



UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ

PROYECTO DE INVESTIGACION

TEMA:

Control de calidad y su influencia en atención al cliente en restaurante “El
Marinero” en Bahía de Caráquez

Autor:

José Antonio Vera Jalil

Extensión Sucre Bahía de Caráquez

Licenciatura en Contabilidad y Auditoria

Agosto2025-1 Bahía de Caráquez

Certificado del tutor

En calidad de docente tutor(a) de la Facultad CIENCIA ADMINISTRATIVAS, CONTABLE Y ADMINISTRATIVA de EXTENSION SUCRE 1016E01 BAHIA DE CARAQUEZ de la Universidad laica “Eloy Alfaro” de Manabí, CERTIFICADO:

Haber dirigido y revisado la INFORMACION DE PROYECTO DE INVESTIGACION, bajo la autoría del estudiante VERA JALIL JOSE ANTONIO, legalmente matriculado/a en la carrera de CONTABILIDAD Y AUDITORIA periodo académico 2025-1. Cumpliendo un total de 384 horas, bajo la opción de titulación de INFORME DE PROYECTO DE INVESTIGACION, cuyo tema del problema o núcleo polémico es CONTROL DE CALIDAD Y SU INFLUENCIA EN ATENCION AL CLIENTE EN EL RESTAURANTE EL MARINERO DE LA CIUDAD DE BAHIA DE CARAQUEZ.

La presente investigación ha sido desarrollada en apego al cumplimiento de los requisitos académicos exigido por el Reglamento de Régimen Académico y en concordancia con los lineamientos internos de la opción de titulación en mención, reuniendo y cumpliendo con los méritos académicos, científicos y formales, suficientes para ser sometida a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de ley en contrario

Bahía de Caráquez, agosto de 2025

Lo certifico



Ing. Edison Rafael Iriarte

Docente tutor

CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

Declaración de Autoría

la responsabilidad de esta investigación, resultados y conclusiones emitidas en este trabajo permanecen únicamente al autor

el derecho intelectual de esta investigación corresponde a la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, extensión Sucre 1016E01- Bahía de Caráquez.

Autor

José Vera

Vera Jalil José Antonio

Aprobación del trabajo

los miembros del tribunal de grado aprueban el trabajo de titulación de acuerdo con los reglamentos emitidos por la “Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí”, Otorgado la calificación de:

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

CALIFICACION

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

CALIFICACION

SECRETARIA DE LA UNIDAD ACADEMICA

Dedicatoria

Le dedico esto primeramente a Dios quien me ha brindado mucha sabiduría y entendimiento a lo largo de mi vida y de mi carrera universitaria, a mi abuelo, a mi tío y a mi sobrina que se encuentran en el cielo por guiarme desde el cielo a ser una buena persona, a mis padres que día y noche estuvieron al pie del cañón conmigo y me enseñaron a nunca rendirme, a mis entrenadores de running y amigos que me enseñaron que cada esfuerzo y cada lagrima tiene su recompensa.

Vera Jalil José Antonio

Agradecimiento

Le agradezco a Dios por guiarme a lo largo de mi vida y sobre todo de mi carrera universitaria que me enseñó a nunca rendirme y de que cada momento malo es eso un momento y que él siempre quiere lo mejor para mí y me tiene aquí listo para ser un profesional.

Le agradezco a mis padres a mis abuelos a toda mi familia por siempre guiarme y apoyarme, por darme fuerzas y que nunca me rinda que todo pasa por algo y que al final siempre vere la felicidad, a mi amigo de Go Run que con sus risas y sus concejos me acompañaron a terminar mi carrera universitaria.

Le agradezco a mis entrenadores por enseñarme que todo es mental que los limites los ponemos nosotros mismo, que un título no te hace mejor personal si no que las personas que de verdad se aprecian son las que enseñan a las demás personas a superar sus propios límites.

Le agradezco a Dios por ponerme en el camino a mis amigas Roxa y Gabriela (Bachita), pero más que mi amiga son mi familia, gracias por el apoyo incondicional por preocuparse por mí y sobre todo sacarme una sonrisa en los momentos más difíciles, a mis amigos wao maracuchilles por creer en mí y apoyarme en todo momento.

Contenido

INDICE DE TABLA	X
Resumen.....	XI
INTRRODUCCION	1
Diseño teórico.....	2
Tema:	2
Diseño teórico.....	2
Problema	2
Objeto.....	2
Campo.....	2
Objetivo.....	2
Variables.....	2
Variable dependiente	2
Variable independiente	2
Tarea Científica.....	2
1. Marco teórico	3
1.1. Atención al cliente.....	3
1.2. Conceptos y principios de atención al cliente	3
1.3. Características de atención al cliente.....	4
1.4. Gestión de la atención al cliente	5
1.5. Resolución de problema	6
1.6. Estrategia de fidelización.....	6
1.7. Formación y desarrollo del personal de atención al cliente.....	7
1.8. Indicadores claves de rendimiento en atención al cliente.....	8
1.9. Control de calidad.....	8

1.2.1.	Planificación del control de calidad.....	9
1.2.2.	Inspección y prueba.....	9
1.2.3.	Certificado y normalización (Norma ISO 9001).....	10
1.2.4.	Análisis de falla y soluciones de problemas.....	10
1.2.5.	Formación y capacidad.....	11
1.2.6.	Auditoria de calidad.....	11
	Capítulo II.....	13
2.	Diseño metodológico.....	13
2.2.	Población y muestra.....	13
2.2.1.	Población.....	13
2.2.2.	Muestra.....	13
2.3.	Método teórico.....	13
2.3.1.	Método Deductivo.....	13
2.3.2.	Método Inductivo.....	14
2.3.3.	Encuesta.....	14
2.3.4.	Entrevista.....	14
2.4.	Análisis de los resultados de la encuesta realizada.....	15
2.4.1.	Análisis de la fiabilidad.....	15
	Análisis e interpretación de los resultados.....	15
	Análisis.....	16
	Interpretación.....	16
	Análisis.....	16
	Interpretación.....	17
	Análisis.....	17
	Interpretación.....	17

