todo lo que es apreciable para dicho cliente y que produce un valor de acuerdo a las opiniones del cliente, en el preciso momento en que se produce un aumento en la satisfacción.

Mejía (2009), dice que un buen servicio significa satisfacer las “necesidades” o “expectativas” del cliente, cuando está en contacto con su proveedor. Por lo tanto, al servicio se le considera al conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un suministrador con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo.

Según Albrecht y Zemke (1988), el servicio al cliente “se produce en el instante y se presta en donde se encuentra físicamente el cliente, no se puede dar una prueba del servicio con anterioridad. El valor del servicio percibido por el cliente depende de su experiencia con la empresa” (pag.36).

Así mismos damos a conocer el Triángulo del Servicio

Varela y Ospino (2013), menciona que: “triángulo de servicio, que no es más que la representación de tres factores de éxito, que pasarían a constituir los vértices del triángulo Si bien es cierto que la teoría del triángulo del servicio condensa y engrana los elementos clave para el servicio” (P.10).

La excelencia en el servicio se puede alcanzar mediante el triángulo del servicio, en el cual se integra una estrategia bien concebida, es decir, se crea una filosofía del servicio que se imparte a un personal adecuado; que es el que tiene contacto público y que opera sobre unos sistemas amables con el cliente.

A continuación, se detalla las dimensiones de la variable servicio al cliente de acuerdo al siguiente autor.

Según Albrecht y Zemke (1988), el servicio al cliente “se produce en el instante y se presta en donde se encuentra físicamente el cliente, además, no se puede dar una prueba del servicio con anterioridad. El valor del servicio percibido por el cliente depende de su experiencia personal con la empresa” (pag.36-37). Y Albrecht propuso el triángulo del servicio porque para él la excelencia en el servicio se puede alcanzar con el triángulo propuesto, que viene hacer:

a. El cliente

viene hacer un centro del triángulo del servicio, así mismo cuenta con estrategias en todos los actos del negocio que giran alrededor de las necesidades y motivaciones que el cliente tiene.

Para Albrech y Zemke (1988) el cliente es el centro del triángulo del servicio y plantea “el servicio debe prestarse en un nivel justo, en todo momento y cuando el

cliente lo desee. Es importante una buena impresión a la hora de establecer contacto entre la empresa y el cliente” (pag.48). y destaca lo siguiente:

- El servicio al cliente en un nivel justo.

b. La estrategia

Son las tácticas que se dan con el equipo y de esa manera ir cumpliendo con los propósitos y las razones de dicho negocio y así ir proporcionando una dirección para servicio de calidad.

Para Albrech y Zemke (1988) la estrategia es “Inherente a una premisa de beneficio bien escogida que tiene valor para el cliente y que establece una relación competitiva real” (pag.41), se destaca lo siguiente:

- Llevar a la realidad el posicionamiento de la empresa.
- Proporcionar una dirección para ofrecer un servicio de calidad.
- Conocer las necesidades del cliente.

c. Los sistemas

Son herramientas físicas y técnicas que están basados a los colaboradores para dicha prestación del servicio, y ser amigables con todos los usuarios.

Albrech y Zemke (1988), mencionan que “los sistemas constituyen todo mecanismo físico y procedimental que tiene a su disposición la gente que presta ese servicio para satisfacer las necesidades del cliente” (pag.41). Albrecht insiste que los sistemas deben ser:

- Amigables
- Estar focalizados naturalmente hacia la satisfacción de las necesidades del cliente.

d. El personal

Son los que conocen, entienden y aplican el servicio del cliente, así mismo son los que tienen contacto directo con el cliente y por ello deben ser capacitados e informados a que ofrezcan el servicio de calidad.

Para Albrech y Zemke (1988), mencionan que el personal presta el servicio y puede ser clasificada en tres categorías tales como gente de servicio primario, que son aquellos que tienen contacto directo con el cliente, gente de servicio secundario,

es aquella persona que sirve al cliente, pero sin ser visto y tiene contacto incidental, y la gente de apoyo. La gente se debe concentrar en mayores esfuerzos como en:

- Capacitación
- Formación

Conceptualizando la variable gestión de la calidad.

Menciona Juran (1990), que la calidad tenemos primero que ponernos de acuerdo en lo que quiere decir la palabra calidad. Aquí es muy tentador contentarse con cualquier frase corta descriptiva y pasar luego al siguiente tema. Hay muchas frases cortas entre las que elegir, pero la frase corta es una trampa. No se conoce ninguna definición breve que traiga como consecuencia un acuerdo real sobre lo que quiere decir calidad. Sin embargo, es vital el acuerdo real; no podemos planificar la calidad a menos que primero nos pongamos de acuerdo en lo que quiere decir calidad.

Así mismo nos dice que sirve para aclarar dichos procesos de manera interna y de esa manera optimizar los recursos que están disponibles. Cuando se realiza de manera eficaz, esta garantiza que el negocio pueda cumplir con un esquema alto y constante.

Cadena (2018), define que “la gestión de la calidad debe enfocarse en 4 grandes procesos, los mismos que deberán estar totalmente interrelacionadas en procura de conseguir los objetivos organizacionales.” (p.24).

Historia De La Gestión De Calidad

Se da en el siglo xx, aunque en ese entonces se observa desde las primeras civilizaciones que da preocupación a los hombres por un buen trabajo y bien echo, cumpliendo de esa manera las normas y asumiendo diversas responsabilidades, así mismo se identifica las necesidades del cliente y que debían ser controladas para que su conformidad sea seguro.

A continuación, se detalla las dimensiones de la variable gestión de calidad de acuerdo al siguiente autor.

Principios De La Calidad Según El Autor Cadena

Planificación de la Calidad.

Según Cadena (2018) no dice que la parte de la gestión de la calidad está enfocada en la creación de los objetivos de la calidad y a la especificación de dichos procesos operativos que son necesarios y de los recursos que están relacionados para cumplir los objetivos de la calidad.

- Determinar quiénes son los clientes.
- Determinar las necesidades de los clientes.
- Desarrollar las características del producto que responden a las necesidades de los clientes
- Transferir los planes resultantes a las fuerzas operativas

El Control de la Calidad.

Según Cadena (2018), nos dice que la parte de la gestión de la calidad está orientada al cumplimiento de los requisitos de la calidad. Es por ello que el control de calidad es entonces, un sistema de actividades diseñadas para valorar la calidad del producto o del servicio que se entrega al cliente.

- Evalúa el comportamiento real de la calidad de la empresa.
- Compara el comportamiento real con los objetivos de calidad.
- Actuar sobre las diferencias.

Aseguramiento de la Calidad.

Según Cadena (2018), menciona que la dirección de la empresa se da cuenta de la importancia que tiene la calidad para su empresa, y empieza a plantearse el implantar un sistema de gestión de la calidad.

- Cumplimiento
- Proceso

El Mejoramiento de la Calidad.

Según Cadena (2018), nos dice es la parte de la gestión de la calidad orientada a aumentar dicha capacidad de cumplir con los requisitos de la calidad. Así mismo la idea que mejor representa al concepto de Calidad es, precisamente, la de la mejora continua.

- Establece la infraestructura necesaria para conseguir una mejora de la calidad anualmente.
- Identifica las necesidades concretas para mejorar.
- Establece un equipo de personas para cada proyecto con una responsabilidad clara de llevar el proyecto a buen fin.
- Proporciona los recursos, la motivación y la formación necesaria para los equipos

Se resume a continuación que gracias a la investigación obtenida se puede decir que son variables muy importantes ya que investigando podemos llegar a dar

una solución a la empresa, así mismo gracias a la gestión de calidad se puede brindar un buen servicio ya que la calidad va junto con el servicio y generan un conocimiento de acuerdo al tema de tomar estrategias para la empresa, así como también tener un manejo adecuado del control y brindando garantía al cliente y de esa manera poder lograr un negocio único y competidor en el ámbito empresarial.

II. METODOLOGÍA

2.1. Enfoque, tipo

2.1.1. Enfoque de investigación

El presente trabajo de investigación fue de Enfoque Cuantitativo, según Niño (2011), dice que: “la investigación cuantitativa tiene que ver con la “cantidad “y, por tanto, su medio principal es la medición y el cálculo. En general, busca medir variables con referencia a magnitudes” (P.30).

2.1.2. Tipo de investigación

La presente investigación por su finalidad fue Básica, según Arias y Covinos (2021) nos dice que la investigación básica también denominada investigación pura, da a conocer que el tipo de investigación, pero no resuelve ningún problema de forma inmediata, más bien, sirve para las bases teóricas y para otros tipos de investigación. Puede estar planteada en tesis con alcances exploratorios, descriptivos o hasta correlaciones. (P.68). así mismo esta investigación es utilizada para comprender y ampliar conocimientos teóricos, ya que no se puede ejecutar casos prácticos de ningún modo.

Por su profundidad fue Descriptiva, según Monroy y Nava (2018). “Comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, y la composición o procesos de los fenómenos. El enfoque se hace sobre conclusiones dominantes o sobre como una persona, grupo o cosa se conduce o funciona en el presente”. (Best, 1970). La investigación descriptiva trabaja sobre realidades de hecho, y su característica fundamental es la de presentarnos una interpretación correcta (p.104).

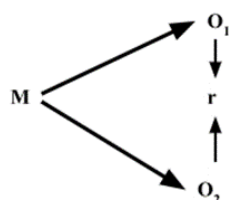
2.2. Diseño de investigación

El diseño de la investigación fue Transversal/No experimental. Menciona Álvarez y Delgado (2015), el estudio transversal también es conocido como encuesta de frecuencia o estudio de prevalencia. En general, se realiza para examinar la presencia o ausencia de una enfermedad u otro resultado de interés, en relación con la presencia o ausencia de una exposición, ambos hechos

ocurriendo en un tiempo determinado y en una población específica. Por otro lado, según Agudelo et al. (2008), la investigación no experimental es “aquella que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Es decir, es investigación donde no hacemos variar intencionalmente las variables independientes” (P.39).

Fue de tipo Correlacional ya que nos ayuda a conocer la relación entre las dos variables, para así establecer una relación estadística, según Salkind (1998). El tipo correlacional se basa a mostrar y examinar la relación entre las variables o los resultados de variables, pero no explica que una sea la causa de la otra, nos dice también que la correlación examina asociaciones, pero no relaciones causales (P.114).

El esquema es el siguiente:



M: Muestra del estudio son los clientes

O1: Observación de la variable 1 Servicio al Cliente

O2: Observación de la variable 2 Gestión de Calidad

r: Relación entre las variables

2.3. Población, muestra y muestreo

Población:

Esta investigación estuvo conformada por los clientes del restaurante PB Corporation & Servicios S.A.C Provincia de Huaraz, Ancash. Según Bueno (2005), precisa que la población tiene como concepto a la asociación de personas que se auto reproducen y desenvuelven en dichas actividades de su vida en el marco de determinadas comunidades sociales. La población siempre existe en marcos espacio-temporales concretos, en particular, salvo las poblaciones nómadas, toda población está asociada a un determinado territorio.

Muestra:

El tamaño de muestra fue de 100 clientes del restaurante el “PB Corporation & Servicios S.A.C” Provincia de Huaraz en lo que respecta a la

muestra. Según Hernández et al. (2017), señala que la muestra es, en esencia, un subgrupo de la población. Digamos que es un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus características al que llamamos población. En realidad, pocas veces es posible medir a toda la población, por lo que obtenemos o seleccionamos una muestra y, desde luego, se pretende que este subconjunto sea un reflejo fiel del conjunto de la población.

Se cogió la cantidad de encuestados de la empresa de los comensales y pensionista del consorcio Suyay.

Tabla 1

Cantidad de consumidores

COMENZALES	CANTIDAD
PERSONAL DE LA EMPRESA SUYAY	100 DIARIOS

Se cogió a los trabajadores de la empresa Suyay para la encuesta ya que son comensales del restaurante y son cantidad de 100 personas diarias, siendo encuestados en un solo día.

Muestreo:

El muestreo que se aplicó fue el no probabilístico. En relación al muestreo. Según Cochran y Bouclier (1980), manifiesta que dichas técnicas de muestreo probabilísticas, nos permite conocer la probabilidad que cada individuo a estudio tiene de ser incluido en la muestra a través de una selección al azar. En cambio, en las técnicas de muestreo de tipo no probabilísticas, la selección de los sujetos a estudio dependerá de ciertas características, criterios, etc. que él investigado considere en ese momento; por lo que pueden ser poco válidos y confiables o reproducibles; debido a que este tipo de muestras no se ajustan a un fundamento probabilístico, es decir, no dan seguridad a que cada sujeto o estudio represente a la población blanco.

2.4. Técnicas e instrumentos de recojo de datos

La técnica que se usó en la presente investigación será la encuesta, tanto para la variable servicio al cliente como para la variable gestión de calidad.

Según López y Fachelli (2016), las encuestas están en la primera dimensión en el extremo de máxima direccionalidad, porque idealmente un

cuestionario de encuesta consta de preguntas previamente identificadas y respuestas cerradas. Además de la posibilidad de negarse a responder, la libertad de los encuestados estaba limitada y solo podían elegir entre las opciones de respuesta proporcionadas. En cuanto a la segunda dimensión, las encuestas implican una menor profundidad de la información, capturando los aspectos más superficiales de las evaluaciones fácticas y de la vida social.

Así mismo el instrumento a utilizar para la medición de la variable servicio al cliente y gestión de la calidad en la investigación será el cuestionario.

Según Baptista et al. (1997), señalan que “un cuestionario consiste en un conjunto de preguntas respecto a una o más variables a medir. El contenido de las preguntas de un cuestionario puede ser tan variado como los aspectos que se midan a través de éste” (P.161).

La Validación viene hacer algo verdadero lo que se considera en los resultados, según Villasís et al. (2018), nos dice que validez se considera que los resultados de una investigación son válidos cuando el estudio está libre de errores. Los errores que se muestran en el progreso de una investigación se deben a dificultades metodológicos y alcanzan agruparse en tres categorías: sesgos de selección, sesgo en la medición y sesgo de confusión.

La validación está conformada por expertos con el grado de maestría los cuales fueron idóneos para la validación de las variables, los cuales fueron los siguientes: el Mg. Roberto Carlos Salvatierra Ulloa, Mg. Maritza León Vigo y el Mg. Carlos Jesús Chacaltana Buenafuente.

Prueba de Confiabilidad viene hacer la consistencia y la precisión de los resultados obtenidos a través de estudios, así mismo, Villasís et al. (2018), nos menciona que la confiabilidad se basa a los resultados de un estudio que se considera confiable cuando se obtenga un alto grado de validez. también, este término se utiliza más cuando se está desarrollando los instrumentos y así, una vez que se evalué el resultado es consistente, donde se concluya que es confiable.

Variable 1. Servicio al Cliente

Tabla 2

Estadística de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de Elementos
,817	15

En la tabla 1 observamos que el cálculo de la prueba coeficiente Alfa de Cronbach resulto un ,817 eso indica que el instrumento tiene un nivel bueno para ser aplicado en la muestra investigada.

Variable 2. Gestión de la Calidad

Tabla 3

Estadística de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de Elementos
,807	13

En la tabla 2 observamos que el cálculo de la prueba coeficiente Alfa de Cronbach resulto un ,807 eso indica que el instrumento tiene un nivel bueno para ser aplicado en la muestra investigada.

2.5. Técnicas de procesamiento y análisis de la información

Para analizar la información de la presente investigación se empleó el programa Microsoft Office Excel, SPSS 25.0 además, para establecer la fiabilidad del cuestionario se realizó una prueba piloto con la finalidad de determinar el Alpha de Cronbach. También, se empleó las tablas y figuras para los resultados.

2.6. Aspectos éticos en investigación

Como investigadores hemos actuado con principios morales y éticos, en el proceso de esta investigación, ya que se ha realizado con mucho empeño y dedicación, así también los criterios que se tomarán en cuenta para la investigación son los siguientes:

a. Consentimiento informado: Se le facilitó la información adecuada a cada encuestado, asimismo, se les explicó sobre el compromiso de reserva, garantizando que la información que brindaron será empleada solo para esta investigación.

b. Confidencialidad: Los datos recolectados fueron tomados respetando el criterio de confidencialidad.

c. Originalidad de la información: La presente investigación es original debido a que se empleó fuentes bibliográficas confiables a fin de recopilar datos fidedignos, los mismos que fueron citados correctamente a través del formato APA 7^a edición, para validar lo antes mencionado, este estudio se sometió al software Turnitin.

Para garantizar el principio de autonomía, se procedió a indicar los objetivos de dichos estudios a los participantes. La identidad de los encuestados fue realizada de forma anónima. Además, los datos que se proporcionaron en las encuestas no serán alteradas de ninguna manera, respetando la claridad de su contenido.

III. RESULTADOS

3.1.Resultados descriptivos

Tabla 4

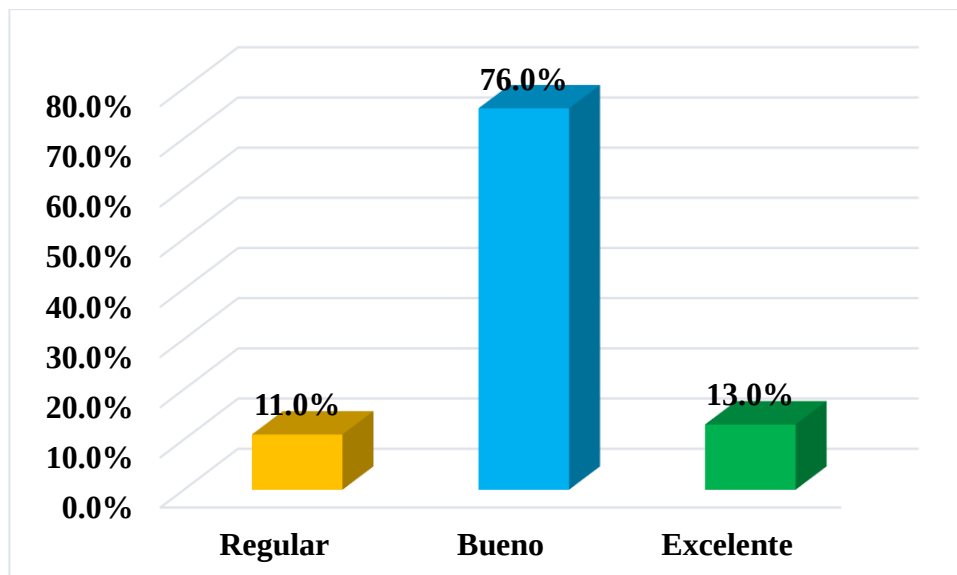
Niveles del servicio al cliente en el Restaurante PB Corporation & Servicios S.A.C.

Niveles	f	%
Regular	11	11.0%
Bueno	76	76.0%
Excelente	13	13.0%
Total	100	100.0%

Nota. Resultado obtenido del SPSS V.27.