Análisis	18
Interpretación	18
Análisis	19
Interpretación	19
Análisis	20
Interpretación	20
Análisis	21
Interpretación	21
Análisis	22
Interpretación	23
Análisis	23
Interpretación	23
Análisis	24
Interpretación	24
Capitulo III.....	25
3. Diseño de la propuesta	25
3.2. Tema de la propuesta.....	25
3.3. Antecedentes.....	25
3.4. Justificación.....	25
3.5. Objetivo General.....	25
3.6. Objetivo específico	26
3.7. Desarrollo de la propuesta	26
3.8. Plan de mejor	26
3.9. Plan de capacitación del personal de limpieza, cocina y atención al cliente ...	26

3.11. Diseñar o implementar un departamento de recepción de pedidos, y minimizar lo fuga de información.....	29
Conclusión	30
Recomendación.....	31
Bibliografías.....	32
Referencias.....	32

INDICE DE TABLA

Tabla 1	15
Tabla 2	15
Tabla 3	16
Tabla 4	17
Tabla 5	18
Tabla 6	19
Tabla 7	20
Tabla 8	21
Tabla 9	22
Tabla 10	23
Tabla 11	24

Resumen

La implementación de los sistemas del control de calidad en la atención al cliente es fundamental, ya que permite al restaurante poder evaluar y mejorar los procesos internos del restaurante, garantizando que los productos o servicios ofrecidos cumplan con los estándares que aseguran la satisfacción de los clientes. El restaurante el marinere, ubicado en la ciudad de bahía de Caráquez. Se llevó a cabo un estudio para identificar cuál es el impacto del control de calidad en la experiencia de los clientes. La investigación incluyó con el marco teórico que sugirió la elaboración de los instrumentos de recolección de datos mediante encuestas, entrevistas, a los clientes del restaurante. A través del análisis e interpretación de la información obtenida, utilizando herramientas estadísticas, se determinó la necesidad de fortalecer la capacitación del personal estableciendo un plan de mejora en los procesos de producción y atención al cliente. Entre los procesos se destaca el plan de mejora del control de calidad que sirve como guía precisa para evitar errores y garantizar un servicio excelente.

INTRODUCCION

Martínez, (2010) La palabra calidad tiene múltiples significado, es un conjunto de propiedades inherentes a un objeto que confiere capacidad para satisfacer necesidades implícitas o explícitas. La calidad de un producto o servicio, es la percepción que el cliente tiene del mismo y de su capacidad para satisfacer sus necesidades, que se define como el conjunto de las características de un producto o servicio que cumple con las expectativas del cliente para el cual fue diseñado y que satisface sus necesidades.

Pérez (2012) Atención al cliente es escucharle, aceptarle sus sugerencias y reclamos, responder con cortesía a sus peticiones, brindando soluciones y un servicio de calidad, su objetivo principal es garantizar que el cliente tenga una experiencia positiva en cada interacción lo que puede mejorar la percepción del restaurante y aumenta la fidelidad y genera recomendaciones

El control de calidad es fundamental para asegurar que los productos y servicios ofrecidos cumplan con los estándares establecidos, garantizar así las necesidades del cliente. Sin embargo, implementar medidas de control de calidad presenta problemáticas que deben ser abordadas de manera eficaz.

Uno de los desafíos principales en el control de calidad es garantizar que los productos y servicios se adhieran a estándares rigurosos y especificaciones precisas. Además, al mantener un nivel constante de calidad, se genera confianza y se ofrece una experiencia consistente, lo que fortalece la relación del cliente y su fidelidad.

Diseño teórico

Tema:

Control de calidad y su influencia en atención al cliente en restaurante “El Marinero” en Bahía de Caráquez

Diseño teórico

Problema

¿Como se ve afectado el control de la calidad en la influencia en atención al cliente?

Objeto

Mejoras y crecimiento del control de calidad

Campo

Practica en atención al cliente

Objetivo

Crear procesos para el mejoramiento de la gestión de la calidad y su influencia en atención al cliente

Variables

Variable dependiente

Control de calidad

Variable independiente

Atención al cliente

Tarea Científica

- Revisar información Bibliográfica sobre gestión de calidad y atención al cliente
- Realizar diagnóstico de impacto de gestión de calidad y atención al cliente
- Proponer mejoras para fortalecer la gestión de calidad y atención al cliente

Capítulo 1

1. Marco teórico

1.1. Atención al cliente

La atención al cliente es una actividad desarrollada por las organizaciones con orientación a satisfacer las necesidades de sus clientes, logrando así incrementar su productividad y ser competitivos. El cliente es el protagonista principal y el factor más importante en el juego, podemos apreciar que para tener éxito en la atención al cliente, existen varios elementos que la empresa debe tener muy en cuenta, como son el liderazgo, eficiencia en sus operaciones, capital humano, cultura organizacional y esta última debe de estar bien definida para que sus integrantes estén claro con la misión y visión de la empresa, de esta forma los trabajadores al sentirse identificados y parte de la misma estarán motivados para realizar sus actividades (Godoy, 2011)

Ospina (2019) Servicio al cliente se practica de manera global, afecta positivamente a las colaboraciones de la organización y a los clientes que se beneficia de los bienes o servicio que ofrece la empresa. Así es importante determinar cuál es la mejor forma de acceder a cada uno de ellos, esto hace parte de la investigación que debe realizarse. No obstante, no a todos se llega de la misma manera, siempre hay algo que debe cambiar, mejorar o diferentes servicios. Esto hace sentir al cliente mucho mejor, lo hace sentir importante, lo hace volver en un futuro y si la estrategia es realmente efectiva, ese cliente no volverá solo, con él vendrán más clientes.

Maestra (2018) Servicio al cliente está cerrado con la despedida del cliente, pero no antes de estar en contacto o recolectar el servicio provisto, ya que es diferente tipo que existe diferente tipo de recolección, dependiendo del formato en el que se realice. Así como los diversos tipos de ingreso que la autoridad de renovación puede recibir, a la esencia de cualquier servicio.