Figura 1

Niveles del servicio al cliente en el Restaurante PB Corporation & Servicios S.A.C.



Nota. Elaboración propia en Excel.

Descripción

Según la tabla 4 y figura 1, el 11.0% de los clientes considera que el servicio en el Restaurante PB Corporation & Servicios S.A.C. es regular, el 76.0% la califica como bueno y un 13.0% lo considera excelente.

Tabla 5

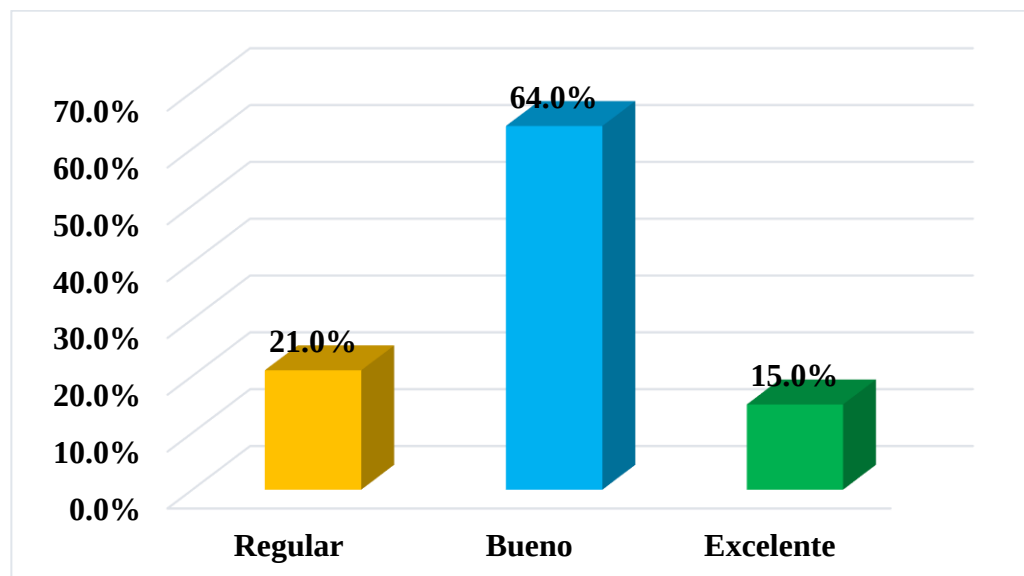
Niveles de la dimensión del cliente en el Restaurante PB Corporation & Servicios S.A.C.

Niveles	f	%
Regular	21	21.0%
Bueno	64	64.0%
Excelente	15	15.0%
Total	100	100.0%

Nota. Resultado obtenido del SPSS V.27.

Figura 2

Niveles de la dimensión del cliente en el Restaurante PB Corporation & Servicios S.A.C.



Nota. Elaboración propia en Excel.

Descripción

Según la tabla 5 y figura 2, el 21.0% de los clientes evalúa al Restaurante PB Corporation & Servicios S.A.C. como regular, el 64.0% considera que es bueno y el 15.0% como excelente.

Tabla 6

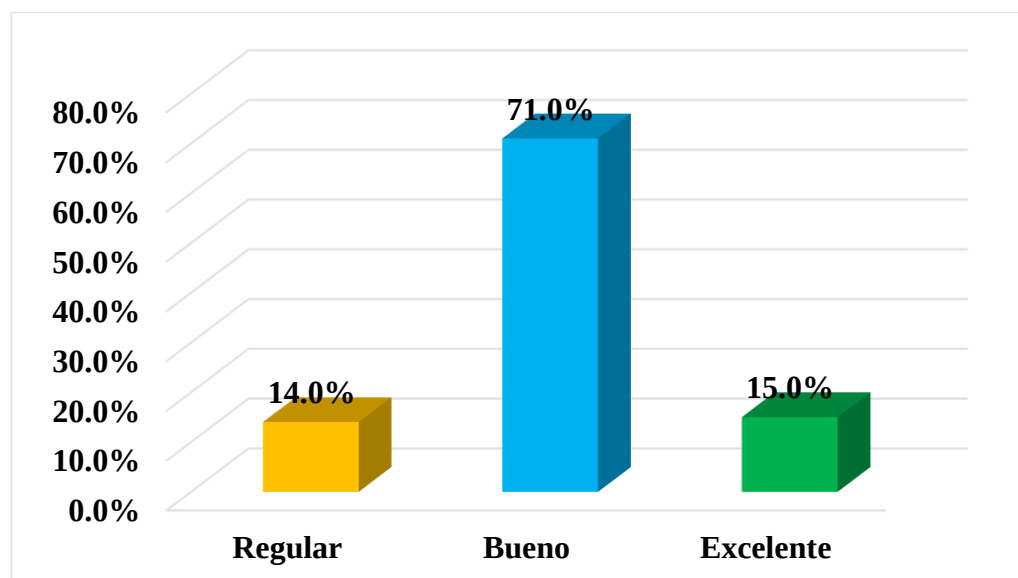
Niveles de la dimensión estrategia en el Restaurante PB Corporation & Servicios S.A.C

Niveles	f	%
Regular	14	14.0%
Bueno	71	71.0%
Excelente	15	15.0%
Total	100	100.0%

Nota. Resultado obtenido del SPSS V.27.

Figura 3

Niveles de la dimensión estrategia en el Restaurante PB Corporation & Servicios S.A.C.



Nota. Elaboración propia en Excel.

Descripción

Según la tabla 6 y figura 3, el 14.0% de los clientes califica la estrategia del Restaurante PB Corporation & Servicios S.A.C. como regular, el 71.0% la califica como buena y un 15.0% como excelente.

Tabla 7

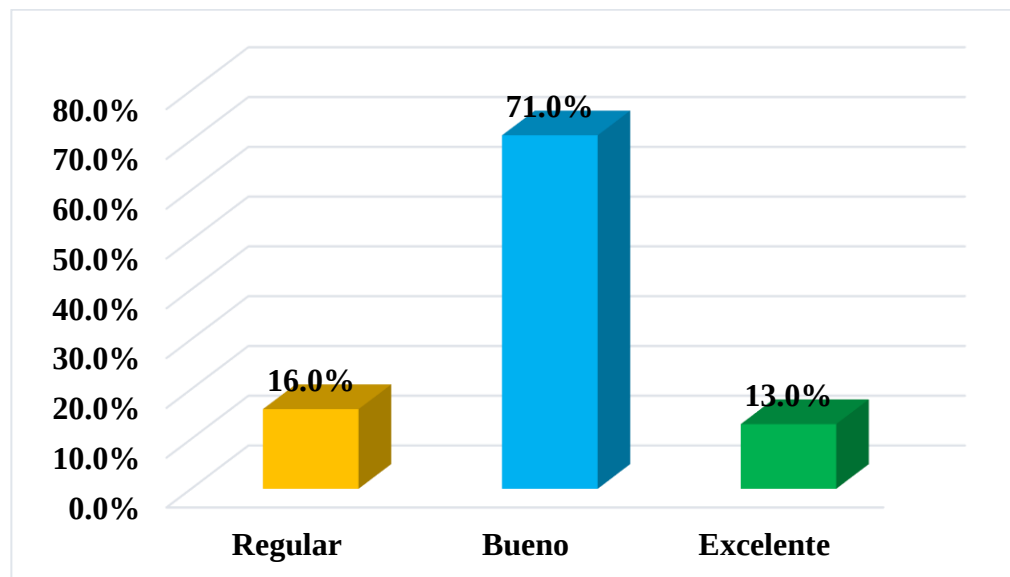
Niveles de la dimensión del personal en el Restaurante PB Corporation & Servicios S.A.C.

Niveles	f	%
Regular	16	16.0%
Bueno	71	71.0%
Excelente	13	13.0%
Total	100	100.0%

Nota. Resultado obtenido del SPSS V.27.

Figura 4

Niveles de la dimensión del personal en el Restaurante PB Corporation & Servicios S.A.C.



Nota. Elaboración propia en Excel.

Descripción

Según la tabla 7 y figura 4, el 16.0% de los clientes considera que el servicio proporcionado por el personal del Restaurante PB Corporation & Servicios

S.A.C. es regular, el 71.0% considera que es bueno y el 13.0% lo valora como excelente.

Tabla 8

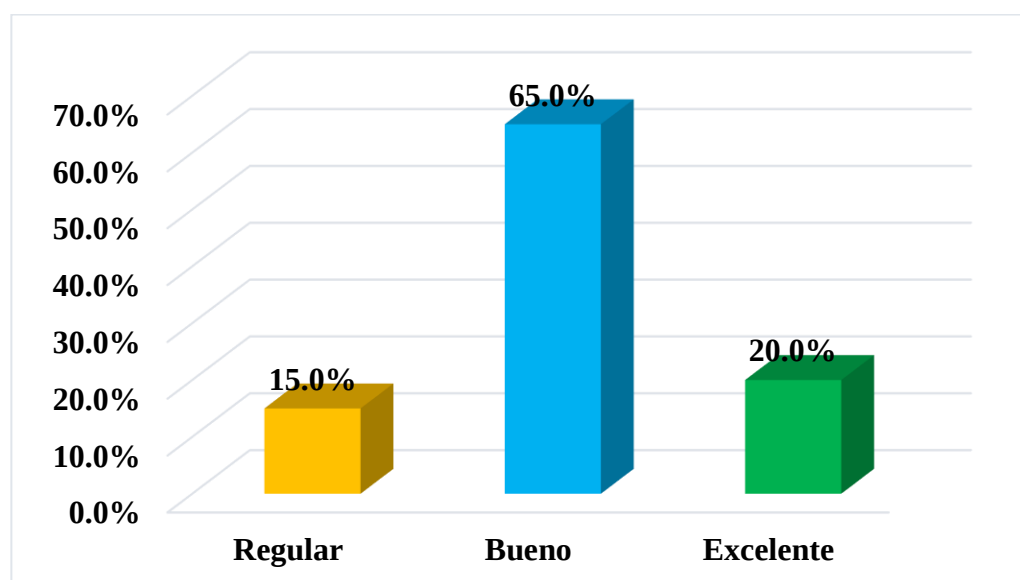
Niveles de la dimensión de los sistemas en el Restaurante PB Corporation & Servicios S.A.C.

Niveles	f	%
Regular	15	15.0%
Bueno	65	65.0%
Excelente	20	20.0%
Total	100	100.0%

Nota. Resultado obtenido del SPSS V.27.

Figura 5

Niveles de la dimensión de los sistemas en el Restaurante PB Corporation & Servicios S.A.C.



Nota. Elaboración propia en Excel.

Descripción

Según la tabla 8 y figura 5, el 15.0% de los clientes considera que los sistemas del Restaurante PB Corporation & Servicios S.A.C. son regulares, el 65.0% los evalúa como buenos y un 20.0% los considera excelentes.

Tabla 9

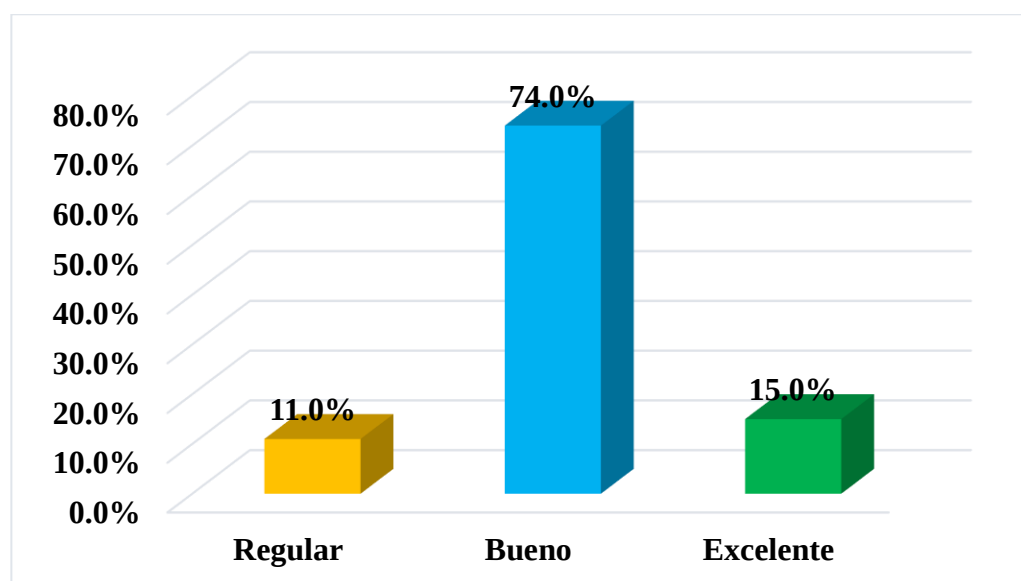
Niveles de la gestión de calidad en el Restaurante PB Corporation & Servicios S.A.C.

Niveles	f	%
Regular	11	11.0%
Bueno	74	74.0%
Excelente	15	15.0%
Total	100	100.0%

Nota. Resultado obtenido del SPSS V.27.

Figura 6

Niveles de la gestión de calidad en el Restaurante PB Corporation & Servicios S.A.C.



Nota. Elaboración propia en Excel.

Descripción

Según la tabla 9 y figura 6, el 11.0% de los clientes califica que la gestión de la calidad en el Restaurante PB Corporation & Servicios S.A.C. es regular, el 74.0% la evalúa como bueno y un 15.0% la califica como excelente.

Tabla 10

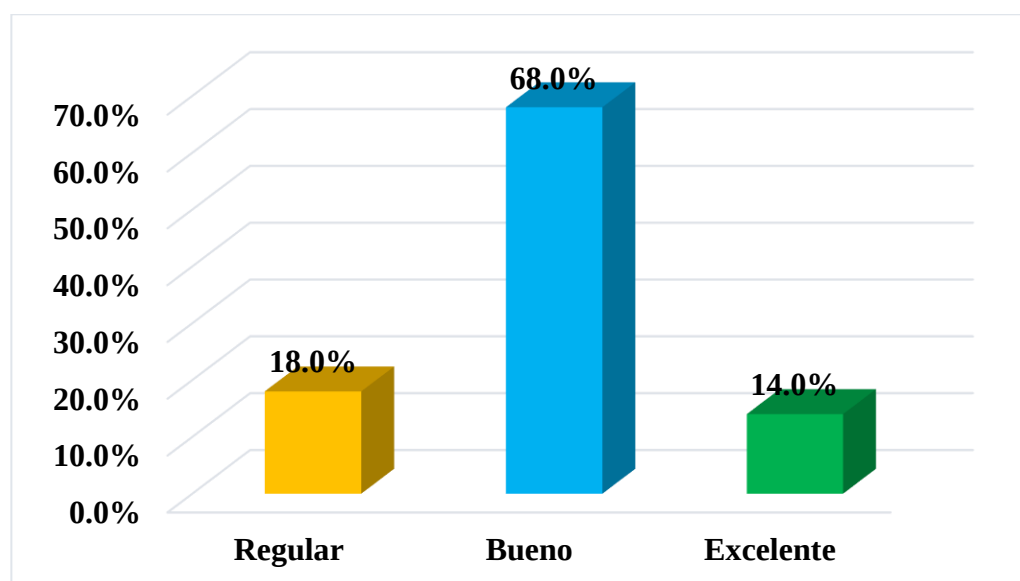
Niveles de la dimensión de la planificación de la calidad en el Restaurante PB Corporation & Servicios S.A.C.

Niveles	f	%
Regular	18	18.0%
Bueno	68	68.0%
Excelente	14	14.0%
Total	100	100.0%

Nota. Resultado obtenido del SPSS V.27.

Figura 7

Niveles de la dimensión de la planificación de la calidad en el Restaurante PB Corporation & Servicios S.A.C.



Nota. Elaboración propia en Excel.

Descripción

Según la tabla 10 y figura 7, el 18.0% de los clientes califica la planificación del Restaurante PB Corporation & Servicios S.A.C. como regular, el 68.0% la evalúa como bueno y un 14.0% la considera excelente.

Tabla 11

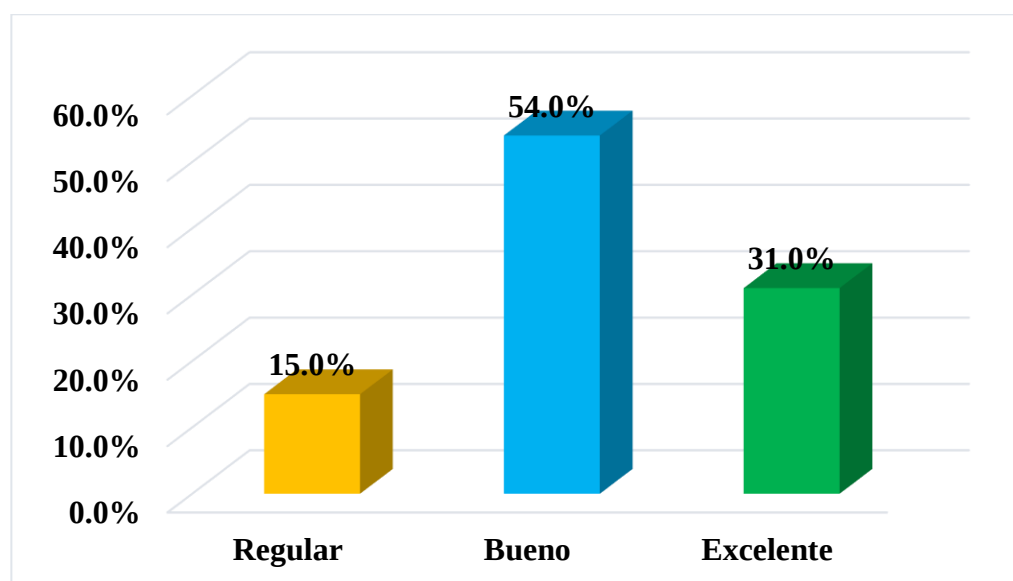
Niveles de la dimensión del control de la calidad en el Restaurante PB Corporation & Servicios S.A.C.

Niveles	f	%
Regular	15	15.0%
Bueno	54	54.0%
Excelente	31	31.0%
Total	100	100.0%

Nota. Resultado obtenido del SPSS V.27.

Figura 8

Niveles de la dimensión del control de la calidad en el Restaurante PB Corporation & Servicios S.A.C.



Nota. Elaboración propia en Excel.

Descripción

Según la tabla 11 y figura 8, el 15.0% de los clientes califica el control en el Restaurante PB Corporation & Servicios S.A.C. como regular, el 54.0% lo valora como bueno y un 31% la considera excelente.