1.2. Conceptos y principios de atención al cliente

Ángel (2019) Entre los conocimientos básicos, que cualquier cliente debe recibir los conceptos de la calidad del servicio y el carácter del servicio o producto ofrecido, así como los procedimientos y puestos de trabajo. Además, los empleados deben conocer los objetivos de servicio al cliente que la empresa y los métodos que utilizan.

García-Sauco Hijano (2024) Para proporcionar a los clientes el servicio o proporcionar el producto, es necesario tomar una variedad de operación. Recibir proveedores, producir el producto, entregarlo de acuerdo con el servicio de venta. En todos estos procesos, es importante realizar procedimientos de control para asegurarse de que se realicen de acuerdo con los estándares de calidad mínimo para ofrecer el resultado final específico o deseado. Si se hacen correctamente, se reduce la probabilidad de desviación

Arenal Laza (2017) El servicio al cliente es un servicio proporcionado por la compañía para solicitar a los clientes y para proporcionar satisfacción con sus necesidades. Es una herramienta efectiva para la interacción con los clientes que proporcionan consejos adecuados para garantizar el uso adecuado del producto o servicio. Se escuchan quejas y se ofrecen soluciones rápidas y personalizadas, su proporción es dar al cliente más de lo esperado y a su vez está tratando de satisfacer a los empleados. Se comparte la fe de que un empleado satisfecho crea clientes satisfechos para que las estrategias de recurso humano y de comunicación estén vinculadas a las estrategias de marketing.

Todo cliente debe conocer los elementos básicos de su producto o servicio, incluida su calidad, características y procedimientos internos que permiten que se entreguen. Los empleados también deben adaptarse a los fines de servicio al cliente de la empresa y conocer las herramientas y métodos para lograrlos. Desde la recepción de materiales o proveedores hasta la producción y entrega, es importante seguir los procedimientos que garantizan el cumplimiento de los estándares de calidad. El servicio al cliente no solo resuelve dudas o quejas, sino que también se esfuerza para prestar atención rápida.

1.3. Características de atención al cliente

García (2018) Elasticidad y mejora continuas. MYPE (micro y pequeñas empresas) debe estar preparado para adaptarse a los posibles cambios en su industria y clientes. Este es el personal que contacta directamente con el cliente para obtener suficiente educación y para tomar decisiones y satisfacer las necesidades de los clientes, incluso en los casos de mayor impacto.

Zaila (2019) La mayoría se aplica como una técnica de la mejora continua en su negocio, también considerado que lo más importante para determinar la calidad de su

negocio es planificar sus actividades. La mayoría también capacita al personal, pero en el estudio actual la educación es anual, la mayoría también indica que lo más importante de la atención al cliente es la amabilidad, construye con el aumento de venta y los requisitos de calidad.

Gianina (2018) Entusiasmo: Es una manera de actuar cuando el medio ambiente es muy tenso, difunde aún más felicidad cuando hay mala vibración, entusiasmo asegura que las cosas sean más apropiadas en sus actividades.

La propiedad de servicio al cliente es la calidad o la forma en que la persona debe ser para servir al cliente. Por ejemplo, ser amable, ser respetuosos, escuchar atentamente, responder con claridad intentar ayudar de la mejor manera. Estas cualidades son importantes porque nos ayuda a que los clientes se sientan satisfechos y quieran siempre requerir o tenernos como la primera opción para adquirir de nuestro servicio.

1.4.Gestión de la atención al cliente

Brown (2020) la gestión del servicio al cliente está tratando de reducir esta diferencia. Aquellos que a menudo se encargan de los clientes de la compañía, los empleados que participan en ellos casi siempre reciben pagos, los peores, los menos involucrados en la organización, pero estas personas dependen de la reputación de la empresa en términos de servicio al cliente.

Sala (2020) La gestión de atención al cliente esta lista para responder inmediatamente al problema enviado. Si el servicio no es suficiente en el tiempo de espera puede conducir a una mayor insatisfacción del consumidor y, en consecuencia, más costos futuros para la empresa a la institución. Sin una respuesta rápida a los reclamos o problemas propuesto por el cliente, puede conducir a una imagen mala y un amor apuesto y no deseado. Por lo tanto, la gestión de la dinámica del servicio al cliente será una prioridad.

Vera (2023) La gestión del servicio al cliente es un proceso que consiste en un conjunto de métodos y estrategias centrado en el soporte, la resolución de eventos y la federación de usuario. Estas son las actividades realizadas por empresas que se centra en la ayuda y los consejos para las personas que compran o usan sus productos y servicios.

La gestión del cliente es un conjunto de estrategia y actividades que la empresa implementar, establecer, mantener y fortalecer las relaciones con los clientes, tratar de comprender sus necesidades, atraer atención personal y garantizar sus satisfacciones. Este enfoque implica una comunicación constante, una solución efectiva a los problemas y al uso de tecnología como el sistema CRM (Gestión de relación con el cliente) para optimizar la experiencia del cliente con el objetivo de lograr su lealtad y aumentar el valor a largo plazo de la relación comercial.

1.5.Resolución de problema

(Guzman, 2025) la capacidad de resolver problemas de manera rápida y eficiente es el elemento principal del servicio al cliente. Los clientes esperan que su inquietud o su deficiencia sean respetadas de inmediato sin más molestias o demoras. De acuerdo con la velocidad y la eficiencia de la resolución significativa de problemas, aumenta significativamente la satisfacción del cliente y reduce la probabilidad o la salida de las quejas del servicio. Este factor solo es posible con el personal calificado y autoridades para tomar decisiones que sean beneficiosas tanto para el cliente como para la empresa.