Tabla 12

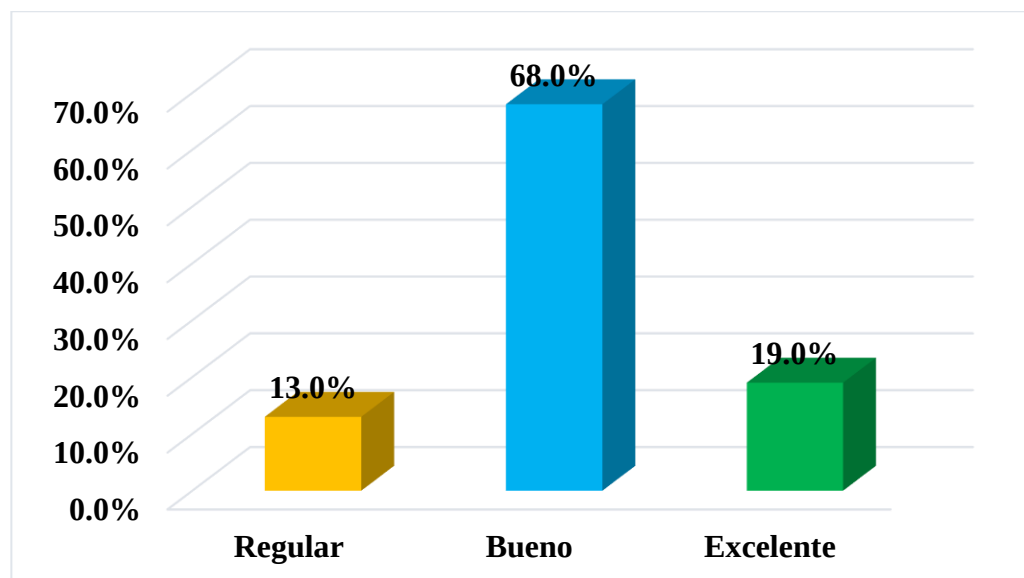
Niveles de la dimensión del aseguramiento de la calidad en el Restaurante PB Corporation & Servicios S.A.c.

Niveles	f	%
Regular	13	13.0%
Bueno	68	68.0%
Excelente	19	19.0%
Total	100	100.0%

Nota. Resultado obtenido del SPSS V.27.

Figura 9

Niveles de la dimensión del aseguramiento de la calidad en el Restaurante PB Corporation & Servicios S.A.C.



Nota. Elaboración propia en Excel.

Descripción

Según la tabla 12 y figura 9, el 13.0% de los clientes califica el aseguramiento de la calidad como regular, el 68.0% la evalúa como bueno y un 19.0% lo califica como excelente.

Tabla 13

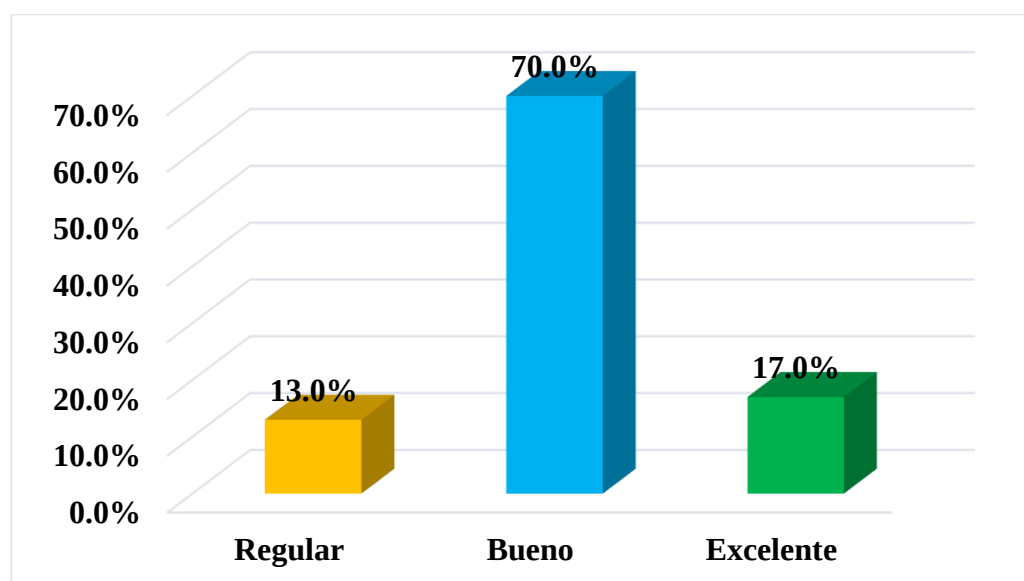
Niveles de la dimensión del mejoramiento de la calidad en el Restaurante PB Corporation & Servicios S.A.C.

Niveles	f	%
Regular	13	13.0%
Bueno	70	70.0%
Excelente	17	17.0%
Total	100	100.0%

Nota. Resultado obtenido del SPSS V.27.

Figura 10

Niveles de la dimensión del mejoramiento de la calidad en el Restaurante PB Corporation & Servicios S.A.C.



Nota. Elaboración propia en Excel.

Descripción

Según la tabla 13 y figura 10, el 13.0% de los clientes considera que el nivel de mejoramiento de la calidad es regular, el 70.0% lo evalúa como bueno y un 17.0% lo considera excelente.

3.2.Resultados inferenciales

La prueba de normalidad viene hacer importante en la elección de procedimientos estadísticos para la prueba de la hipótesis en el trabajo de investigación, así mismo influyen en la validez de los resultados obtenidos.

Ha. Los datos siguen una distribución normal.

Ho. Los datos no siguen una distribución normal.

Tabla 14

Prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnov

	Kolmogorov-Smirnov		
	Estadístico	gl	Sig.
Servicio al cliente	0.116	100	0.002
El cliente	0.124	100	0.001
La estrategia	0.104	100	0.010
El personal	0.205	100	0.000
Los sistemas	0.194	100	0.000
Gestión de calidad	0.115	100	0.002
La planificación de calidad	0.199	100	0.000
El control de calidad	0.102	100	0.013
El aseguramiento de la calidad	0.156	100	0.000
El mejoramiento de la calidad	0.119	100	0.001

Nota. Resultado obtenido del SPSS V.27.

Descripción

Según la tabla 14, se observa los p-valores en la Prueba de Normalidad de Kolmogorov-Smirnov de las variables de estudio (Servicio al cliente y Gestión de calidad) y sus dimensiones menores a 0.05, por lo que se rechaza la H_0 , es decir que los datos no se distribuyen normalmente. Por lo tanto, para el contraste de la hipótesis se realizará con la Prueba de la Correlación de Spearman (Rho).

Objetivo general: Determinar si existe relación entre Servicio al Cliente y Gestión de la Calidad del Restaurante “PB Corporation & Servicios S.A.C” Provincia de Huaraz, Ancash.

Tabla 15

Relación entre el servicio del cliente y la gestión de calidad en el Restaurante PB Corporation & Servicios S.A.C.

		Servicio al cliente	Gestión de calidad
Rho de Spearman	Coefficiente de correlación	1,000	0,559
	Sig. (bilateral)		0,000
	N	100	100

Nota. Resultado obtenido del SPSS V.27.

Descripción

En la tabla 15, se presenta la Prueba de Correlación de Spearman con un coeficiente de correlación de 0.559 y un p-valor de 0.000, lo que es significativamente inferior al nivel de significancia establecido de 0.05. Este resultado indica que existe una relación significativa y positiva entre el servicio al cliente y la gestión de la calidad en el Restaurante PB Corporation & Servicios S.A.C. En otras palabras, a medida que mejora el servicio al cliente, también tiende a mejorar la gestión de la calidad en el restaurante. Por lo tanto, se acepta la hipótesis planteada.

Objetivo Especifico 1: Analizar la relación del servicio al cliente con la planificación de la calidad del restaurante “PB Corporation & Servicios S.A.C” Provincia de Huaraz, Ancash.

Tabla 16

Relación entre el servicio del cliente y la planificación de calidad en el Restaurante PB Corporation & Servicios S.A.C.

		Servicio al cliente	La planificación de calidad
Rho de Spearman	Coefficiente de correlación	1,000	0,510
	Sig. (bilateral)		0,000
	N	100	100

Nota. Resultado obtenido del SPSS V.27.

Descripción

En la tabla 16, se presenta la Prueba de Correlación de Spearman con un coeficiente de correlación de 0.510 y un p-valor de 0.000, lo que es significativamente inferior al nivel de significancia establecido de 0.05. Este resultado indica que existe una relación significativa y positiva entre el servicio al cliente y la planificación de calidad en el Restaurante PB Corporation & Servicios S.A.C. En otras palabras, a medida que mejora el servicio al cliente, también tiende a mejorar la planificación de calidad en el restaurante. Por lo tanto, se acepta la hipótesis planteada.

Objetivo Especifico 2: Analizar la relación del servicio al cliente con el control de la calidad del restaurante “PB Corporation & Servicios S.A.C” Provincia de Huaraz, Ancash.

Tabla 17

Relación entre el servicio del cliente y el control de calidad en el Restaurante PB Corporation & Servicios S.A.C.

		Servicio al cliente	El control de calidad
Rho de Spearman	Coeficiente de correlación	1,000	0,418
	Sig. (bilateral)		0,000
N		100	100

Nota. Resultado obtenido del SPSS V.27.

Descripción

En la tabla 17, se presenta la Prueba de Correlación de Spearman con un coeficiente de correlación de 0.418 y un p-valor de 0.000, lo que es significativamente inferior al nivel de significancia establecido de 0.05. Este resultado indica que existe una relación significativa y positiva entre el servicio al cliente y el control de calidad en el Restaurante PB Corporation & Servicios S.A.C. En otras palabras, a medida que mejora el servicio al cliente, también tiende a mejorar el control de calidad en el restaurante. Por lo tanto, se acepta la hipótesis planteada.

Objetivo Específico 3: Analizar la relación del servicio al cliente con el aseguramiento de la calidad del restaurante “PB Corporation & Servicios S.A.C” Provincia de Huaraz, Ancash.

Tabla 18

Relación entre el servicio del cliente y el aseguramiento de la calidad en el Restaurante PB Corporation & Servicios S.A.C.

		Servicio al cliente	El aseguramiento de la calidad
Rho de Spearman	Coeficiente de correlación	1,000	0,504
	Sig. (bilateral)		0,000
N		100	100

Nota. Resultado obtenido del SPSS V.27.

Descripción

En la tabla 18, se presenta la Prueba de Correlación de Spearman con un coeficiente de correlación de 0.504 y un p-valor de 0.000, lo que es significativamente inferior al nivel de significancia establecido de 0.05. Este resultado indica que existe una relación significativa y positiva entre el servicio al cliente y el aseguramiento de calidad en el Restaurante PB Corporation & Servicios S.A.C. En otras palabras, a medida que mejora el servicio al cliente, también tiende a mejorar el aseguramiento de calidad en el restaurante. Por lo tanto, se acepta la hipótesis planteada.

Objetivo Específico 4: Analizar la relación del servicio al cliente con el mejoramiento continua de la calidad del restaurante “PB Corporation & Servicios S.A.C” Provincia de Huaraz, Ancash.

Tabla 19

Relación entre el servicio del cliente y el mejoramiento de la calidad en el Restaurante PB Corporation & Servicios S.A.C.

		Servicio al cliente	El mejoramiento de la calidad
Rho de Spearman	Coefficiente de correlación	1,000	0,595
	Sig. (bilateral)		0,000
N		100	100

Nota. Resultado obtenido del SPSS V.27.

Descripción

En la tabla 19, se presenta la Prueba de Correlación de Spearman con un coeficiente de correlación de 0.595 y un p-valor de 0.000, lo que es significativamente inferior al nivel de significancia establecido de 0.05. Este resultado indica que existe una relación significativa y positiva entre el servicio al cliente y el mejoramiento de calidad en el Restaurante PB Corporation & Servicios S.A.C. En otras palabras, a medida que mejora el servicio al cliente, también tiende el mejoramiento de calidad en el restaurante. Por lo tanto, se acepta la hipótesis planteada.

IV. DISCUSIÓN

La investigación tuvo como objetivo determinar si existe relación entre servicio al cliente y gestión de la calidad del Restaurante “PB Corporation & Servicios S.A.C” Provincia de Huaraz, Ancash 2025

Dando respuesta al objetivo general, se encontró que, si existe relación entre las variables servicio al cliente y gestión de la calidad del Restaurante “PB Corporation & Servicios S.A.C” Provincia de Huaraz, Ancash 2025. Se presenta una ($Rho = 0.559$) siendo una correlación moderada, un resultado parecido encontramos en la investigación de Sifuentes (2022), se evidencia un nivel de correlación muy alta ($r = 0,917$), reflejando que las actividades que se realizan para la gestión de calidad tienen una relación directa con la satisfacción del cliente en Ramiros Restaurant.

Asimismo, Becerra et al (2022) en su artículo Factores que cuantifican la percepción de calidad en el servicio al cliente en un restaurante mexicano: un estudio de caso de un restaurante mexicano, donde la investigación presenta una correlación positiva considerable y positiva muy fuerte, en los valores de la CR oscilaron entre ($r = 0.765$ y 0.922), mientras que se obtuvo una correlación positiva media y positiva considerable en los valores de la AVE fluctuaron entre ($r = 0.622$ y 0.856), confirmando de esta manera la validez convergente, donde la investigación confirma que tienen un buen resultado exitoso de servicio al cliente, aunque tenga un hallazgo que pertenece a una pyme, donde se sugiere que podría aplicarse a las demás pymes restauranteras mexicanas de Aguascalientes, o de grandes empresas restauranteras.

También, Silva y Lujan (2022) en su artículo Modelo teórico de gestión de la calidad del servicio para promover la competitividad de los restaurantes de cocina tradicional de la costa ecuatoriana: muestra un valor coeficiente en la variable gestión de la calidad que es $Rho = 0.969$ y de la variable de competitividad un $Rho = 0.986$ donde se confirma una consistencia interna y confirma una confiabilidad de escalas bastante favorables, el resultado tiene coincidencia con el estudio de Blanco y Vásquez (2018), En su investigación La Franquicia y su influencia en la Gestión de la Calidad de Servicio al Cliente en el rubro juguerías en Lima Metropolitana – 2017: con una correlación positiva considerable, un $Rho = 0.892$ en la gestión de calidad y franquicia, en las dimensiones, entre experiencia y estrategia un $Rho = 0.921$ y entre calidad y rentabilidad un $Rho = 0.964$, donde resulta muy bueno la gestión de calidad y fortalecer un poco la franquicia.

Velásquez (2019), en su investigación Propuesta de estrategias para mejorar la atención y el servicio al cliente en el restaurante Rosita ubicado en la ciudad de Guayaquil, el cual se encuentra enfocado en estudiar los fenómenos, desde un ambiente natural donde los individuos puedan desenvolverse con espontaneidad a través de los datos cualitativos y recolectar datos cuantitativos y se usó el análisis del modelo SERVQUAL, donde las teorías investigadas y descritas en la presente investigación sustentan de manera adecuada los procedimientos realizados, de modo que se constata que la aplicación de las bases teóricas presentes en la investigación ha permitido el desarrollo del análisis de la situación de la empresa, el diseño de las estrategias para la solución de deficiencias.

En lo expuesto, Lema Rivera (2022). Calidad de servicio y satisfacción del cliente en el restaurante La Marea, Pescados y Mariscos, La Victoria, 2021: donde la calidad del servicio obtuvo un $Rho = 0.803$ y la satisfacción del cliente un $Rho = 0.795$ ambos resultados son confiables para su aplicación, ambas variables obtienen una correlación positiva considerable de $Rho = 0.655$ con un p-valor 0,000, esta investigación muestra una aplicación adecuada en los procedimientos realizados.

Por otro lado, Llatas y Yupanqui (2022), en su investigación Gestión del servicio al cliente y fidelización al cliente en la pollería Rubios Chicken Grill, Lima 2022: con un resultado de correlación equivalente a un $Rho = 0.732$ y un nivel de significancia de 0.000, donde se persiste una correlación positiva considerable entre gestión de calidad y la fidelización al cliente. Del mismo modo Gómez y Córdova (2020), en su investigación Gestión de la calidad y su impacto en el proceso de producción del restaurante D'Lirios, Castilla - Piura, 2020. En su investigación se obtuvo como resultados un nivel de correlación equivalente a Rho de Spearman de 0.618 y un nivel de significancia de 0.000. donde se vio el impacto de la gestión de la calidad en procesos del restaurante D'Lirios donde se obtuvo una correlación positiva buena.

De igual forma, Rodríguez y Valdiviezo (2020) en su investigación titulada Just time y satisfacción al cliente en el área de servicio al cliente del restaurante Ruta 58, Talara – Piura, 2020, se obtuvo como resultado el análisis de datos estadísticos a través de la rho de spearman, y se alcanzó un coeficiente de correlación y significancia ($r = ,930^{**}$ y $p = ,000 < ,05$) aceptando así la hipótesis general. Obteniendo, el just time se relaciona afirmativamente con el servicio al cliente del restaurante Ruta 58 dado que no cumplen con todos los procesos y gestiones correspondientes.

Y Alvarez (2022). En su tesis Gestión de calidad y la satisfacción al cliente de la Mype del sector servicio, rubro restaurante, caso: “El Coral”, provincia de Cañete, Año 2018. Donde se puede evidenciar que en la tabla N° 11,13,14 y 15 que hay una relación significativa entre la gestión de calidad y la satisfacción al cliente, aceptando la hipótesis alternativa y rechazando la hipótesis nula, con un valor en $Rho = 0.600$, decimos que existe una relación significativa entre la gestión de calidad y la satisfacción al cliente, donde se rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alternativa.

En el objetivo específico 1 la Relación entre el servicio al cliente y la planeación de la calidad del restaurante “PB Corporation & Servicios S.A.C” Provincia de Huaraz, Ancash 2025, el resultado de Rho Spearman es de 0.510 esto indica que es una correlación positiva considerable, y el p-valor es de $0,000 < 0.05$, lo cual se estime que la relación es significativa. Con una coincidencia de Llatas y Yupanqui (2022), con una correlación entre la Gestión del servicio al cliente y fidelización al cliente con un resultado de correlación equivalente a un $Rho = 0.732$ y un nivel de significancia de 0.000, donde se persiste una correlación positiva considerable entre gestión de calidad y la fidelización al cliente.

Así mismo en el objetivo específico 2 la Relación entre el servicio al cliente y control de la calidad del restaurante “PB Corporation & Servicios S.A.C” Provincia de Huaraz, Ancash 2025, el resultado de Rho Spearman es de 0.418 esto indica que es una correlación positiva media, y el p-valor es de $0,000 < 0.05$, lo cual se estime que la relación es significativa. con un resultado casi similar, Becerra et al (2022) en su artículo Factores que cuantifican la percepción de calidad en el servicio al cliente en un restaurante mexicano: un estudio de caso de un restaurante mexicano, donde la investigación presenta una correlación positiva considerable y positiva muy fuerte, en los valores de la CR oscilaron entre ($r = 0.765$ y 0.922), mientras que se obtuvo una correlación positiva media y positiva considerable en los valores de la AVE fluctuaron entre ($r = 0.622$ y 0.856), confirmando de esta manera la validez convergente, donde la investigación confirma que tienen una buen resultado exitoso de servicio al cliente.