(Barreda Vargas, 2024) La resolución de problemas es reducir la tensión y las diferencias entre las partes. Permitiendo una coexistencia armoniosa y una cooperación futura afectiva. Esta dinámica implica el descubrimiento y el contacto de las causas básicamente del conflicto, el estudio de varias opiniones y la búsqueda de soluciones que correspondan a todas las partes afectadas. Resolver conflicto no siempre significa encontrar una solución perfecta o ideal, sino sobre los justos y quien está considerando todas las necesidades y preocupaciones involucradas.

La resolución de problema de servicio al cliente es saber cómo escuchar a un cliente, cuando exista una queja o una molestia, tratando de entender lo que le está sucediendo y buscar una solución rápida y efectiva para el bienestar y la satisfacción del cliente. Se trata de ayudar con la paciencia, la buena actitud y la responsabilidad.

1.6.Estrategia de fidelización

(Christian Arias, 2019) La estrategia de fidelización no es solo puntos, regalos descuento, recompensa, sino también la forma en que procesa, tecnología, ideas e

interacciones que la compañía crea para hacer los vínculos de los consumidores con la marca. Cuando más profundo y estable en el contexto más oportunidades serán para lograr la lealtad del cliente y las mayores oportunidades comerciales. Actualmente el tiempo atrapa a los clientes.

(Alejandra rojas, 2024) La estrategia de la fidelización permite a las organizaciones ser competitiva y mejorar sus ingresos. No solo es que son fieles a la marca, sino también está destinado a continuar. Un cliente leal regresa y compra una y otra vez si la empresa crea este enlace real para que puede logara comentarios valiosos, y sinceras sobre lo que consumen y, por lo tanto, lograr la eficiencia durante el desarrollo del producto o el alto nivel de provisión y procesos de mejora continua.

La estrategia de fidelización es un conjunto de acciones que le negocio o la empresa levan acabo para mantener contentos a los clientes y hacer que continúen utilizando su servicio. Esta es una buena manera de tener relaciones con el cliente proporcionando actitudes o beneficios especiales para que no dejen la competencia y se convierta en cliente leal.

1.7. Formación y desarrollo del personal de atención al cliente

(Cantarero & Castro, 2023) La capacitación del personal es muy importante ya los socios actualizan conjuntamente sus conocimientos, lo que permitir que la competitividad de las organizaciones aumente a través de su mejor momento de cooperación y la mejora del personal.

(Usucachi & Guzman, 2025) La formación se refiere a un programa destinatario o desarrollar habilidades para eliminar las deficiencias actuales de los empleados en el trabajo; es decir, el objetivo es mejorar las habilidades técnicas del trabajador en las necesidades específicas de la posición actual. Sin embargo, el desarrollo es indicativo de la generación de habilidades de acuerdo con lo que la compañía necesitara en el fututo, es decir se centra en habilidades que serán demandadas a largo plazo.

La formación o el desarrollo del personal de servicio al cliente es el proceso de enseñanzas y preparación de empleados para saber cómo tratar buen a los clientes. Esto incluye su educación para aprender a comunicarse adecuadamente, resolver problemas,

conocer o productos o servicio bien proporcionados. Esto es importante porque ayuda al personal a mejorar su trabajo, sentirse más seguro y los clientes obtiene atención de alta calidad

1.8.Indicadores claves de rendimiento en atención al cliente

(Enrique & Cardona, 2018) Los indicadores de gestión merecen ser una consideración en relación con las empresas como base básica para apoyar el uso de técnicas métricas porque la evaluación del proceso y la sistematización están garantizada. Para tales fines, confiado definiciones de indicadores logístico le permite determinar que procedimiento afectan la gestión empresarial por lo que representa obtener datos e información, para determinar el potencial y lograr un desarrollo y acciones efectivos. Hasta la medición de recurso les permite saber el estado de la organización da forma a los monitores y controlar las variaciones que pueden ocurrir en costo de las transacciones.

(AGUDELO, 2011) Los indicadores de rendimiento más importantes miden el nivel de rendimiento del proceso que se en indicar que tan buenos son los procesos para lograr el objetivo establecido. Estas son mediciones financieras o no financieras utilizadas para establecer cuantitativamente los objetivos y reflejan el desempeño de la organización.

los indicadores de rendimiento son claves para medir las tarifas de servicio al cliente más importante son medidas que sirven para evaluar si el servicio prestado a los clientes funciona bien o no. estos indicadores nos permiten saber si los clientes están satisfechos con cuánto tiempo lleva para resolver ese problema, si los problemas se resuelven correctamente y si vuelven a estar en contacto con la misma razón. Son una herramienta que ayuda a mejorar el servicio y garantizar que se logren los objetivos del servicio al cliente.

1.9.Control de calidad

(Sanchez, 2023)El control de calidad es un conjunto de propiedades de un servicio que brinda su idoneidad para satisfacer algunas de las necesidades (clientes), o indirectamente, es decir, se considera un producto de calidad si es adecuado para la aplicación tal como está hecho, por lo que se realiza la función se convierte. En esta definición, puede ver que el termino calidad está estrechamente vinculada al cliente.

(LALALEO, 2024)El control de calidad de los alimentos se entiende que la legislación obligatoria llevada a cabo por las autoridades nacionales o locales para proteger al consumidor y garantizar que todos los alimentos durante la producción, manipulación, almacenamiento, desarrollo y distribución sean inofensivos, de salud.

El control de calidad es una forma de revisar y asegurarse de que el producto o servicio cumpla con cierto estándares o requisitos. Es como una verificación para observar si todo está bien hecho y funciona correctamente. Con el objetivo de obtener algo bueno, sin errores. También nos ayuda a detectar y resolver problemas antes de que el producto o servicio llegue a manos de los clientes.

1.2.1. Planificación del control de calidad

(Palomeque, 2022) la planificación de control de la gestión administrativa de producción para lograr objetivos estratégicos de las empresas y describir los elementos de gestión administrativa en el proceso de planificación estratégica de la toma de decisiones.