También el objetivo específico 3 la Relación entre servicio al cliente y el aseguramiento de la calidad del restaurante “PB Corporation & Servicios S.A.C” Provincia de Huaraz, Ancash 2025, el resultado de Rho Spearman es de 0.504 esto indica que es una correlación positiva considerable, y el p-valor es de $0,000 < 0.05$, lo cual se estime que la relación es buena. Con una similitud parecida, Alvarez (2022). En su tesis

Gestión de calidad y la satisfacción al cliente de la Mype del sector servicio, rubro restaurante, caso: “El Coral”, provincia de Cañete, Año 2018. Donde se puede evidenciar que en la tabla N° 11,13,14 y 15 que hay una relación significativa entre la gestión de calidad y la satisfacción al cliente, aceptando la hipótesis alternativa y rechazando la hipótesis nula, con un valor en $Rho = 0.600$, decimos que existe una relación significativa entre la gestión de calidad y la satisfacción al cliente, donde se rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alternativa.

Y en objetivo específico 4 la Relación entre servicio al cliente y el mejoramiento de la calidad del restaurante “PB Corporation & Servicios S.A.C” Provincia de Huaraz, Ancash 2025, el resultado de Rho Spearman es de 0.595, esto indica que es una correlación positiva considerable y el p-valor es de $0,000 < 0.05$, lo cual se estime que la relación es significativa. En una relación parecida con Silva y Lujan (2022) en su artículo Modelo teórico de gestión de la calidad del servicio para promover la competitividad de los restaurantes de cocina tradicional de la costa ecuatoriana: muestra un valor coeficiente en la variable gestión de la calidad que es $Rho = 0.969$ y de la variable de competitividad un $Rho = 0.986$ donde se confirma una consistencia interna y confirma una confiabilidad de escalas bastante favorables.

V. CONCLUSIONES

En conclusión, en la tabla N.º 14 se muestra que se obtuvo un valor de 0,000 $< 0,05$ con lo cual se rechazó la hipótesis nula y se acepta a la hipótesis de la investigación, que a partir de ello se evidencia para afirmar que, si existe relación entre la variable servicio al cliente y la variable gestión de la calidad, así mismo la tabla 15, presenta un coeficiente de correlación de 0.559, y presenta una correlación positiva muy buena. De acuerdo a la relación que se ve que el restaurante da un buen servicio al cliente y tiene una buena gestión de calidad hacia sus clientes y el público en general.

En el objetivo específico N° 1 Se ha logrado establecer una correlación positiva considerada ($Rho = 0.510$) entre servicio al cliente y la planificación de la calidad del restaurante “PB Corporation & Servicios S.A.C” Provincia de Huaraz, Ancash 2025. Respecto a la relación que existe se entiende que el restaurante si está cumpliendo con brindar un buen servicio a sus clientes y aseguran también que los productos y servicios cumplen con estándares de calidad e incentivan a crear nuevos productos y servicios para los que frecuenten el restaurante, entendiendo que la práctica de la planificación de la calidad siga siendo constante.

Así mismo en el objetivo específico N° 2 Se ha logrado establecer una correlación positiva moderada ($Rho = 0.418$) entre servicio al cliente y el control de la calidad del restaurante “PB Corporation & Servicios S.A.C” Provincia de Huaraz, Ancash 2025, Respecto a la relación que existe se entiende que los trabajadores del restaurante se preocupan y tratan de brindar un servicio adecuado a los que frecuentan el restaurante, así mismo tratan de corregir y detectar problemas con los productos y servicios que consume el cliente, así también la empresa cumpla con los estándares de calidad, entendiendo que la práctica del control de la calidad siga siendo constante.

Seguidamente en el objetivo específico N° 3 Se ha logrado establecer una correlación positiva moderada ($Rho = 0.504$) entre servicio al cliente y el aseguramiento de la calidad d, el restaurante “PB Corporation & Servicios S.A.C” Provincia de Huaraz, Ancash 2025, Respecto a la relación que existe se entiende que los trabajadores del restaurante quiere tomar la iniciativa para mejorar el servicio y una buena gestión de calidad a sus clientes del restaurante, así mismo prevenir los problemas de calidad y tratar de garantizar que los productos y servicios estén al agrado de los clientes, de así asegurar el nivel de calidad y la satisfacción del cliente evitando quejas, ejecutando la práctica de la aseguramiento de la calidad.

Y en el objetivo específico N° 4 Se ha logrado establecer una correlación positiva moderada ($Rho = 0.595$) entre servicio al cliente y el mejoramiento de la calidad del restaurante “PB Corporation & Servicios S.A.C” Provincia de Huaraz, Ancash 2025, Respecto a la relación que existe se entiende que los trabajadores del restaurante se esmeran día a día para ofrecer un buen servicio y una mejor calidad a sus clientes del restaurante, además buscan mejorar el producto y el servicio de la empresa, así también la estructura, para que los clientes que visiten el restaurante queden satisfechos, ejecutando la práctica del mejoramiento de la calidad.

En el objetivo general también se ha logrado establecer una correlación positiva moderada ($Rho = 0.559$) entre variable servicio al cliente y gestión de la calidad la relación entre las variables Servicio al Cliente y Gestión de la Calidad en el Restaurante “PB Corporation & Servicios S.A.C” Provincia de Huaraz, Ancash 2025, Respecto a la relación que existe se entiende que los trabajadores del restaurante se ejecutan e incentivan a brindar un servicio eficiente, rápido y satisfactorio, así demostrar la experiencia que tiene la empresa y actividades de calidad a sus clientes que visitan el restaurante , así como también los clientes que conforman la muestra de investigación, entendiendo que la práctica de la gestión de la calidad siga siendo constante.

VI. RECOMENDACIONES

Al dueño de la empresa.

Recomendarle que debe asegurarse que cada interacción con el cliente, desde la atención hasta el pago, sea clara y agradable. Eso implica que el personal brinde un servicio de manera atenta y profesional, y así hacer sentir a los clientes satisfechos y cómodos en un ambiente adecuado y dar un trato exclusivo, ya que eso implica ser la clave para que el restaurante marche bien con un excelente servicio al cliente y se sientan valorado y cómodo en un lugar acogedor.

Capacitar al personal de manera constante ya que el restaurante juega un papel importante en el servicio al cliente. Es por ello que la empresa debe invertir en capacitar a su equipo no solo en capacidades técnicas, sino también en habilidades sociales en el servicio al cliente, como el trato y atención. Por qué si bien es cierto un trabajador bien amaestrado detecta la necesidad de los clientes de los que ellos expresen, así también un personal motivado y bien capacitado brinda un buen servicio y una calidad exclusiva, para que así el restaurante pueda marchar bien.

Así mismo de acuerdo a las dimensiones se recomienda:

Con respecto a la planificación de la calidad se observa que la empresa está cumpliendo con los objetivos que se propone dando un buen servicio a los clientes, pero recomendándoles también que deben inspeccionar a sus trabajadores y brindarle charlas respecto al tema de servicio al cliente y gestión de calidad para que así se frecuente más la empresa.

De acuerdo a los resultados del control de la calidad se observa que la empresa estas en medio del control es por ello que los jefes de cada área deben de supervisar constantemente las funciones de cada colaborador, así como también el servicio que se le da al cliente y que los encargados estén al tanto de cada duda que presenten en el restaurante y estar capacitados en tomar decisiones que sea favorable para la empresa.

El aseguramiento de la calidad se encuentra en un estado considerable eso quiere decir que la empresa si confirma sobre el buen funcionamiento de la empresa, pero también se recomienda tomar decisiones drásticas para que se asegure que el servicio al cliente este marchando bien y estén brindando un trato adecuado.

El mejoramiento de la calidad de la empresa tiene un resultado considerable, pero se le recomienda implementar personas capacitadas y con experiencia para que así puedan brindar un servicio bastante apropiado para los clientes

Respecto al objetivo general, debido al resultado brindado que es una correlación positiva considerable, el servicio al cliente y la gestión de la calidad tienen una relación que coincide bastante, pero se le recomienda también, trabajar de manera educada brindando un buen trato al cliente, con las normas propuestas por la empresa y llamar la atención al colaborador que no cumple con las funciones dadas.

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abreu, J. L. (2014). *El Método de la Investigación*. [http://www.spentamexico.org/v9-n3/A17.9\(3\)195-204.pdf](http://www.spentamexico.org/v9-n3/A17.9(3)195-204.pdf)
- Acosta,E; Arellano, A; Becerra, J y Serralde, J. (2022). Factores que cuantifican la percepción de calidad en el servicio al cliente en un restaurante mexicano. [Artículo Científico] Redalyc. <https://www.redalyc.org/journal/4419/441970414005/>
- Albrecht, k., & Zemke, R. (1988). *Gerencia del servicio* . Bogota, Colombia : Legis Editores.
- Álvarez-Hernández, G., y Delgado de la Mora, J. (2015). *Diseño de estudios epidemiológicos. I. El estudio transversal: tomando una fotografía de la salud y la enfermedad*. Boletín Clínico Hospital Infantil del Estado de Sonora, 32(1), 26-34.
- Alvarez Perez, M. C. (2022). *Gestión de calidad y la satisfacción al cliente de la Mype del sector servicio, rubro restaurante, caso: “El Coral”, provincia de Cañete, Año 2018*. [Tesis de Licenciatura, Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote]. <https://hdl.handle.net/20.500.13032/29698>
- Angeles, D., (2023). *Caracterización de los factores relevantes de la fidelización de los clientes para la gestión de calidad en las micros y pequeñas empresas, rubro actividades de restaurantes servicio móvil de comidas en la ciudad de Huaraz, 2020* [Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote]. <https://hdl.handle.net/20.500.13032/32178>
- Arias , J., & Covinos, M. (2021). *Diseño y metodología de la investigación. Enfoques Consulting EIRL*, 1(1), 66-78.
- Bastar, S. G. (2012). *Metodologia de la investigacion*. file:///C:/Users/hp/Downloads/Metodologia_de_la_investigacion.pdf
- Batista , P y Fernandez, C. (2014). *metodologia de la investigacion* (6º edicion ed.). <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Becerra, J., Serralde, J., Ramirez, A.,y Acosta, E. (2022). *Factores que cuantifican la percepción de calidad en el servicio al cliente en un restaurante mexican*. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-78582022000100073&lang=es

- Blanco, L., y Vazquez, G. (2018). *La Franquicia y su influencia en la Gestión de la Calidad de Servicio al Cliente en el rubro juguerías en Lima Metropolitana - 2017* [Tesis de Licenciatura, Universidad Científica del Sur]. <https://hdl.handle.net/20.500.12805/541>
- Canal N., (2023). *Los restaurantes enfrentan dificultades debido a los altos costos y la inflación.* <https://canaln.pe/actualidad/restaurantes-enfrentan-dificultades-debido-altos-costos-y-inflacion-n467218>
- Cochran, W., y Bouclier, A. (1980). *Técnicas de muestreo* (No. 04; HA31. 2, C6 1980.). México: Compañía Editorial Continental.
- Colonio, N. (2020). *Gestión de calidad y servicio al cliente en el restaurante Chicharronería "La Cajamarquina", del distrito de Pichanaki, provincia de Chanchamayo, 2019.* <https://hdl.handle.net/20.500.13032/18275>
- Córdova, M., y Jiménez, C. (2020). *El servicio al cliente y la competitividad en los restaurantes del cantón Ambato. Ambato – Ecuador.* [Tesis de Maestría, Universidad Técnica de Ambato]. <https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/31481>
- Cortés, J. (2017). *Sistemas de gestión de calidad (ISO 9001:2015).* Málaga, Spain: Editorial ICB. <https://elibro.net/es/ereader/uladech/56053?page=36>.
- Cortés Cortés, M. E., y Iglesias León, M. (2004). *Generalidades sobre Metodología de la Investigación.* Universidad Autónoma del Carmen.
- Correa, S. (2013). *El Triángulo del servicio en Albrecht: un enfoque al comercio móvil.* Ensayos: Revista de Estudiantes de Administración de Empresas, 6(6)
- Duran, M. (1992). *Gestion de Calidad.* <https://books.google.com.pe/books?id=hoRIEGdLGxIC&lpg=PP1&dq=gestion%20de%20calidad&hl=es&pg=PP1#v=onepage&q=gestion%20de%20calidad&f=false>
- Elcomercio. (09 de diciembre de 2021). *Cirkula, la app que lidia con el problema de desperdicio de alimentos en restaurantes.* <https://elcomercio.pe/provecho/tendencias/cirkula-la-app-que-lidia-con-el-problema-de-desperdicio-de-alimentos-en-restaurantes-noticia/?ref=ecr385690-noticia/>

- Flores Villanueva, N. W. (2024). *Propuesta de mejora de atención al cliente para la gestión de la calidad en la pequeña empresa restaurante El Doradito a La Leña SAC, Distrito Huaraz*, 2024. <https://hdl.handle.net/20.500.13032/37039>
- García, A. (2016). *Cultura de servicio en la optimización del servicio al cliente*. Telos, 18(3), 381-398.
- Gomez, C., y Cordova, R. (2021). *Gestión de la calidad y su impacto en el proceso de producción del restaurante D´Lirios, Castilla - Piura*, 2020. [Tesis de Licenciatura, Universidad Cesar Vallejo]. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/91708>
- Gonzales, N. (2015). *Concentración de las MYPES y su impacto en el crecimiento económico*. Quipukamayoc, 23(43), 29-39.
- Gonzalo, S. (22 de Febrero de 2019). *El mal servicio al cliente*. Diario financiero. <https://www.df.cl/opinion/columnistas/el-mal-servicio-al-cliente>
- Guzmán, K. (2023). *Evaluación del servicio al cliente del restaurante “Mi Gran Chaparral “de la localidad Rafael Uribe Uribe, Bogotá Colombia*. https://ciencia.lasalle.edu.co/administracion_de_empresas/3161
- Hernández, R., Fernández, R., y Baptista, P. (2017). *Selección de la muestra*.
- Hurtado Rivera, K. I. (2022). *Trabajo en equipo para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del rubro restaurante menú: Caso restaurante Tamya, distrito Huaraz, Ancash*, 2021. <https://hdl.handle.net/20.500.13032/28928>
- Juran, J. (1990). *Juran y la planificación para la calidad*. Madrid, Spain: Ediciones Díaz de Santos. <https://elibro.net/es/ereader/uladech/55472?page=16>.
- Kotler, P. (2006). *Marketing internacional de lugares y destinos: estrategias para la atracción de clientes y negocios en Latinoamérica*. Pearson Educación.
- Lema, F. (2022). *Calidad de servicio y satisfacción del cliente en el restaurante La Marea, Pescados y Mariscos, La Victoria*, 2021. [Tesis de pregrado, Universidad Privada San Juan Bautista]. <https://repositorio.upsjb.edu.pe/handle/20.500.14308/3737?locale-attribute=es>
- Leon Gloria, R. V. (2023). *Propuesta de mejora de los factores relevantes del marketing mix de servicios para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas rubro*

- restaurantes en el mercado central de la ciudad de Huaraz*, 2021.
<https://hdl.handle.net/20.500.13032/31869>
- López, P., y Fachelli, S. (2016). *La encuesta. Metodología de la investigación social cuantitativa*.
- Yurico Luceli, C. Q. (2022). *Gestión de calidad basada en el servicio al cliente en Mype rubro restaurantes del distrito de Las Lomas*, 2022.
<https://hdl.handle.net/20.500.13032/27380>
- Llatas, M., y Yupanqui, F. (2022). *Gestión del servicio y fidelización al cliente en la pollería Rubios Chicken Grill, Lima* 2022. [Trabajo de investigación, Universidad Cesar Vallejo]. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/99683>
- Maderuelo, J. (2002). *Gestión de la calidad total: El modelo EFQM de excelencia*. Medifam, 12(10), 41-54.
- Martínez, R. (2016). *Servicio al cliente interno: todos somos clientes y todos tenemos clientes*. Bogotá, Colombia: Ediciones de la U.
<https://elibro.net/es/ereader/uladech/70272?page=16>.
- Mares, C. (2013). “*Las micro y pequeñas empresas en el Perú*”
- Mejía, M. (2009). *¿Cómo puedo mejorar el servicio a cliente?. Técnicas para perfeccionar la actitud en el servicio al cliente*.
- Miranda, F., Chamorro, A., y Rubio, S. (2007). *Introducción a la gestión de la calidad. Las Rozas, Madrid, Delta Publicaciones*.
<https://elibro.net/es/ereader/uladech/170128?page=18>.
- Monroy, M., y Nava, N. (2018). *Metodología de la investigación*. Grupo Editorial Éxodo.
<https://elibro.net/es/ereader/uladech/172512?page=104>.
- Niño Rojas, V. (2011). *Metodología de la Investigación: diseño y ejecución*. Bogotá, Colombia: Ediciones de la U. <https://elibro.net/es/ereader/uladech/70969?page=59>.
- Peña, N., Aguilar, O., y Posada, R. (2016). *Análisis sistémico de la micro y pequeña empresa en México*. Pearson Educación.
<https://elibro.net/es/ereader/uladech/108432?page=23>

- Pinto, M. (1998). *Gestión de calidad en documentación*. *Anales de Documentación*, 1. <https://revistas.um.es/analesdoc/article/view/3031>
- Pola, Á. (2009). *Gestión de la calidad*. Barcelona, Spain: Marcombo. <https://elibro.net/es/ereader/uladech/45847?page=12>.
- Rodriguez, L., y Valdiviezo, J. (2020). *Just time y satisfacción al cliente en el área de servicio al cliente del restaurante Ruta 58, Talara – Piura, 2020* [Trabajo de investigación, Universidad Cesar Vallejo]. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/55912>
- Regalado, R. (2012). *Las MIPYMES en Latinoamérica*. B - EUMED. <https://elibro.net/es/lc/uladech/titulos/51592>
- Rosales, L. (2010). *Componentes esenciales del trabajo en equipo y el servicio al (a la) cliente(a)(a) interno(a) y externo(a)*. *Bibliotecas*, 28(2). <https://www.revistas.una.ac.cr/index.php/bibliotecas/article/view/383>
- Salkind, N. J. (1998). *Metodo de investigacion*. Mexico: Prentice-Hall.
- Saenz, M. (2023). *Ventas en restaurantes caen 40 %, ¿por qué está ocurriendo esto*. <https://rpp.pe/economia/economia/ventas-en-restaurantes-caen-40-por-que-esta-ocurriendo-esto-noticia-1512956?ref=rpp>
- Serna, H. (1999). *Gerencia estratégica. Planeación y gestión* (Cuarta Edición). 3R Ediciones. Colombia.
- Siancas, Y., (2021). *Características de la gestión de calidad y la atención al cliente del restaurante peruano turístico el tío Jhony del distrito de Sullana, año 2018*. [Trabajo de investigación, Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote]. <https://hdl.handle.net/20.500.13032/19387>
- Sifuentes, A. N. (2022). *Gestión de calidad y su relación con la satisfacción del cliente en Ramiros Restaurant de la ciudad de Trujillo, 2022* [Tesis de licenciatura, Universidad Privada del Norte]. Repositorio de la Universidad Privada del Norte. <https://hdl.handle.net/11537/34938>
- Silva, E; y Lujan, G. (2022). *Modelo teórico de gestión de la calidad del servicio para promover la competitividad de los restaurantes de cocina tradicional de la costa*

- Torres, M., Enríquez, C., y Vallejos, C. (2019). *Atencion al cliente: un analisis que brinda los restaurantes en la ciudad de Ibarra Ecuador*. HOLOPRAXIS Ciencia, Tecnología e Innovación, 14. file:///C:/Users/PRINCIPAL/Downloads/104-295-1-PB.pdf
- Varela, E., y Ospino, L. (2013). *Aproximación a un modelo gerencial del servicio al cliente interno, una exploración literaria*. *Liderazgo Estratégico*, 3(1), 92-119.
- Velásquez, V. (2019). *Propuesta de estrategias para mejorar la atención y el servicio al cliente en el Restaurante Rosita ubicado en la Ciudad de Guayaquil*. Guayaquil. [Tesis de Maestria, Universidad de Guayaquil]. <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/42607>
- Villasís, M., Márquez, H., Zurita, J., Miranda., y Escamilla, A. (2018). *El protocolo de investigación VII. Validez y confiabilidad de las mediciones*. *Revista alergia México*, 65(4), 414-421. <https://doi.org/10.29262/ram.v65i4.560>
- Yépez, R. M. M., & Villegas, R. A. M. (2024). *Gestión de calidad Estandarización y Competitividad en Restaurantes de Cuenca*. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 8(6), 9403-9419. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i6.15613
- Zeithaml, V., y Bitner, M., (2002). *Marketing de servicios*. (Segunda Edición). Editorial McGraw–Hill. México.

ANEXOS

Anexo 1: Instrumentos De Recolección De La Información

INSTRUCCIONES: En seguida, se les mostrara las preguntas, se le requiere que frente a ellas nos puedan brindar su opinión personal, teniendo en cuenta que no existen respuestas correctas ni incorrectas, marcar con un aspa (x) en la hoja de respuestas aquella que mejor exprese su punto de vista, de acuerdo a las siguientes alternativas.

Variable Servicio al Cliente

Nunca (1)		Muy pocas veces (2)	Algunas Veces (3)	Casi Siempre (4)	Siempre (5)				
N°	Ítems				Alternativa				
V1: Servicio al cliente									
D1: El cliente									
1	¿El restaurante brinda el servicio al cliente en un nivel justo?				1	2	3	4	5
2	¿El restaurante da una buena impresión a la hora de establecer contacto entre la empresa y el cliente?				1	2	3	4	5
3	¿Los personales del restaurante tienen una actitud de servicio?				1	2	3	4	5
4	¿Los personales del restaurante están a disposición para realizar el trabajo?				1	2	3	4	5
D2: La estrategia									
5	¿El restaurante ofrece un buen servicio al cliente?				1	2	3	4	5
6	¿El restaurante resuelve el problema de acuerdo a las necesidades del cliente con la certeza de que quede satisfecho con el servicio?				1	2	3	4	5
7	¿El restaurante lleva a la realidad el posicionamiento de la empresa?				1	2	3	4	5
8	¿El restaurante proporciona una dirección para ofrecer el servicio al cliente de calidad?				1	2	3	4	5
9	¿El restaurante para brindar el servicio al cliente conoce cuáles son las necesidades del cliente?				1	2	3	4	5
10	¿El restaurante busca la mejora continua para el servicio al cliente?				1	2	3	4	5
11	¿El restaurante para brindar el servicio al cliente establece el trabajo en equipo?				1	2	3	4	5
D3: El personal									
12	¿Los personales del restaurante están Capacitados para brindar el servicio al cliente?				1	2	3	4	5
13	¿Los personales del restaurante tienen una formación para brindar un buen servicio al cliente?				1	2	3	4	5
D4: Los sistemas									
14	¿El restaurante es Amigable al momento de brindar el servicio al cliente?				1	2	3	4	5
15	¿El restaurante para brindar el servicio al cliente están focalizados naturalmente hacia la satisfacción de las necesidades del cliente?				1	2	3	4	5

INSTRUCCIONES: En seguida, se les mostrara las preguntas, se le requiere que frente a ellas nos puedan brindar su opinión personal, teniendo en cuenta que no existen respuestas correctas ni incorrectas, marcar con un aspa (x) en la hoja de respuestas aquella que mejor exprese su punto de vista, de acuerdo a las siguientes alternativas.

Variable Gestión de Calidad

Nunca (1)		Muy pocas veces (2)	Algunas Veces (3)	Casi Siempre (4)	Siempre (5)					
Nº	Ítems					Alternativa				
V2: Gestión de Calidad										
D1: La Planificación de la Calidad										
16	¿El restaurante determina quiénes son los clientes?					1	2	3	4	5
17	¿El restaurante determina las necesidades de los clientes?					1	2	3	4	5
18	¿El restaurante desarrolla las características del producto que responden a las necesidades de los clientes?					1	2	3	4	5
19	¿El restaurante transfiere los planes resultantes a las fuerzas operativas?					1	2	3	4	5
D2: El Control de Calidad										
20	¿El restaurante evalúa el comportamiento real de la calidad de la empresa?					1	2	3	4	5
21	¿El restaurante compara el comportamiento real con los objetivos de calidad?					1	2	3	4	5
22	¿El restaurante actúa sobre las diferencias?					1	2	3	4	5
D3: El aseguramiento de la calidad										
23	¿El restaurante cumple con el servicio que ofrece a sus clientes?					1	2	3	4	5
24	¿Considera que los procesos que tiene la empresa para asegurar un buen servicio al cliente son los apropiados?					1	2	3	4	5
D4: El Mejoramiento de la Calidad										
25	¿El restaurante establece la infraestructura necesaria para conseguir una mejora de la calidad anualmente?					1	2	3	4	5
26	¿El restaurante identifica las necesidades concretas para mejorar?					1	2	3	4	5
27	¿El restaurante establece un equipo de personas para cada proyecto con una responsabilidad clara de llevar el proyecto a buen fin?					1	2	3	4	5
28	¿El restaurante proporciona los recursos, la motivación y la formación necesaria para los equipos?					1	2	3	4	5

Anexo 2: Ficha Técnica

FICHA TÉCNICA	
VARIABLE 1: SERVICIO AL CLIENTE	
Nombre original del instrumento:	CUESTIONARIO PARA EVALUAR EL NIVEL DE SERVICIO AL CLIENTE
Autor y año	Original: Rojas Romero, Marianella Giovanna (2018)
	Adaptación: Trejo Huaman Marianela Gavi
Objetivo del instrument	Evaluar el nivel de servicio al cliente
Usuarios	Será a los 100 clientes que asistan a la empresa para le prestación de servicios que ofrece
Forma de administración o modo de aplicación	Formulario enviado de manera presencial
Validez: (Presentar la constancia de validación expertos)	La validación del instrumento de evaluación fue realizada por tres expertos, que tienen el grado de maestría o doctor, que se indica a continuación: - Mg. Roberto Carlos Salvatierra Ulloa - Mg. Maritza León Vigo - Mg. Carlos Jesús Chacaltana Buenafuente En la presente investigación la validez se realizó mediante el criterio de tres expertos, esta fue llevada a cabo en la fase de investigación que necesita la utilización de los instrumentos, con la finalidad de dar la aprobación de estos. A cada especialista se le brindó una matriz de validación, en la cual se recolectó los datos conforme a los criterios para evaluar de contenido para cada ítem, de acuerdo con las valoraciones son las siguientes: 1. Nunca 2. Muy pocas veces 3. Algunas veces 4. Casi siempre 5. Siempre Luego de hacer las observaciones pertinentes a los ítems, se concluyó con una valoración positiva.
Confiabilidad: 4(Presentar los resultados estadísticos)	Para obtener la confiabilidad de la investigación se empleó el coeficiente de confiabilidad Alfa de Cronbach donde se obtuvo como resultado $Rho=0,817$ indicando que el instrumento tiene un nivel bueno para ser aplicado en la muestra investigada.

FICHA TÉCNICA	
VARIABLE 2: GESTION DE CALIDAD	
Nombre original del instrumento:	CUESTIONARIO PARA EVALUAR EL NIVEL DE GESTION DE CALIDAD
Autor y año:	Original: Br. Gloria Marleny Santillan Carpio (2017)
	Adaptación: Trejo Huaman Marianela Gavi
Objetivo del instrumento	Evaluar el nivel de gestión de la calidad
Usuarios	Sera a los 100 clientes que asistan a la empresa para le prestación de servicios que ofrece
Forma de administración o modo de aplicación	Formulario enviado de manera presencial
Validez: (Presentar la constancia de validación expertos)	La validación del instrumento de evaluación fue realizada por tres expertos, que tienen el grado de maestría o doctor, que se indica a continuación: - Mg. Roberto Carlos Salvatierra Ulloa - Mg. Maritza León Vigo - Mg. Carlos Jesús Chacaltana Buenafuente En la presente investigación la validez se realizó mediante el criterio de tres expertos, esta fue llevada a cabo en la fase de investigación que necesita la utilización de los instrumentos, con la finalidad de dar la aprobación de estos. A cada especialista se le brindó una matriz de validación, en la cual se recolectó los datos conforme a los criterios para evaluar de contenido para cada ítem, de acuerdo con las valoraciones son las siguientes: 1. Nunca 2. Muy pocas veces 3. Algunas veces 4. Casi siempre 5. Siempre Luego de hacer las observaciones pertinentes a los ítems, se concluyó con una valoración positiva.
Confiabilidad: (Presentar los resultados estadísticos)	Para obtener la confiabilidad de la investigación se empleó el coeficiente de confiabilidad Alfa de Cronbach donde se obtuvo como resultado $Rho=0,807$ indicando que el instrumento tiene un nivel bueno para ser aplicado en la muestra investigada.

Anexo 3: Operacionalización De Variables

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	INSTRUMENTO	ESCALA DE MEDICIÓN
V1: Servicio al cliente	Según Albrecht y Zemke (1988), el servicio al cliente “se produce en el instante y se presta en donde se encuentra físicamente el cliente, no se puede dar una prueba del servicio con anterioridad. El valor del servicio percibido por el cliente depende de su experiencia con la empresa” (pag.36).	Para medir la variable servicio al cliente se aplicará un cuestionario en base a 4 dimensiones los cuales son: el cliente, las estrategias, los sistemas y el personal.	El cliente	• El servicio al cliente en un nivel justo. • La buena impresión a la hora de establecer contacto entre la empresa y el cliente. • Actitud de servicio. • Disposición para realizar el trabajo.	1 2 3 4	Cuestionario	Ordinal
			La estrategia	• Ofrecer un buen servicio. • Resolver el problema de acuerdo a las necesidades del cliente con la certeza de que quede satisfecho. • Llevar a la realidad el posicionamiento de la empresa. • Proporcionar una dirección para ofrecer un servicio de calidad. • Conocer las necesidades del cliente. • Buscar la mejora continua. • Establecer el trabajo en equipo.	5 6 7 8 9 10 11		
			El personal	• Capacitación • Formación	12 13		
			Los sistemas	• Amigables • Estar focalizados naturalmente hacia la satisfacción de las necesidades del cliente.	14 15		

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	INSTRUMENTO	ESCALA DE MEDICIÓN
V2: Gestión de calidad	Cadena (2018), define que “la gestión de la calidad debe enfocarse en 4 grandes procesos, los mismos que deberán estar totalmente interrelacionadas en procura de conseguir los objetivos organizacionales.” (p.24).	La variable gestión de calidad va a medirse a través de 4 dimensiones los cuales son: la planificación de la calidad, el control de la calidad, el aseguramiento de la calidad y el mejoramiento de la calidad.	Planificación de la calidad	• Determinar quiénes son los clientes. • Determinar las necesidades de los clientes. • Desarrollar las características del producto que responden a las necesidades de los clientes • Transferir los planes resultantes a las fuerzas operativas.	16 17 18 19	Cuestionario	Ordinal
			El Control de la calidad	• Evalúa el comportamiento real de la calidad de la empresa. • Compara el comportamiento real con los objetivos de calidad. • Actuar sobre las diferencias.	20 21 22		
			El aseguramiento de la calidad	• Cumplimiento • Proceso	23 24		
			El Mejoramiento de la calidad	• Establece la infraestructura necesaria para conseguir una mejora de la calidad anualmente. • Identifica las necesidades concretas para mejorar. • Establece un equipo de personas para cada proyecto con una responsabilidad clara de llevar el proyecto a buen fin. • Proporciona los recursos, la motivación y la formación necesaria para los equipos	25 26 27 28		

Anexo 5: Carta de autorización emitida por la entidad que faculta el recojo de datos



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE TRUJILLO

CARTA DE AUTORIZACIÓN DE USO DE INFORMACIÓN DE EMPRESA PARA EL DESARROLLO DE TESIS

Yo, RODY ANTHONY CAYO TORRES, identificado con DNI 70949416, en
mi calidad de ADMINISTRADOR de la empresa/institución
PB CORPORATION Y SERVICES SAC con RUC N° 20606692294 ubicada en la ciudad
de HUARAZ, Perú.

OTORGO LA AUTORIZACIÓN

Al Sr.(ta) TREJO HUAMAN MARIANELA G. identificado (a) con DNI N°
75268752, bachiller (es) del programa de estudios de ADMINISTRACIÓN, para que
utilice la siguiente información de la empresa, tener acceso, utilizar información y aplicar
instrumentos de recolección de información para la tesis titulada
SERVICIO AL CLIENTE Y GESTION DE CALIDAD EN EL RESTAURANTE PB CORPORATION
Y SERVICES S.A.C., PROVINCIA DE HUARAZ - ANCASH para
obtener el Título Profesional. Adjunto a esta carta la siguiente documentación:

() Ficha RUC

Firma y sello del Representante Legal

DNI: 70949416

El bachiller declara que los datos emitidos en esta carta y Tesis. En caso de comprobarse la
falsedad de datos y será sometido al inicio del procedimiento disciplinario correspondiente y
así mismo asumirá la responsabilidad antes posible acciones legales que la empresa, otorgante
de la información, pueda ejecutar.

Firma del Bachiller

DNI:

Resultado de la Búsqueda			
Número de RUC:		20606692294 - PB CORPORATION & SERVICES S.A.C	
Tipo Contribuyente:		SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	
Nombre Comercial:		PB CORPORATION & SERVICES S.A	
Fecha de Inscripción:		14/10/2020	Fecha de Inicio de Actividades:
		19/03/2021	
Estado del Contribuyente:		ACTIVO	
Condición del Contribuyente:		HABIDO	
Domicilio Fiscal:		AV. ANTONIO RAIMONDI NRO. 619 INT. C URB. CERCADO DE HUARAZ ANCASH - HUARAZ - HUARAZ	
Sistema Emisión de Comprobante:		COMPUTARIZADO	Actividad Comercio Exterior:
			SIN ACTIVIDAD
Sistema Contabilidad:		MANUAL	
Actividad(es) Económica(s):		Principal - 5610 - ACTIVIDADES DE RESTAURANTES Y DE SERVICIO MÓVIL DE COMIDAS	
		Secundaria 1 - 5510 - ACTIVIDADES DE ALOJAMIENTO PARA ESTANCIAS CORTAS	
Comprobantes de Pago c/aut. de impresión (F. 806 u 816):		NINGUNO	
Sistema de Emisión Electrónica:		FACTURA PORTAL DESDE 29/03/2021	
		DESDE LOS SISTEMAS DEL CONTRIBUYENTE. AUTORIZ DESDE 18/10/2023	
Emisor electrónico desde:		29/03/2021	
Comprobantes Electrónicos:		FACTURA (desde 29/03/2021),BOLETA (desde 18/10/2023)	
Afiliado al PLE desde:		-	
Padrones:		NINGUNO	
Fecha consulta: 21/03/2025 19:51			

Anexo 9: Validaciones y Confiabilidad

Tabla 20

Análisis de fiabilidad total con la Prueba de Alfa de Cronbach para la consistencia interna del cuestionario.

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0.942	38

Nota. Elaboración propia SPSS V.27.

Descripción

La tabla muestra el valor total de la Prueba de Alfa de Cronbach de 0.942 para la consistencia interna del cuestionario, siendo mayor al valor establecido de 0.70. Por lo tanto, es **EL CUESTIONARIO POR TOTAL ES CONFIABLE.**

Tabla 21

Análisis de confiabilidad por ítem con la Prueba de Alfa de Cronbach para la consistencia interna del cuestionario por ítem.

Estadísticas de total de elemento				
	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
Servicio al cliente	112.03	339.757	0.802	0.939
P1	112.03	339.964	0.516	0.940
P2	111.63	339.068	0.534	0.940
P3	111.53	345.637	0.380	0.941
P4	111.43	331.013	0.732	0.938
El cliente	111.97	335.689	0.819	0.938
P5	111.67	339.609	0.608	0.939
P6	111.33	333.885	0.697	0.939
P7	111.73	335.237	0.581	0.940
P8	111.67	334.644	0.675	0.939
P9	111.73	347.099	0.317	0.942
P10	111.47	335.844	0.680	0.939
P11	111.43	341.495	0.497	0.940

La estrategia	112.00	338.552	0.804	0.939
P12	111.70	338.355	0.549	0.940
P13	111.57	336.116	0.693	0.939
El personal	112.07	339.582	0.679	0.939
P14	111.60	340.869	0.456	0.941
P15	111.60	338.317	0.527	0.940
Los sistemas	111.97	344.309	0.467	0.941
Gestión de calidad	112.10	342.921	0.696	0.939
P16	112.30	359.734	-0.057	0.944
P17	111.60	349.628	0.236	0.943
P18	111.73	348.133	0.286	0.942
P19	111.93	334.961	0.555	0.940
La planificación de calidad	112.13	349.568	0.384	0.941
P20	111.97	348.930	0.261	0.942
P21	111.63	344.930	0.475	0.941
P22	111.63	340.654	0.450	0.941
El control de calidad	112.03	343.344	0.643	0.940
P23	111.80	339.269	0.530	0.940
P24	111.73	336.409	0.644	0.939
El aseguramiento de la calidad	112.20	336.717	0.712	0.939
P25	111.80	342.234	0.409	0.941
P26	111.57	343.151	0.464	0.941
P27	111.47	343.637	0.483	0.940
P28	111.73	326.823	0.682	0.939
El mejoramiento de la calidad	112.07	335.099	0.717	0.939

Nota. Elaboración propia SPSS V.27.