1.2.2. Inspección y prueba

Inspección y prueba para probar la mayoría de los esfuerzos deben concentrarse en el control estadístico de la calidad, lo que mejorara la calidad. No hay control de calidad que revele artículo ejecutado y cancela su suscripción. La calidad no se puede verificar en un producto o servicio dependiendo de las pruebas de masa, en la mayoría de casos, se gasta el tiempo, el dinero y los esfuerzos para controlar la calidad. (Besterfield, 2019)

(Orlandoni Merli, 2012)Inspección y prueba es el mejoramiento de la calidad nos ayuda a prevenir los desechos, reducir piezas, reducir los requerimientos de prueba y pueden garantizar las pérdidas, además de la satisfacción del consumidor y, por lo tanto, lograr una empresa, convirtiéndose en costo confiable, de alta calidad y bajo industriales. Cuando a gerencia incluye como un plan estratégico requisitos del consumidor y el inicio de la calidad de los competidores, la calidad se convierte en una estrategia de competitividad.

Inspección y prueba es un proceso que revisa y verifica si el producto o servicio está bien hecho. La prueba consiste en algo de vigilancia, medición o prueba para asegurarse de que no tenga errores, y la prueba es cuando este producto está sujeto a ciertas

condiciones para ver si funciona correctamente. Todo esto se hace antes de que el producto se entregue al cliente para garantizar la calidad y evita problema.

1.2.3. Certificado y normalización (Norma ISO 9001)

la normalización de las normas ISO 9001, ya que forma una gran norma en la familia ISO, que no es más que los estándares establecidos por la organización internacional para la estandarización ISO (Organización internacional de normalización) un dispositivo responsable del soporte de estandarizaciones en todo el mundo. Estos estándares formaran acuerdos con especificaciones y criterios técnicos que se utilizaran en forma de definiciones de reglas, directrices o propiedades, lo que garantiza que los procesos, servicios y materiales desarrollados por las organizaciones sean adecuados para su uso

(Vertice, 2010) El estándar ISO 9001 indicara los requisitos para el sistema de gestión de calidad, que pueden usar para uso interno, certificación o propósito contractuales. Se centra en la eficiencia del sistema de gestión de calidad para satisfacer las necesidades de los clientes.

Certificado y normalización es el reconocimiento que la compañía recibe cuando cumple con ciertos estándares de calidad especificados internacionalmente. ISO 9001 (Organización internacional de normalización) es un estándar que ayuda a las organizaciones, mejorar su proceso y asegurarse de que su producto o servicio sigan lo que el cliente espera. El obtener este resultado significa que la empresa está trabajando correctamente con calidad y siempre busca mejorar.

1.2.4. Análisis de falla y soluciones de problemas

La solución sistemática de problemas es esencial, junto con el uso de indicadores claves de rendimiento para monitorear el progreso. Reconocer los éxitos y enfatizar la calidad refuerza aún más esta cultura, que en las últimas instancias impulsa la innovación y el éxito organizacional a largo plazo (Correa, 2025)

La solución de problemas son conjuntos de técnicas fundamentales que facilitan la identificación y resolución de problemas en los procesos de calidad. Estas herramientas

son esenciales para los profesionales que buscan mejorar la eficiencia y efectividad en sus organizaciones. (Aguilar, 2025)

Análisis de fallas y soluciones de problema este es un proceso que realiza cuando algo no sucede como se esperaba. Consiste en una investigación cuidadosa que fallo, por que sucedió y como evitar que se recurriera. Primero, se identificar el problema, luego se busca la razón principal y se ofrece soluciones prácticas para reparar y mejorar el proceso. Este análisis es útil para aprender de los errores y mejorar todo para un buen futuro.

1.2.5. Formación y capacidad

Se han desarrollado numerosas guías y normativas a nivel mundial, que establece los requisitos para la competencia y calidad de las empresas, estas directrices promueven la adopción de buenas prácticas, la formación continua del personal y la implementación del sistema de gestión de la calidad, asegurando así que las empresas pueden proporcionar servicios fiables y de alta calidad en todo momento. (Demera, 2025)

El impacto de la capacitación laboral se podrían utilizar métodos como análisis comparativo antes y después de la implementación de programas de formación. Se medirían indicadores claves de rendimiento, como la satisfacción que tiene el cliente, la retención de personal, la eficiencia operativa y el rendimiento financiero. El análisis de estos datos proporcionado información valiosa sobre como la capacitación afecta positivamente a la rentabilidad y el funcionamiento general de los restaurantes. (Hugo & Pool, 2024)

1.2.6. Auditoria de calidad

Auditoria de calidad se enfoca en evaluar el sistema de gestión de calidad y su implementación en las empresas. El objetivo es verificar que la empresa cumpla con los estándares de calidad, así como identificar oportunidades de mejora. Se trata de un examen independiente y sistemático. La auditoría es un requerimiento para obtener la certificación ISO 19001. Además, es útil para examinar la satisfacción del cliente, la gestión de riesgo y la mejor continua. (Valarde & Castro, 2024)

La auditoría de calidad es la facturación, mediante técnicas que nos permiten la verificación y análisis de las deficiencias presentada en la atención a un cliente para

establecer adecuadamente el uso de los recursos de la empresa. Esta es la razón por la que se han implementado tantas técnicas para obtener el máximo beneficio, una de estas técnicas fue mejorar la atención al cliente remitiéndolo a proveedores externos con capacidad de resolución. (Alomoto, 2025)

Capítulo II

2. Diseño metodológico

2.2. Población y muestra

2.2.1. Población

Miranda (2016) Es necesario aclarar que cuando hablamos de población, el termino no solo se refiere exclusivamente a seres humanos, sino que también pueden corresponder a animales, muestras biológicas, expediente, hospitales, objeto, familias, organizaciones. Podría ser más adecuado utilizar el término universo de estudio

La población la cual se va a estudiar está considerada por los usuarios que consumen los productos gastronómicos del “Restaurante el Marinero”, misma que se realizará la una investigación preliminar para determinar los clientes específicos de este estudio, identificando 100 clientes del restaurante el Marinero de la ciudad de Bahía de Caráquez.

2.2.2. Muestra

Rodríguez (2015) Una población es el grupo de todos los elementos que se proponen para obtener una medida característica. Antes la imposibilidad de estudiar toda la población se selecciona un subgrupo de elementos representativos de la población que constituye lo que se denomina muestra.

La muestra que se aplicará será de manera aleatoria simple no probabilística seleccionado a 100 clientes por conveniencia, la muestra se la destinará a las personas que cumplen las siguientes características:

- Que sean clientes del restaurante.
- Que sean mayores de edad.
- La encuesta se aplicará de manera presencial.

2.3. Método teórico

2.3.1. Método Deductivo

Espinoza (2023) El método deductivo se emplea para relacionar el contenido curricular con el mundo real, es una vía alterna que ayuda a organizar los nuevos conceptos, permite un mayor acercamiento a la realidad de los hechos o fenómenos en estudio, en este

método, se asume que, si las premisas son verdaderas, la conclusión también lo será, ya que esto se deriva directamente de las premisas

2.3.2. Método Inductivo

Andrade, Alejo & Almendari (2018) El método inductivo es el procedimiento utilizado para llegar de lo particular a conclusiones generales a base la información de la muestra, de casos específicos o fenómenos concretos, es decir, a partir de los resultados de la investigación realizada con muestra para formular conclusiones más generales, teoría o leyes.

2.3.3. Encuesta

La encuesta es una técnica que sirve para obtener información de manera sistemática acerca de la población determinada, a partir de las respuestas que proporcionan una pequeña parte de los individuos que forman parte de dicha población. Frente al censo, que recogería información de todos y cada uno de los elementos de la población. (Font Fàbregas, 2016)

Font & Joan (2016) La encuesta es una técnica que sirve para obtener información de manera sistemática acerca de una población determinada, a partir de la respuesta que proporciona una pequeña parte de los individuos que forman parte de dicha población, las encuestas se utilizan ampliamente en investigaciones de mercado, estudios sociológicos, sondeos de opinión, entre otros.

2.3.4. Entrevista

La entrevista es, principalmente, una situación de comunidad vocal, es un grupo de dos, más o menos voluntariamente integrado, sobre una base de desarrollo progresivo de experto, cliente, con el propósito de elucidar pauta característica de vida del sujeto entrevistado, y que pauta y normas experimenta como particularmente producto de dificultades o le parecen valiosas, y en la revelación de las cuales espera obtener algún beneficio. (Espinosa & Fernández, 2017).

Sánchez, Elda, Grados & Ángel (2017) Muestra que, desde el punto de vista, tal entrevista es principalmente es una comunicación vocal, en un grupo de dos o más personas integrado, sobre una base de desarrollo progresivo de experto-cliente, con el propósito de

elucidar pautas características de vida del sujeto entrevistado. Las entrevistas son valiosas porque permite obtener información directa y personal de una fuente, adaptándose a distintos objetivos según el tipo de entrevista que se realice.

2.4. Análisis de los resultados de la encuesta realizada

2.4.1. Análisis de la fiabilidad

Tabla 1

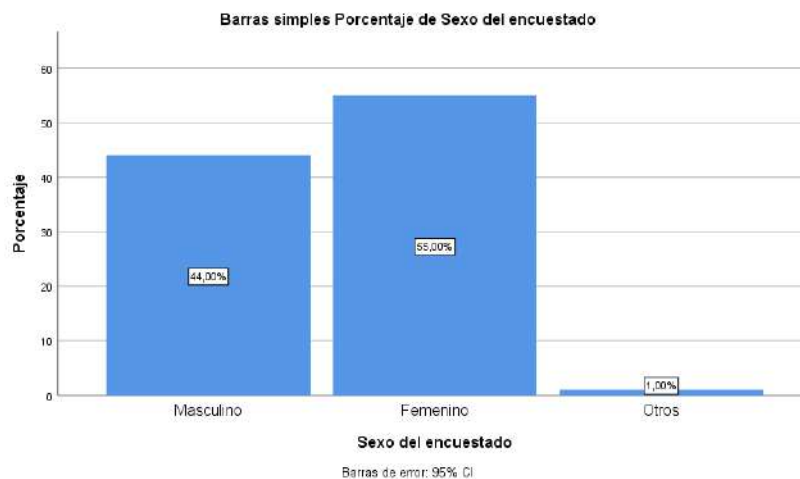
estadística de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,085	12

Análisis e interpretación de los resultados

Tabla 2

sexo de la persona encuestada



Nota: Encuesta aplicada en el restaurante El Marinero

Análisis

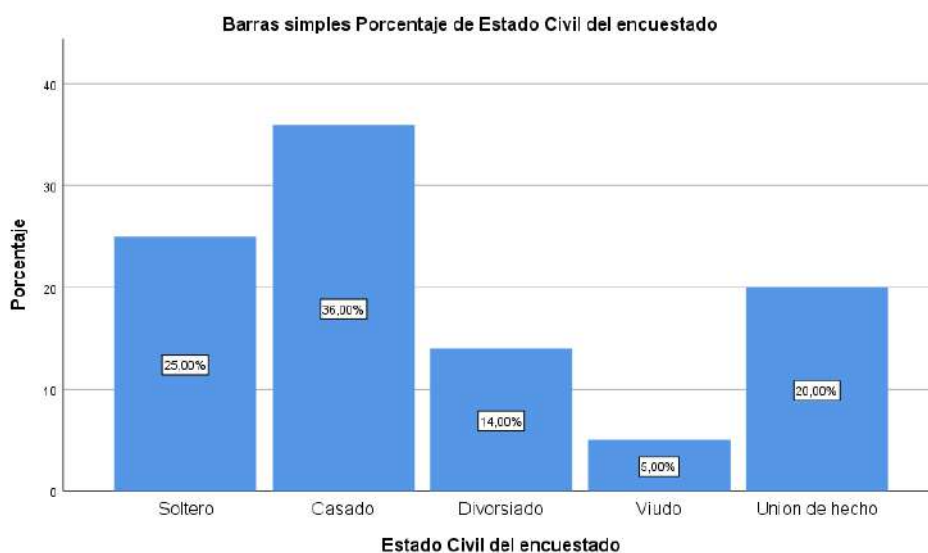
Se realizaron 100 encuestas las cuales la distribución de sexo de las personas encuestadas nos revela que la mayoría de personas encuestadas es del sexo Femenino con un porcentaje de (55.00%), seguido por el sexo masculino con un porcentaje de (44.00%), y seguidos por los de otro sexo con un porcentaje de (1.00%).