Descripción

En la tabla, se observa los valores por ítems de la Prueba de Alfa de Cronbach de las variables y sus dimensiones, siendo mayores al valor establecido de 0.70. Por lo tanto, **EL CUESTIONARIO POR ÍTEM ES CONFIABLE.**

Por consiguiente, el cuestionario de la relación entre el servicio del cliente y gestión de la calidad en el Restaurante PB Corporation & Servicios S.A.C., **ES CONFIABLE.**

Tabla 22

Análisis de validez del cuestionario por ítem con la Prueba de V de Aiken.

Var iabl es	Dimensiones	Variables de validación																															
		Calidad								Amplitud								Congruencia								Coherencia							
		Íte ms	Juece s			S	n	c	V	Juec es			S	n	c	V	Juece s			S	n	c	V	Juece s			S	n	c	V			
			1	2	3					1	2	3					1	2	3					1	2	3							
Servicio del cliente	El cliente	1	5	5	5	15	3	5	1	5	5	5	15	3	5	1	5	5	5	15	3	5	1	5	5	5	15	3	5	1			
		2	5	5	5	15	3	5	1	5	5	5	15	3	5	1	5	5	5	15	3	5	1	5	5	5	15	3	5	1			
		3	5	5	5	15	3	5	1	5	5	5	15	3	5	1	5	5	5	15	3	5	1	5	5	5	15	3	5	1			
		4	5	5	5	15	3	5	1	5	5	5	15	3	5	1	5	5	5	15	3	5	1	5	5	5	15	3	5	1			
	La estrategia	5	5	5	5	15	3	5	1	5	5	5	15	3	5	1	5	5	5	15	3	5	1	5	5	5	15	3	5	1			
		6	5	5	5	15	3	5	1	5	5	5	15	3	5	1	5	5	5	15	3	5	1	5	5	5	15	3	5	1			
		7	5	5	5	15	3	5	1	5	5	5	15	3	5	1	5	5	5	15	3	5	1	5	5	5	15	3	5	1			
		8	5	5	5	15	3	5	1	5	5	5	15	3	5	1	5	5	5	15	3	5	1	5	5	5	15	3	5	1			
		9	5	5	5	15	3	5	1	5	5	5	15	3	5	1	5	5	5	15	3	5	1	5	5	5	15	3	5	1			
		10	5	5	5	15	3	5	1	5	5	5	15	3	5	1	5	5	5	15	3	5	1	5	5	5	15	3	5	1			
		11	5	5	5	15	3	5	1	5	5	5	15	3	5	1	5	5	5	15	3	5	1	5	5	5	15	3	5	1			
	El personal	12	5	5	5	15	3	5	1	5	5	5	15	3	5	1	5	5	5	15	3	5	1	5	5	5	15	3	5	1			
		13	5	5	5	15	3	5	1	5	5	5	15	3	5	1	5	5	5	15	3	5	1	5	5	5	15	3	5	1			
	Los sistemas	14	5	5	5	15	3	5	1	5	5	5	15	3	5	1	5	5	5	15	3	5	1	5	5	5	15	3	5	1			
		15	5	5	5	15	3	5	1	5	5	5	15	3	5	1	5	5	5	15	3	5	1	5	5	5	15	3	5	1			
Gestión de calidad	La planificación de la calidad	16	5	5	5	15	3	5	1	5	5	5	15	3	5	1	5	5	5	15	3	5	1	5	5	5	15	3	5	1			
		17	5	5	5	15	3	5	1	5	5	5	15	3	5	1	5	5	5	15	3	5	1	5	5	5	15	3	5	1			
		18	5	5	5	15	3	5	1	5	5	5	15	3	5	1	5	5	5	15	3	5	1	5	5	5	15	3	5	1			
		19	5	5	5	15	3	5	1	5	5	5	15	3	5	1	5	5	5	15	3	5	1	5	5	5	15	3	5	1			
	El control de calidad	20	5	5	5	15	3	5	1	5	5	5	15	3	5	1	5	5	5	15	3	5	1	5	5	5	15	3	5	1			
		21	5	5	5	15	3	5	1	5	5	5	15	3	5	1	5	5	5	15	3	5	1	5	5	5	15	3	5	1			
		22	5	5	5	15	3	5	1	5	5	5	15	3	5	1	5	5	5	15	3	5	1	5	5	5	15	3	5	1			
	El aseguramiento de la calidad	23	5	5	5	15	3	5	1	5	5	5	15	3	5	1	5	5	5	15	3	5	1	5	5	5	15	3	5	1			
		24	5	5	5	15	3	5	1	5	5	5	15	3	5	1	5	5	5	15	3	5	1	5	5	5	15	3	5	1			
	El mejoramiento de la calidad	25	5	5	5	15	3	5	1	5	5	5	15	3	5	1	5	5	5	15	3	5	1	5	5	5	15	3	5	1			
		26	5	5	5	15	3	5	1	5	5	5	15	3	5	1	5	5	5	15	3	5	1	5	5	5	15	3	5	1			
		27	5	5	5	15	3	5	1	5	5	5	15	3	5	1	5	5	5	15	3	5	1	5	5	5	15	3	5	1			
		28	5	5	5	15	3	5	1	5	5	5	15	3	5	1	5	5	5	15	3	5	1	5	5	5	15	3	5	1			

Nota. Elaboración propia en Excel.

Descripción

En la tabla, se muestra los valores de la Prueba de V de Aiken para validar el cuestionario por ítem según las variables de validación, obteniendo las V igual a 1, mayor que 0.80, por lo tanto, el **CUESTIONARIO POR ÍTEM ES VÁLIDO**.

Tabla 23

Análisis de validez por variable y sus dimensiones de la Prueba de V de Aiken.

	Calidad	Amplitud	Congruencia	Coherencia	Total
Servicio del cliente	1	1	1	1	1
El cliente	1	1	1	1	1
La estrategia	1	1	1	1	1
El personal	1	1	1	1	1
Los sistemas	1	1	1	1	1
Gestión de calidad	1	1	1	1	1
La planificación de calidad	1	1	1	1	1
El control de calidad	1	1	1	1	1
El aseguramiento de la calidad	1	1	1	1	1
El mejoramiento de la calidad	1	1	1	1	1

Nota. Elaboración propia en Excel.

Descripción

En la tabla, se muestra los valores de la prueba de V de Aiken para validar el cuestionario por variable y sus dimensiones, obteniendo las V igual a 1, mayor que 0.80, por lo tanto, el **CUESTIONARIO POR VARIABLE Y SUS DIMENSIONES ES VÁLIDO**.

Por consiguiente, el cuestionario de la relación entre el servicio del cliente y gestión de la calidad en el Restaurante PB Corporation & Servicios S.A.C., **ES VÁLIDO**.

PRESENTACIÓN A JUICIO DE EXPERTO

Estimado Validador:

Me es grato dirigirme a usted, a fin de solicitar su colaboración como experto para validar el instrumento que adjunto denominado: **CUESTIONARIO PARA EVALUAR EL NIVEL DE SERVICIO AL CLIENTE**, diseñado por el (la) Bachiller, **TREJO HUAMAN MARIANELA GAVI**, cuyo propósito es medir la relación entre variables, **GESTIÓN DE CALIDAD Y SERVICIO AL CLIENTE**, el cual será aplicado. **A 100 CLIENTES DEL RESTAURANTE “PB CORPORATION & SERVICIES S.A.C”**, por cuanto considero que sus observaciones, apreciaciones y acertados aportes serán de utilidad.

El presente instrumento tiene como finalidad recoger información directa para la investigación que se realiza en los actuales momentos, titulado:

SERVICIO AL CLIENTE Y GESTION DE CALIDAD EN EL RESTAURANTE PB CORPORATION & SERVICIES S.A.C PROVINCIA DE HUARAZ, ANCASH

Tesis que será presentada a la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la Universidad Católica de Trujillo Benedicto XVI, como requisito para obtener el Título Profesional de:

LICENCIADA EN ADMINISTRACION

Para efectuar la validación del instrumento, usted deberá leer cuidadosamente cada enunciado y sus correspondientes alternativas de respuesta, en donde se pueden seleccionar una, varias o ninguna alternativa de acuerdo al criterio personal y profesional del actor que responda al instrumento. Se le agradece cualquier sugerencia referente a redacción, contenido, pertinencia y congruencia u otro aspecto que se considere relevante para mejorar el mismo.

Gracias por su aporte

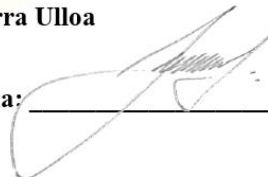
JUICIO DE EXPERTO SOBRE LA PERTINENCIA DEL INSTRUMENTO

Instrucciones: Marque con una X en donde corresponde, que, según su criterio, Si cumple o No cumple, la coherencia entre dimensiones e indicadores de la variable en estudio.

Variable	Dimensiones	Indicadores	N° de ítem	COHERENCIA	
				SI	NO
V1: SERVICIO AL CLIENTE	El cliente	- El servicio al cliente en un nivel justo. - La buena impresión a la hora de establecer contacto entre la empresa y el cliente. - Actitud de servicio. - Disposición para realizar el trabajo.	1-4	X	
	La estrategia	- Ofrecer un buen servicio. - Resolver el problema de acuerdo a las necesidades del cliente con la certeza de que quede satisfecho. - Llevar a la realidad el posicionamiento de la empresa. - Proporcionar una dirección para ofrecer un servicio de calidad. - Conocer las necesidades del cliente. - Buscar la mejora continua. - Establecer el trabajo en equipo.	4-11	X	
	El personal	- Capacitación - Formación	12-13	X	
	Los sistemas	- Amigables - Estar focalizados naturalmente hacia la satisfacción de las necesidades del cliente.	14-15	X	

Evaluated por: Roberto Carlos Salvatierra Ulloa

D.N.I.: 40533318 Fecha: 28/10/22 Firma:



Instrucciones de Evaluación de ítems: Coloque en cada casilla de valoración la letra o letras correspondiente al aspecto cualitativo que, según su criterio, cumple cada ítem a medir los aspectos o dimensiones de la variable en estudio. Las valoraciones son las siguientes:

MA= Muy adecuado / BA= Bastante adecuado / A = Adecuado / PA= Poco adecuado / NA= No adecuado

Categorías a evaluar: Redacción, contenido, congruencia y coherencia en relación a la variable de estudio. En la casilla de observaciones puede sugerir mejoras.

Preguntas		Valoración					Observaciones
Nº	Ítems	M A	BA	A	PA	NA	
1	¿El restaurante brinda el servicio al cliente en un nivel adecuado?	X					
2	¿El restaurante da una buena impresión a la hora de establecer contacto entre la empresa y el cliente?	X					
3	¿El personal del restaurante tienen una actitud de servicio?	X					
4	¿El personal del restaurante están a disposición para realizar el trabajo?	X					
5	¿El restaurante ofrece un buen servicio al cliente?	X					
6	¿El restaurante resuelve el problema de acuerdo a las necesidades del cliente con la certeza de que quede satisfecho con el servicio?	X					
7	¿El restaurante lleva a la realidad el posicionamiento de la empresa?	X					
8	¿El restaurante proporciona una dirección para ofrecer el servicio al cliente de calidad?	X					
9	¿El restaurante para brindar el servicio al cliente conoce cuáles son las necesidades del cliente?	X					
10	¿El restaurante busca la mejora continua para el servicio al cliente?	X					
11	¿El restaurante para brindar el servicio al cliente establece el trabajo en equipo?	X					
12	¿El personal del restaurante están Capacitados para brindar el servicio al cliente?	X					
13	¿El personal del restaurante tienen una formación para brindar un buen servicio al cliente?	X					
14	¿El restaurante es Amigable al momento de brindar el servicio al cliente?	X					
15	¿El restaurante para brindar el servicio al cliente están focalizados naturalmente hacia la satisfacción de las necesidades del cliente?	X					
Total:							

Evaluado por: Roberto Carlos Salvatierra Ulloa

D.N.I.: 40533318

Fecha: 28/10/22

Firma:



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, **Roberto Carlos Salvatierra Ulloa**, con Documento Nacional de Identidad N° **40533318**, de profesión **Administración**, grado académico **Maestría**, con código de colegiatura N° **39463**, labor que ejerzo actualmente como **Docente**, en la **Universidad Católica de Trujillo**. Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el Instrumento denominado **CUESTIONARIO PARA EVALUAR EL NIVEL DE SERVICIO AL CLIENTE** cuyo propósito es medir **EL NIVEL DE SERVICIO AL CLIENTE**, a los efectos de su aplicación a los clientes de la empresa **PB CORPORATION & SERVICIES S.A.C** **PROVINCIA DE HUARAZ, ANCASH**.

Luego de hacer las observaciones pertinentes a los ítems, concluyó en las siguientes apreciaciones.

Criterios evaluados	Valoración positiva			Valoración negativa	
	MA (3)	BA (2)	A (1)	PA	NA
Calidad de redacción de los ítems.	X				
Amplitud del contenido a evaluar.	X				
Congruencia con los indicadores.	X				
Coherencia con las dimensiones.	X				
Nivel de aporte parcial:	12			No aporta	
Puntaje total: (máximo 12 puntos)					

Apreciación total: (12) puntos

No aporta: ()

Trujillo, a los 28 días del mes de octubre del 2022

Apellidos y Nombres: Salvatierra Ulloa Roberto Carlos

D.N.I.: 40533318

Firma: 

PRESENTACIÓN A JUICIO DE EXPERTO

Estimado Validador:

Me es grato dirigirme a usted, a fin de solicitar su colaboración como experto para validar el instrumento que adjunto denominado: **CUESTIONARIO PARA EVALUAR EL NIVEL DE GESTION DE CALIDAD**, diseñado por el (la) Bachiller, **TREJO HUAMAN MARIANELA GAVI**, cuyo propósito es medir la relación entre variables, **GESTIÓN DE CALIDAD Y SERVICIO AL CLIENTE**, el cual será aplicado. **A 100 CLIENTES DEL RESTAURANTE “PB CORPORATION & SERVICIES S.A.C”**, por cuanto considero que sus observaciones, apreciaciones y acertados aportes serán de utilidad.

El presente instrumento tiene como finalidad recoger información directa para la investigación que se realiza en los actuales momentos, titulado:

SERVICIO AL CLIENTE Y GESTION DE CALIDAD EN EL RESTAURANTE PB CORPORATION & SERVICIES S.A.C PROVINCIA DE HUARAZ, ANCASH

Tesis que será presentada a la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la Universidad Católica de Trujillo Benedicto XVI, como requisito para obtener el Título Profesional de:

LICENCIADA EN ADMINISTRACION

Para efectuar la validación del instrumento, usted deberá leer cuidadosamente cada enunciado y sus correspondientes alternativas de respuesta, en donde se pueden seleccionar una, varias o ninguna alternativa de acuerdo al criterio personal y profesional del actor que responda al instrumento. Se le agradece cualquier sugerencia referente a redacción, contenido, pertinencia y congruencia u otro aspecto que se considere relevante para mejorar el mismo.

Gracias por su aporte

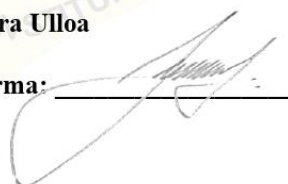
Instrucciones:

Marque con una X en donde corresponde, que, según su criterio; **si cumple** o **no cumple**, la coherencia entre las dimensiones e indicadores de la variable en estudio.

Variable	Dimensiones	Indicadores	N° de ítem	COHERENCIA	
				SI	NO
V2: GESTIÓN DE CALIDAD	La planificación de la calidad	- Determinar quiénes son los clientes. - Determinar las necesidades de los clientes. - Desarrollar las características del producto que responden a las necesidades de los clientes - Transferir los planes resultantes a las fuerzas operativas.	16-19	X	
	El control de calidad	- Evalúa el comportamiento real de la calidad de la empresa. - Compara el comportamiento real con los objetivos de calidad. - Actuar sobre las diferencias.	20-22	X	
	El Aseguramiento de la calidad	- Cumplimiento - Proceso	23-24	X	
	La mejora de la calidad	- Establece la infraestructura necesaria para conseguir una mejora de la calidad anualmente. - Identifica las necesidades concretas para mejorar. - Establece un equipo de personas para cada proyecto con una responsabilidad clara de llevar el proyecto a buen fin. - Proporciona los recursos, la motivación y la formación necesaria para los equipos	25-28	X	

Evaluado por: Roberto Carlos Salvatierra Ulloa

D.N.I.: 40533318 Fecha: 28/10/22 Firma:



Instrucciones de evaluación de ítems:

Coloque en cada casilla de valoración la letra o letras correspondiente al aspecto cualitativo que, según su criterio, cumple o tributa cada ítem a medir los aspectos o dimensiones de la variable en estudio. Las valoraciones son las siguientes:

MA= Muy adecuado / **BA**= Bastante adecuado / **A** = Adecuado / **PA**= Poco adecuado / **NA**= No adecuado

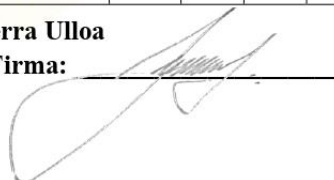
Categorías a evaluar: Redacción, contenido, congruencia y coherencia en relación a la variable de estudio. En la casilla de observaciones puede sugerir mejoras.

Preguntas		Valoración					Observaciones
Nº	Ítems	MA	BA	A	PA	NA	
1	¿El restaurante determina quiénes son los clientes?	X					
2	¿El restaurante determina las necesidades de los clientes?	X					
3	¿El restaurante desarrolla las características del producto que responden a las necesidades de los clientes?	X					
4	¿El restaurante transfiere los planes resultantes a las fuerzas operativas?	X					
5	¿El restaurante evalúa el comportamiento real de la calidad de la empresa?	X					
6	¿El restaurante compara el comportamiento real con los objetivos de calidad?	X					
7	¿El restaurante actúa sobre las diferencias?	X					
8	¿El restaurante cumple con el servicio que ofrece a sus clientes?	X					
9	¿Considera que los procesos que tiene la empresa para asegurar un buen servicio al cliente son los apropiados?	X					
10	¿El restaurante establece la infraestructura necesaria para conseguir una mejora de la calidad anualmente?	X					
11	¿El restaurante identifica las necesidades concretas para mejorar?	X					
12	¿El restaurante establece un equipo de personas para cada proyecto con una responsabilidad clara de llevar el proyecto a buen fin?	X					
13	¿El restaurante proporciona los recursos, la motivación y la formación necesaria para los equipos?	X					
Total:							

Evaluado por: Roberto Carlos Salvatierra Ulloa

D.N.I.: 40533318

Fecha: 28/10/22 Firma:



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, **Roberto Carlos Salvatierra Ulloa**, con Documento Nacional de Identidad N° **40533318**, de profesión Administración, grado académico **Maestría**, con código de colegiatura N° 39463, labor que ejerzo actualmente como Docente, en la **Universidad Católica de Trujillo**.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el Instrumento denominado **CUESTIONARIO PARA EVALUAR EL NIVEL DE GESTION DE CALIDAD** cuyo propósito es medir EL NIVEL DE GESTION DE CALIDAD, a los efectos de su aplicación a los clientes de la empresa **PB CORPORATION & SERVICIES S.A.C PROVINCIA DE HUARAZ, ANCASH**.