Interpretación

la mayoría de las personas encuestadas del Restaurante el Marinero son de sexo femenino, lo que indica que son más de la mitad, pero no existe una diferencia significativa sobre el sexo masculino, pero las de otro sexo nos da un porcentaje menor lo cual no es malo en relación a los sexos masculinos y femenino.

Tabla 3

estado civil



Nota: encuesta aplicada en el Restaurante el Marinero

Análisis

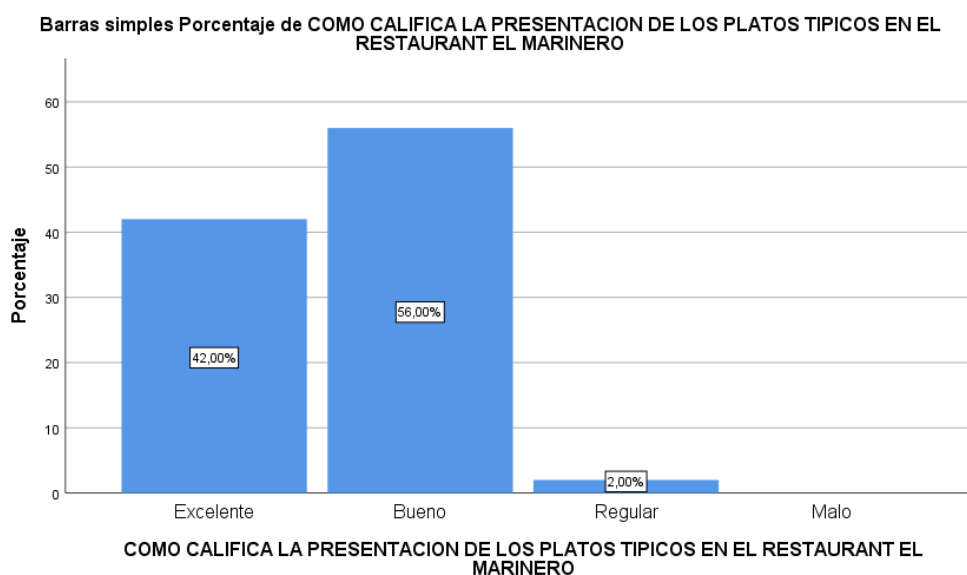
Los datos de las encuestas nos indica que la mayoría de los consumidores son casados 36% seguida por los solteros 25 y las personas de unión de hecho 20% los cuales nos da que los clientes son de una relación estable. Y con una minoría se encuentra las de estado civil divorciada 14% y los viudos 5%.

Interpretación

La distribución del estado civil en el restaurante. La categoría que resalta son las personas casadas que representa un porcentaje del (36%) seguida por las personas de estado civil solteras con el (25%) y quienes están en el estado civil de unió de hecho con un (20%) y con menor se encuentra las personas de estado civil divorciada con el (14%) y de finalmente los viudos con un (5%)

Tabla 4

cómo califica la presentación de los platos típicos en el restaurante el marinero



Nota: Encuesta aplicada en el Restaurante el Marinero

Análisis

Los platos típicos del restáurate el marinero de acuerdo con los resultados de las encuestas nos da que los clientes nos dan un porcentaje del 56% como buena y el 42% como excelente y solo un 2% como regular y ni un valor sobre malo.

Interpretación

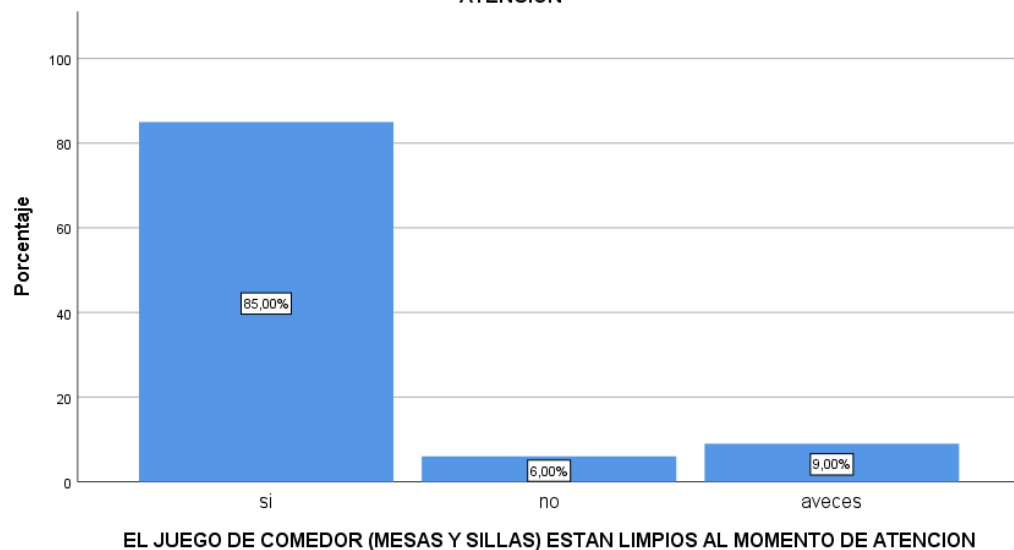
Los clientes del restaurante el Marinero califico los platos típicos como bueno lo cual no nos da una calificación sobresaliente, aunque seguido tenemos un 42% en excelente lo cual nos refleja un nivel positivo muy considerable lo cual una minoría de las personas

encuetadas con un valor de solo 2% nos califica como regulara lo que refleja una mínima insatisfacción, no refleja ningún valor en la calificación de malo, esto nos dice que la mayoría de los clientes están satisfechos con los servicio del restaurante.