Luego de hacer las observaciones pertinentes a los ítems, concluyo en las siguientes apreciaciones.

Criterios evaluados	Valoración positiva			Valoración negativa	
	MA (3)	BA (2)	A (1)	PA	NA
Calidad de redacción de los ítems.	3				
Amplitud del contenido a evaluar.	3				
Congruencia con los indicadores.	3				
Coherencia con las dimensiones.	3				
Nivel de aporte parcial:	12			No aporta	
Puntaje total: (máximo 12 puntos)					

Apreciación total: (12) puntos

No aporta: ()

Trujillo, a los 28 días del mes de octubre de 2022

Apellidos y Nombres: Salvatierra Ulloa Roberto Carlos

D.N.I.: 40533318

Firma: 

**PERÚ**

Ministerio de Educación

Superintendencia Nacional de
Educación Superior UniversitariaDirección de Documentación e
Información Universitaria y
Registro de Grados y Títulos**REGISTRO NACIONAL DE GRADOS ACADÉMICOS Y TÍTULOS PROFESIONALES**

Graduado	Grado o Título	Institución
SALVATIERRA ULLOA, ROBERTO CARLOS DNI 40533318	BACHILLER EN CIENCIAS ECONÓMICAS Fecha de diploma: 17/05/02 Modalidad de estudios: PRESENCIAL Fecha matrícula: 01/04/1997 Fecha egreso: 08/03/2002	UNIVERSIDAD PRIVADA ANTENOR ORREGO PERU
SALVATIERRA ULLOA, ROBERTO CARLOS DNI 40533318	LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN Fecha de diploma: 30/04/21 Modalidad de estudios: PRESENCIAL	UNIVERSIDAD PRIVADA ANTENOR ORREGO PERU
SALVATIERRA ULLOA, ROBERTO CARLOS DNI 40533318	MAESTRO EN GESTIÓN PÚBLICA Fecha de diploma: 21/06/21 Modalidad de estudios: PRESENCIAL Fecha matrícula: 08/09/2018 Fecha egreso: 09/01/2021	UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO S.A.C. PERU

PRESENTACIÓN A JUICIO DE EXPERTO

Estimado Validador:

Me es grato dirigirme a usted, a fin de solicitar su colaboración como experto para validar el instrumento que adjunto denominado: **CUESTIONARIO PARA EVALUAR EL NIVEL DE SERVICIO AL CLIENTE**, diseñado por el (la) Bachiller, **TREJO HUAMAN MARIANELA GAVI**, cuyo propósito es medir la relación entre variables, **GESTIÓN DE CALIDAD Y SERVICIO AL CLIENTE**, el cual será aplicado. **A 100 CLIENTES DEL RESTAURANTE “PB CORPORATION & SERVICIES S.A.C”**, por cuanto considero que sus observaciones, apreciaciones y acertados aportes serán de utilidad.

El presente instrumento tiene como finalidad recoger información directa para la investigación que se realiza en los actuales momentos, titulado:

SERVICIO AL CLIENTE Y GESTION DE CALIDAD EN EL RESTAURANTE PB CORPORATION & SERVICIES S.A.C PROVINCIA DE HUARAZ, ANCASH

Tesis que será presentada a la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la Universidad Católica de Trujillo Benedicto XVI, como requisito para obtener el Título Profesional de:

LICENCIADA EN ADMINISTRACION

Para efectuar la validación del instrumento, usted deberá leer cuidadosamente cada enunciado y sus correspondientes alternativas de respuesta, en donde se pueden seleccionar una, varias o ninguna alternativa de acuerdo al criterio personal y profesional del actor que responda al instrumento. Se le agradece cualquier sugerencia referente a redacción, contenido, pertinencia y congruencia u otro aspecto que se considere relevante para mejorar el mismo.

Gracias por su aporte

JUICIO DE EXPERTO SOBRE LA PERTINENCIA DEL INSTRUMENTO

Instrucciones: Marque con una X en donde corresponde, que, según su criterio, Si cumple o No cumple, la coherencia entre dimensiones e indicadores de la variable en estudio.

Variable	Dimensiones	Indicadores	Nº de ítem	COHERENCIA	
				SI	NO
V1: SERVICIO AL CLIENTE	El cliente	- El servicio al cliente en un nivel justo. - La buena impresión a la hora de establecer contacto entre la empresa y el cliente. - Actitud de servicio. - Disposición para realizar el trabajo.	1-4	X	
	La estrategia	- Ofrecer un buen servicio. - Resolver el problema de acuerdo a las necesidades del cliente con la certeza de que quede satisfecho. - Llevar a la realidad el posicionamiento de la empresa. - Proporcionar una dirección para ofrecer un servicio de calidad. - Conocer las necesidades del cliente. - Buscar la mejora continua. - Establecer el trabajo en equipo.	4-11	X	
	El personal	- Capacitación - Formación	12-13	X	
	Los sistemas	- Amigables - Estar focalizados naturalmente hacia la satisfacción de las necesidades del cliente.	14-15	X	

Apellidos y Nombres: **Mg. Maritza León Vigo**

D.N.I.: 18858304

Firma: _____

Instrucciones de Evaluación de ítems: Coloque en cada casilla de valoración la letra o letras correspondiente al aspecto cualitativo que, según su criterio, cumple cada ítem a medir los aspectos o dimensiones de la variable en estudio. Las valoraciones son las siguientes:

MA= Muy adecuado / BA= Bastante adecuado / A = Adecuado / PA= Poco adecuado / NA= No adecuado

Categorías a evaluar: Redacción, contenido, congruencia y coherencia en relación a la variable de estudio. En la casilla de observaciones puede sugerir mejoras.

Preguntas		Valoración					Observaciones
Nº	Ítems	M A	BA	A	PA	NA	
1	¿El restaurante brinda el servicio al cliente en un nivel adecuado?	X					
2	¿El restaurante da una buena impresión a la hora de establecer contacto entre la empresa y el cliente?	X					
3	¿El personal del restaurante tienen una actitud de servicio?	X					
4	¿El personal del restaurante están a disposición para realizar el trabajo?	X					
5	¿El restaurante ofrece un buen servicio al cliente?	X					
6	¿El restaurante resuelve el problema de acuerdo a las necesidades del cliente con la certeza de que quede satisfecho con el servicio?	X					
7	¿El restaurante lleva a la realidad el posicionamiento de la empresa?	X					
8	¿El restaurante proporciona una dirección para ofrecer el servicio al cliente de calidad?	X					
9	¿El restaurante para brindar el servicio al cliente conoce cuáles son las necesidades del cliente?	X					
10	¿El restaurante busca la mejora continua para el servicio al cliente?	X					
11	¿El restaurante para brindar el servicio al cliente establece el trabajo en equipo?	X					
12	¿El personal del restaurante están Capacitados para brindar el servicio al cliente?	X					
13	¿El personal del restaurante tienen una formación para brindar un buen servicio al cliente?	X					
14	¿El restaurante es Amigable al momento de brindar el servicio al cliente?	X					
15	¿El restaurante para brindar el servicio al cliente están focalizados naturalmente hacia la satisfacción de las necesidades del cliente?	X					
Total:							

Apellidos y Nombres: Mg. Maritza León Vigo

D.N.I.: 18858304

Firma:



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, **Maritza León Vigo**, con Documento Nacional de Identidad N° **18858304**, de profesión **Administración**, grado académico **Maestría**, con código de colegiatura N° **04127**, labor que ejerzo actualmente como **Docente**, en la **Uladech**.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el Instrumento denominado **CUESTIONARIO PARA EVALUAR EL NIVEL DE SERVICIO AL CLIENTE** cuyo propósito es medir **EL NIVEL DE SERVICIO AL CLIENTE**, a los efectos de su aplicación a los clientes de la empresa **PB CORPORATION & SERVICIES S.A.C** **PROVINCIA DE HUARAZ, ANCASH**.

Luego de hacer las observaciones pertinentes a los ítems, concluyó en las siguientes apreciaciones.

Criterios evaluados	Valoración positiva			Valoración negativa	
	MA (3)	BA (2)	A (1)	PA	NA
Calidad de redacción de los ítems.	X				
Amplitud del contenido a evaluar.	X				
Congruencia con los indicadores.	X				
Coherencia con las dimensiones.	X				
Nivel de aporte parcial:	12			No aporta	
Puntaje total: (máximo 12 puntos)					

Apreciación total: (12) puntos

No aporta: ()

Trujillo, a los 03 días del mes de octubre del 2023

Apellidos y Nombres: Mg. Maritza León Vigo

D.N.I.: 18858304

Firma:



PRESENTACIÓN A JUICIO DE EXPERTO

Estimado Validador:

Me es grato dirigirme a usted, a fin de solicitar su colaboración como experto para validar el instrumento que adjunto denominado: **CUESTIONARIO PARA EVALUAR EL NIVEL DE GESTION DE CALIDAD**, diseñado por el (la) Bachiller, **TREJO HUAMAN MARIANELA GAVI**, cuyo propósito es medir la relación entre variables, **GESTIÓN DE CALIDAD Y SERVICIO AL CLIENTE**, el cual será aplicado. **A 100 CLIENTES DEL RESTAURANTE “PB CORPORATION & SERVICIES S.A.C”**, por cuanto considero que sus observaciones, apreciaciones y acertados aportes serán de utilidad.

El presente instrumento tiene como finalidad recoger información directa para la investigación que se realiza en los actuales momentos, titulado:

SERVICIO AL CLIENTE Y GESTION DE CALIDAD EN EL RESTAURANTE PB CORPORATION & SERVICIES S.A.C PROVINCIA DE HUARAZ, ANCASH

Tesis que será presentada a la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la Universidad Católica de Trujillo Benedicto XVI, como requisito para obtener el Título Profesional de:

LICENCIADA EN ADMINISTRACION

Para efectuar la validación del instrumento, usted deberá leer cuidadosamente cada enunciado y sus correspondientes alternativas de respuesta, en donde se pueden seleccionar una, varias o ninguna alternativa de acuerdo al criterio personal y profesional del actor que responda al instrumento. Se le agradece cualquier sugerencia referente a redacción, contenido, pertinencia y congruencia u otro aspecto que se considere relevante para mejorar el mismo.

Gracias por su aporte

Instrucciones:

Marque con una X en donde corresponde, que, según su criterio; **si cumple** o **no cumple**, la coherencia entre las dimensiones e indicadores de la variable en estudio.

Variable	Dimensiones	Indicadores	Nº de ítem	COHERENCIA	
				SI	NO
V2: GESTIÓN DE CALIDAD	La planificación de la calidad	- Determinar quiénes son los clientes. - Determinar las necesidades de los clientes. - Desarrollar las características del producto que responden a las necesidades de los clientes - Transferir los planes resultantes a las fuerzas operativas.	16-19	X	
	El control de calidad	- Evalúa el comportamiento real de la calidad de la empresa. - Compara el comportamiento real con los objetivos de calidad. - Actuar sobre las diferencias.	20-22	X	
	El Aseguramiento de la calidad	- Cumplimiento - Proceso	23-24	X	
	La mejora de la calidad	- Establece la infraestructura necesaria para conseguir una mejora de la calidad anualmente. - Identifica las necesidades concretas para mejorar. - Establece un equipo de personas para cada proyecto con una responsabilidad clara de llevar el proyecto a buen fin. - Proporciona los recursos, la motivación y la formación necesaria para los equipos	25-28	X	

Apellidos y Nombres: Mg. Maritza León Vigo

D.N.I.: 18858304

Firma:



Instrucciones de evaluación de ítems:

Coloque en cada casilla de valoración la letra o letras correspondiente al aspecto cualitativo que, según su criterio, cumple o tributa cada ítem a medir los aspectos o dimensiones de la variable en estudio. Las valoraciones son las siguientes:

MA= Muy adecuado / **BA**= Bastante adecuado / **A** = Adecuado / **PA**= Poco adecuado / **NA**= No adecuado

Categorías a evaluar: Redacción, contenido, congruencia y coherencia en relación a la variable de estudio. En la casilla de observaciones puede sugerir mejoras.

Preguntas		Valoración					Observaciones
Nº	Ítems	MA	BA	A	PA	NA	
1	¿El restaurante determina quiénes son los clientes?	X					
2	¿El restaurante determina las necesidades de los clientes?	X					
3	¿El restaurante desarrolla las características del producto que responden a las necesidades de los clientes?	X					
4	¿El restaurante transfiere los planes resultantes a las fuerzas operativas?	X					
5	¿El restaurante evalúa el comportamiento real de la calidad de la empresa?	X					
6	¿El restaurante compara el comportamiento real con los objetivos de calidad?	X					
7	¿El restaurante actúa sobre las diferencias?	X					
8	¿El restaurante cumple con el servicio que ofrece a sus clientes?	X					
9	¿Considera que los procesos que tiene la empresa para asegurar un buen servicio al cliente son los apropiados?	X					
10	¿El restaurante establece la infraestructura necesaria para conseguir una mejora de la calidad anualmente?	X					
11	¿El restaurante identifica las necesidades concretas para mejorar?	X					
12	¿El restaurante establece un equipo de personas para cada proyecto con una responsabilidad clara de llevar el proyecto a buen fin?	X					
13	¿El restaurante proporciona los recursos, la motivación y la formación necesaria para los equipos?	X					
Total:							

Apellidos y Nombres: Mg. Maritza León Vigo

D.N.I.: 18858304

Firma:



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo , **Maritza León Vigo**, con Documento Nacional de Identidad N° **18858304**, de profesión **Administración**, grado académico **Maestría**, con código de colegiatura N° **04127**, labor que ejerzo actualmente como **Docente**, en la **Uladech**.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el Instrumento denominado **CUESTIONARIO PARA EVALUAR EL NIVEL DE GESTION DE CALIDAD** cuyo propósito es medir **EL NIVEL DE GESTION DE CALIDAD**, a los efectos de su aplicación a los clientes de la empresa **PB CORPORATION & SERVICIES S.A.C PROVINCIA DE HUARAZ, ANCASH**.

Luego de hacer las observaciones pertinentes a los ítems, concluyo en las siguientes apreciaciones.

Criterios evaluados	Valoración positiva			Valoración negativa	
	MA (3)	BA (2)	A (1)	PA	NA
Calidad de redacción de los ítems.	3				
Amplitud del contenido a evaluar.	3				
Congruencia con los indicadores.	3				
Coherencia con las dimensiones.	3				
Nivel de aporte parcial:	12			No aporta	
Puntaje total: (máximo 12 puntos)					

Apreciación total: (12) puntos **No aporta:** ()

Trujillo, a los 3 días del mes de octubre de 2023

Apellidos y Nombres: Mg. Maritza León Vigo

D.N.I.: 18858304

Firma:



**PERÚ**

Ministerio de Educación

Superintendencia Nacional de
Educación Superior UniversitariaDirección de Documentación e
Información Universitaria y
Registro de Grados y Títulos**REGISTRO NACIONAL DE GRADOS ACADÉMICOS Y TÍTULOS PROFESIONALES**

Graduado	Grado o Título	Institución
LEON VIGO, MARITZA DNI 18858304	LICENCIADO EN ADMINISTRACION Fecha de diploma: Modalidad de estudios: -	UNIVERSIDAD NACIONAL DE TRUJILLO <i>PERU</i>
LEON VIGO, MARITZA DNI 18858304	BACHILLER EN CIENCIAS ECONOMICAS Fecha de diploma: 20/12/1995 Modalidad de estudios: - Fecha matrícula: Sin información (***) Fecha egreso: Sin información (***)	UNIVERSIDAD NACIONAL DE TRUJILLO <i>PERU</i>
LEON VIGO, MARITZA DNI 18858304	MAGÍSTER EN ADMINISTRACIÓN Fecha de diploma: 20/01/16 Modalidad de estudios: PRESENCIAL Fecha matrícula: Sin información (***) Fecha egreso: Sin información (***)	UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE <i>PERU</i>

PRESENTACIÓN A JUICIO DE EXPERTO

Estimado Validador:

Me es grato dirigirme a usted, a fin de solicitar su colaboración como experto para validar el instrumento que adjunto denominado: **CUESTIONARIO PARA EVALUAR EL NIVEL DE SERVICIO AL CLIENTE**, diseñado por el (la) Bachiller, **TREJO HUAMAN MARIANELA GAVI**, cuyo propósito es medir la relación entre variables, **GESTIÓN DE CALIDAD Y SERVICIO AL CLIENTE**, el cual será aplicado. **A 100 CLIENTES DEL RESTAURANTE “PB CORPORATION & SERVICIES S.A.C”**, por cuanto considero que sus observaciones, apreciaciones y acertados aportes serán de utilidad.

El presente instrumento tiene como finalidad recoger información directa para la investigación que se realiza en los actuales momentos, titulado:

SERVICIO AL CLIENTE Y GESTION DE CALIDAD EN EL RESTAURANTE PB CORPORATION & SERVICIES S.A.C PROVINCIA DE HUARAZ, ANCASH

Tesis que será presentada a la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la Universidad Católica de Trujillo Benedicto XVI, como requisito para obtener el Título Profesional de:

LICENCIADA EN ADMINISTRACION

Para efectuar la validación del instrumento, usted deberá leer cuidadosamente cada enunciado y sus correspondientes alternativas de respuesta, en donde se pueden seleccionar una, varias o ninguna alternativa de acuerdo al criterio personal y profesional del actor que responda al instrumento. Se le agradece cualquier sugerencia referente a redacción, contenido, pertinencia y congruencia u otro aspecto que se considere relevante para mejorar el mismo.

Gracias por su aporte

JUICIO DE EXPERTO SOBRE LA PERTINENCIA DEL INSTRUMENTO

Instrucciones: Marque con una X en donde corresponde, que, según su criterio, Si cumple o No cumple, la coherencia entre dimensiones e indicadores de la variable en estudio.

Variable	Dimensiones	Indicadores	Nº de ítem	COHERENCIA	
				SI	NO
V1: SERVICIO AL CLIENTE	El cliente	- El servicio al cliente en un nivel justo. - La buena impresión a la hora de establecer contacto entre la empresa y el cliente. - Actitud de servicio. - Disposición para realizar el trabajo.	1-4	X	
	La estrategia	- Ofrecer un buen servicio. - Resolver el problema de acuerdo a las necesidades del cliente con la certeza de que quede satisfecho. - Llevar a la realidad el posicionamiento de la empresa. - Proporcionar una dirección para ofrecer un servicio de calidad. - Conocer las necesidades del cliente. - Buscar la mejora continua. - Establecer el trabajo en equipo.	4-11	X	
	El personal	- Capacitación - Formación	12-13	X	
	Los sistemas	- Amigables - Estar focalizados naturalmente hacia la satisfacción de las necesidades del cliente.	14-15	X	

Evaluated by: Mg Carlos Jesús Chacaltana Buenafuente

D.N.I.: 17878519 **Fecha:** 3/11/2022 **Firma:**



Mg. Carlos Jesús Chacaltana Buenafuente
Reguc N° 01637

Instrucciones de Evaluación de ítems: Coloque en cada casilla de valoración la letra o letras correspondiente al aspecto cualitativo que, según su criterio, cumple cada ítem a medir los aspectos o dimensiones de la variable en estudio. Las valoraciones son las siguientes:

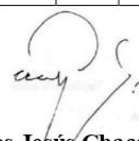
MA= Muy adecuado / BA= Bastante adecuado / A = Adecuado / PA= Poco adecuado / NA= No adecuado

Categorías a evaluar: Redacción, contenido, congruencia y coherencia en relación a la variable de estudio. En la casilla de observaciones puede sugerir mejoras.

Preguntas		Valoración					Observaciones
N°	Ítems	M A	BA	A	PA	NA	
1	¿El restaurante brinda el servicio al cliente en un nivel adecuado?	X					
2	¿El restaurante da una buena impresión a la hora de establecer contacto entre la empresa y el cliente?	X					
3	¿El personal del restaurante tienen una actitud de servicio?	X					
4	¿El personal del restaurante están a disposición para realizar el trabajo?	X					
5	¿El restaurante ofrece un buen servicio al cliente?	X					
6	¿El restaurante resuelve el problema de acuerdo a las necesidades del cliente con la certeza de que quede satisfecho con el servicio?	X					
7	¿El restaurante lleva a la realidad el posicionamiento de la empresa?	X					
8	¿El restaurante proporciona una dirección para ofrecer el servicio al cliente de calidad?	X					
9	¿El restaurante para brindar el servicio al cliente conoce cuáles son las necesidades del cliente?	X					
10	¿El restaurante busca la mejora continua para el servicio al cliente?	X					
11	¿El restaurante para brindar el servicio al cliente establece el trabajo en equipo?	X					
12	¿El personal del restaurante están Capacitados para brindar el servicio al cliente?	X					
13	¿El personal del restaurante tienen una formación para brindar un buen servicio al cliente?	X					
14	¿El restaurante es Amigable al momento de brindar el servicio al cliente?	X					
15	¿El restaurante para brindar el servicio al cliente están focalizados naturalmente hacia la satisfacción de las necesidades del cliente?	X					
Total:							

Evaluado por: Mg Carlos Jesús Chacaltana Buenafuente

D.N.I.: 17878519 Fecha: 3/11/2022 Firma:



Mg. Carlos Jesús Chacaltana Buenafuente
Reguc N° 01637

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo **Carlos Jesús Chacaltana Buenafuente**, con Documento Nacional de Identidad N° **17878519**, de profesión **Administración**, grado académico **Maestría**, con código de colegiatura N° **01637**, labor que ejerzo actualmente como **Docente**, en la **Universidad Católica de Trujillo**.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el Instrumento denominado **CUESTIONARIO PARA EVALUAR EL NIVEL DE SERVICIO AL CLIENTE** cuyo propósito es medir **EL NIVEL DE SERVICIO AL CLIENTE**, a los efectos de su aplicación a los clientes de la empresa **PB CORPORATION & SERVICIES S.A.C** **PROVINCIA DE HUARAZ, ANCASH**.

Luego de hacer las observaciones pertinentes a los ítems, concluyó en las siguientes apreciaciones.

Criterios evaluados	Valoración positiva			Valoración negativa	
	MA (3)	BA (2)	A (1)	PA	NA
Calidad de redacción de los ítems.	X				
Amplitud del contenido a evaluar.	X				
Congruencia con los indicadores.	X				
Coherencia con las dimensiones.	X				
Nivel de aporte parcial:	12			No aporta	
Puntaje total: (máximo 12 puntos)					

Apreciación total: (12) puntos

No aporta: ()

Trujillo, a los 03 días del mes de noviembre del 2022

Apellidos y Nombres: Mg Carlos Jesús Chacaltana Buenafuente

D.N.I.: No 17878519

Firma:



Mg. Carlos Jesús Chacaltana Buenafuente
Reguc N° 01637

PRESENTACIÓN A JUICIO DE EXPERTO

Estimado Validador:

Me es grato dirigirme a usted, a fin de solicitar su colaboración como experto para validar el instrumento que adjunto denominado: **CUESTIONARIO PARA EVALUAR EL NIVEL DE GESTION DE CALIDAD**, diseñado por el (la) Bachiller, **TREJO HUAMAN MARIANELA GAVI**, cuyo propósito es medir la relación entre variables, **GESTIÓN DE CALIDAD Y SERVICIO AL CLIENTE**, el cual será aplicado. **A 100 CLIENTES DEL RESTAURANTE “PB CORPORATION & SERVICIES S.A.C”**, por cuanto considero que sus observaciones, apreciaciones y acertados aportes serán de utilidad.

El presente instrumento tiene como finalidad recoger información directa para la investigación que se realiza en los actuales momentos, titulado:

SERVICIO AL CLIENTE Y GESTION DE CALIDAD EN EL RESTAURANTE PB CORPORATION & SERVICIES S.A.C PROVINCIA DE HUARAZ, ANCASH

Tesis que será presentada a la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la Universidad Católica de Trujillo Benedicto XVI, como requisito para obtener el Título Profesional de:

LICENCIADA EN ADMINISTRACION

Para efectuar la validación del instrumento, usted deberá leer cuidadosamente cada enunciado y sus correspondientes alternativas de respuesta, en donde se pueden seleccionar una, varias o ninguna alternativa de acuerdo al criterio personal y profesional del actor que responda al instrumento. Se le agradece cualquier sugerencia referente a redacción, contenido, pertinencia y congruencia u otro aspecto que se considere relevante para mejorar el mismo.

Gracias por su aporte

Instrucciones:

Marque con una X en donde corresponde, que, según su criterio; **si cumple o no cumple**, la coherencia entre las dimensiones e indicadores de la variable en estudio.

Variable	Dimensiones	Indicadores	N° de ítem	COHERENCIA	
				SI	NO
V2: GESTIÓN DE CALIDAD	La planificación de la calidad	- Determinar quiénes son los clientes. - Determinar las necesidades de los clientes. - Desarrollar las características del producto que responden a las necesidades de los clientes - Transferir los planes resultantes a las fuerzas operativas.	16-19	X	
	El control de calidad	- Evalúa el comportamiento real de la calidad de la empresa. - Compara el comportamiento real con los objetivos de calidad. - Actuar sobre las diferencias.	20-22	X	
	El Aseguramiento de la calidad	- Cumplimiento - Proceso	23-24	X	
	La mejora de la calidad	- Establece la infraestructura necesaria para conseguir una mejora de la calidad anualmente. - Identifica las necesidades concretas para mejorar. - Establece un equipo de personas para cada proyecto con una responsabilidad clara de llevar el proyecto a buen fin. - Proporciona los recursos, la motivación y la formación necesaria para los equipos	25-28	X	

Apellidos y Nombres: Mg Carlos Jesús Chacaltana Buena fuente

D.N.I.: N° 17878519

Firma:



Mg. Carlos Jesús Chacaltana Buena fuente
Reguc N° 01637

Instrucciones de evaluación de ítems:

Coloque en cada casilla de valoración la letra o letras correspondiente al aspecto cualitativo que, según su criterio, cumple o tributa cada ítem a medir los aspectos o dimensiones de la variable en estudio. Las valoraciones son las siguientes:

MA= Muy adecuado / **BA**= Bastante adecuado / **A** = Adecuado / **PA**= Poco adecuado / **NA**= No adecuado

Categorías a evaluar: Redacción, contenido, congruencia y coherencia en relación a la variable de estudio. En la casilla de observaciones puede sugerir mejoras.

Preguntas		Valoración					Observaciones
Nº	Ítems	MA	BA	A	PA	NA	
1	¿El restaurante determina quiénes son los clientes?	X					
2	¿El restaurante determina las necesidades de los clientes?	X					
3	¿El restaurante desarrolla las características del producto que responden a las necesidades de los clientes?	X					
4	¿El restaurante transfiere los planes resultantes a las fuerzas operativas?	X					
5	¿El restaurante evalúa el comportamiento real de la calidad de la empresa?	X					
6	¿El restaurante compara el comportamiento real con los objetivos de calidad?	X					
7	¿El restaurante actúa sobre las diferencias?	X					
8	¿El restaurante cumple con el servicio que ofrece a sus clientes?	X					
9	¿Considera que los procesos que tiene la empresa para asegurar un buen servicio al cliente son los apropiados?	X					
10	¿El restaurante establece la infraestructura necesaria para conseguir una mejora de la calidad anualmente?	X					
11	¿El restaurante identifica las necesidades concretas para mejorar?	X					
12	¿El restaurante establece un equipo de personas para cada proyecto con una responsabilidad clara de llevar el proyecto a buen fin?	X					
13	¿El restaurante proporciona los recursos, la motivación y la formación necesaria para los equipos?	X					
Total:							

Apellidos y Nombres: Mg Carlos Jesús Chacaltana Buenaafuente

D.N.I.: N° 17878519

Firma:



Mg. Carlos Jesús Chacaltana Buenaafuente
Reguc N° 01637

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo **Carlos Jesús Chacaltana Buenafuente**, con Documento Nacional de Identidad N° **17878519**, de profesión **Administración**, grado académico **Maestría**, con código de colegiatura N° **01637**, labor que ejerzo actualmente como **Docente**, en la **Universidad Católica de Trujillo**.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el Instrumento denominado **CUESTIONARIO PARA EVALUAR EL NIVEL DE GESTION DE CALIDAD** cuyo propósito es medir **EL NIVEL DE GESTION DE CALIDAD**, a los efectos de su aplicación a los clientes de la empresa **PB CORPORATION & SERVICIES S.A.C PROVINCIA DE HUARAZ, ANCASH**.

Luego de hacer las observaciones pertinentes a los ítems, concluyo en las siguientes apreciaciones.

Criterios evaluados	Valoración positiva			Valoración negativa	
	MA (3)	BA (2)	A (1)	PA	NA
Calidad de redacción de los ítems.	3				
Amplitud del contenido a evaluar.	3				
Congruencia con los indicadores.	3				
Coherencia con las dimensiones.	3				
Nivel de aporte parcial:	12			No aporta	
Puntaje total: (máximo 12 puntos)					

Apreciación total: (12) puntos

No aporta: ()

Trujillo, a los 3 días del mes de noviembre de 2022

Apellidos y Nombres: Mg Carlos Jesús Chacaltana Buenafuente

D.N.I.: N° 17878519

Firma:



Mg. Carlos Jesús Chacaltana Buenafuente
Reguc N° 01637

**PERÚ**

Ministerio de Educación

Superintendencia Nacional de
Educación Superior UniversitariaDirección de Documentación e
Información Universitaria y
Registro de Grados y Títulos**REGISTRO NACIONAL DE GRADOS ACADÉMICOS Y TÍTULOS PROFESIONALES**

Graduado	Grado o Título	Institución
CHACALTANA BUENAFUENTE, CARLOS JESUS DNI 17878519	LICENCIADO EN ADMINISTRACION Fecha de diploma: Modalidad de estudios: -	UNIVERSIDAD NACIONAL DE TRUJILLO <i>PERU</i>
CHACALTANA BUENAFUENTE, CARLOS JESUS DNI 17878519	BACHILLER EN CIENCIAS ECONOMICAS Fecha de diploma: 01/10/87 Modalidad de estudios: PRESENCIAL Fecha matrícula: Sin información (***) Fecha egreso: Sin información (***)	UNIVERSIDAD NACIONAL DE TRUJILLO <i>PERU</i>
CHACALTANA BUENAFUENTE, CARLOS JESUS DNI 17878519	MAESTRO EN INVESTIGACIÓN Y DOCENCIA UNIVERSITARIA Fecha de diploma: 24/09/16 Modalidad de estudios: PRESENCIAL Fecha matrícula: 08/07/2015 Fecha egreso: 13/03/2016	UNIVERSIDAD CATÓLICA DE TRUJILLO BENEDICTO XVI <i>PERU</i>

Anexo 8: Matriz De Consistencia

TITULO	FORMULACION DEL PROBLEMA	HIPÓTESIS	OBJETIVOS	VARIABLES	DIMENSIONES	METODOLOGÍA
Servicio Al Cliente Y Gestión De Calidad En El Restaurante "El Recuaino" - Distrito De Recuay.	Problema general: ¿Cómo se relaciona el servicio al cliente con la gestión de calidad en el restaurante "PB Corporation & Servicios S.A.C" Provincia de Huaraz, Ancash?	Hipótesis general: Ha. Existe relación directa entre el servicio al cliente y la gestión de calidad en el restaurante "PB Corporation & Servicios S.A.C" Provincia de Huaraz, Ancash. Ho. No existe relación directa entre el servicio al cliente y la gestión de calidad en el restaurante "PB Corporation & Servicios S.A.C" Provincia de Huaraz, Ancash.	Objetivo general: Determinar si existe relación entre Servicio al Cliente y Gestión de la Calidad del Restaurante "PB Corporation & Servicios S.A.C" Provincia de Huaraz, Ancash.	V1: Servicio al cliente	- El cliente - La estrategia - El personal - Los sistemas	Tipo: Básica Método: Inductivo – Deductivo Diseño: Será Transversal/No experimental Población: La población estará compuesta por los clientes del Restaurante "PB Corporation & Servicios S.A.C" Provincia de Huaraz, Ancash. Muestra:
	Problemas Específicos: PE1: ¿cuál es la relación que tienen el servicio al cliente y gestión de la calidad del Restaurante "PB Corporation & Servicios S.A.C" Provincia de Huaraz, Ancash?	Hipótesis específicas: HE1: El servicio al cliente tiene relación con la planificación de la calidad en el restaurante "PB Corporation & Servicios S.A.C" Provincia de Huaraz, Ancash.	Objetivo específico: OE1: Analizar la relación del servicio al cliente con la planificación de la calidad del restaurante "PB Corporation & Servicios S.A.C" Provincia de Huaraz, Ancash.	V2: Gestión de la calidad	- Planificación de la Calidad - El Control de la Calidad - El Aseguramiento de la Calidad	El tamaño de muestra estará conformado por 100 clientes del Restaurante "PB Corporation & Servicios S.A.C" Provincia de Huaraz, Ancash.

	Servicies S.A.C” Provincia de Huaraz, Ancash ? PE2: ¿Qué relación tiene el servicio al cliente con el control de la calidad de la gestión de la calidad del Restaurante “PB Corporation & Servicies S.A.C” Provincia de Huaraz, Ancash? PE3: ¿Cuál es la relación que tiene el servicio al cliente con el aseguramiento de la calidad de la gestión de la calidad del Restaurante “PB Corporation & Servicies S.A.C” Provincia de Huaraz, Ancash? PE4: ¿Cuál es la relación que tiene el servicio al cliente con la mejora continua de la calidad de la gestión de la calidad del Restaurante “PB Corporation & Servicies S.A.C” Provincia de Huaraz, Ancash?	S.A.C” Provincia de Huaraz, Ancash. HE2: El servicio al cliente tiene relación con el control de la calidad en el restaurante “PB Corporation & Servicies S.A.C” Provincia de Huaraz, Ancash. HE3: El servicio al cliente tiene relación con el aseguramiento de la calidad en el restaurante “PB Corporation & Servicies S.A.C” Provincia de Huaraz, Ancash. HE4: El servicio al cliente tiene relación con la mejora continua de la calidad en el restaurante “PB Corporation & Servicies S.A.C” Provincia de Huaraz, Ancash.	Provincia de Huaraz, Ancash. OE2: Analizar la relación del servicio al cliente con el control de la calidad del restaurante “PB Corporation & Servicies S.A.C” Provincia de Huaraz, Ancash. OE3: Analizar la relación del servicio al cliente con el aseguramiento de la calidad del restaurante “PB Corporation & Servicies S.A.C” Provincia de Huaraz, Ancash. OE4: Analizar la relación del servicio al cliente con el mejoramiento continua de la calidad del restaurante “PB Corporation & Servicies S.A.C” Provincia de Huaraz, Ancash.		nto de la Calidad. • El Mejoramiento de la Calidad.	Provincia de Huaraz, Ancash. Técnica e instrumento de recolección de datos La técnica que se usará será la encuesta, y el instrumento será el cuestionario, tanto para la variable servicio al cliente como para la variable gestión de calidad Método de análisis de investigación: El método correlacional, nos permite relacionar la variable 1: Servicio al cliente, con la variable 2: Gestión de Calidad en el restaurante “PB Corporation & Servicies S.A.C” Provincia de Huaraz, Ancash.
--	--	--	--	--	--	---

Anexo 9: REPORTE TURNITIN

SERVICIO AL CLIENTE Y GESTION DE CALIDAD EN EL
RESTAURANTE PB CORPORATION & SERVICIES S.A.C
PROVINCIA DE HUARAZ, ANCASH

INFORME DE ORIGINALIDAD

18%	19%	5%	9%
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.uladech.edu.pe	6%
	Fuente de Internet	
2	hdl.handle.net	2%
	Fuente de Internet	
3	alicia.concytec.gob.pe	1%
	Fuente de Internet	
4	Submitted to Universidad Catolica de Trujillo	1%
	Trabajo del estudiante	
5	www.scielo.org.mx	1%
	Fuente de Internet	
6	repositorio.upn.edu.pe	1%
	Fuente de Internet	
7	repositorio.uta.edu.ec	1%
	Fuente de Internet	
8	www.researchgate.net	1%
	Fuente de Internet	
9	ciencialatina.org	1%
	Fuente de Internet	
10	repositorio.ucv.edu.pe	1%
	Fuente de Internet	
11	repositorio.upsjb.edu.pe	1%
	Fuente de Internet	
12	Submitted to Universidad Autónoma de Bucaramanga, UNAB	1%
	Trabajo del estudiante	
13	repositorio.uct.edu.pe	1%
	Fuente de Internet	