Tabla 5

el juego de comedor (mesas y sillas) están limpios al momento de la atención

Barras simples Porcentaje de EL JUEGO DE COMEDOR (MESAS Y SILLAS) ESTAN LIMPIOS AL MOMENTO DE ATENCION



Nota: encuesta aplicada en el restaurante el marinero

Análisis

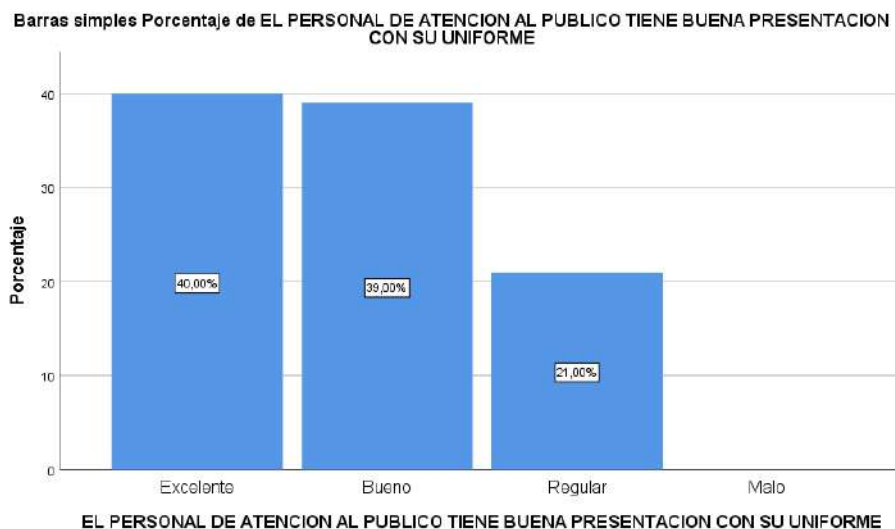
La gran mayoría de los encuestados en el restaurante perciben que el comedor se mantiene limpio lo que nos da una buena imagen de higiene en el servicio, pero un 15% entre no y a veces nos muestra que tenemos una pequeña diferencia del no por ser bajo él no le vamos a dar importancia ya que debemos reducir ese porcentaje.

Interpretación

El grafico nos da una muestra de que el 85% de los encuestados se dan cuenta de que los juegos del área del comedor (mesas, sillas) están limpio los que nos demuestra un resultado positivo sobre el are del comedor, unos porcentajes menor compuesto por un 6% de no y un 9% de a veces lo que nos demuestra que tenemos un pequeño error en la limpieza de las mesas y sillas.

Tabla 6

el personal de atención al público tiene presentación con su uniforme



Nota: Encuesta aplicada en el restaurante el marinero

Análisis

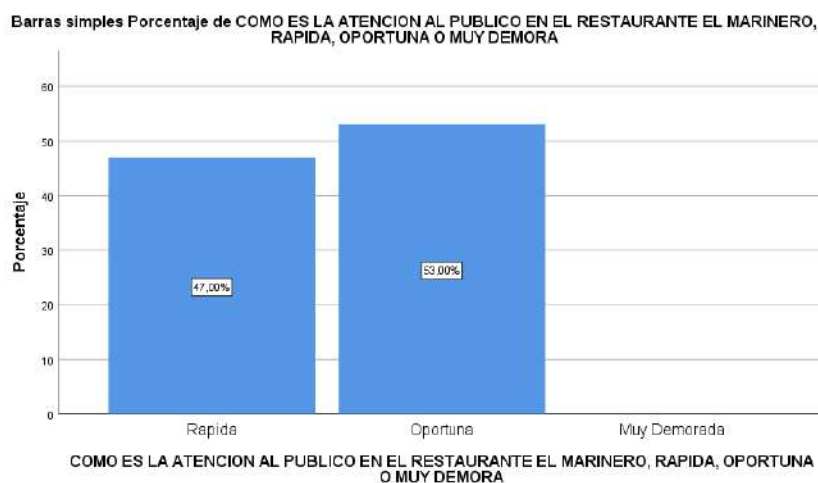
Los encuestados se llevan una excelente presentación del personal del restaurante ya que se encuentran bien uniformados con un porcentaje de 40% y un 39% de bueno, esto nos da un resultado muy alto muy positivo hacia el personal del restaurante el Marinero. Tenemos un porcentaje 21% como regular y no tenemos ningún valor en la categoría de malo tenemos que seguir mejorando para reducir el porcentaje de la categoría de regular y malo para seguir mejorando la categoría de excelente.

Interpretación

El gráfico nos demuestra que la categoría de excelente con un 40% y un 39% de bueno sumando estos resultados nos dan un 79% los encuestados no dan una calificación positiva, la categoría de regular con un porcentaje de 21% tenemos aspectos por mejorar día a día para dar una imagen más profesional.

Tabla 7

Como es la atención al público en el restaurante el marinero, rápido, oportuna, o muy demorada



Nota: Encuesta aplicada en el restaurante el marinero

Análisis

Los encuestados del restaurante el marinero nos califica en su totalidad con un valor positivo. Los valores de las categorías son los siguientes rápida 47% y oportuna 53% no tenemos valores en la categoría de muy demorada, esto nos da que el restaurante mantiene un desempeño muy alto en el tiempo de respuesta y ejecución.

Interpretación

El grafico nos indica la atención al cliente del restaurante el marinero se percibe de manera positiva, ya que tenemos un 100% entre la categoría de la atención rápida y oportuna, nos indica que tenemos que nuestra personal están preparado para una alta capacidad de respuesta.

Tabla 8

Existe sillas para atención a bebes



Nota: Encuesta aplicada en el restaurante el marinero

Análisis

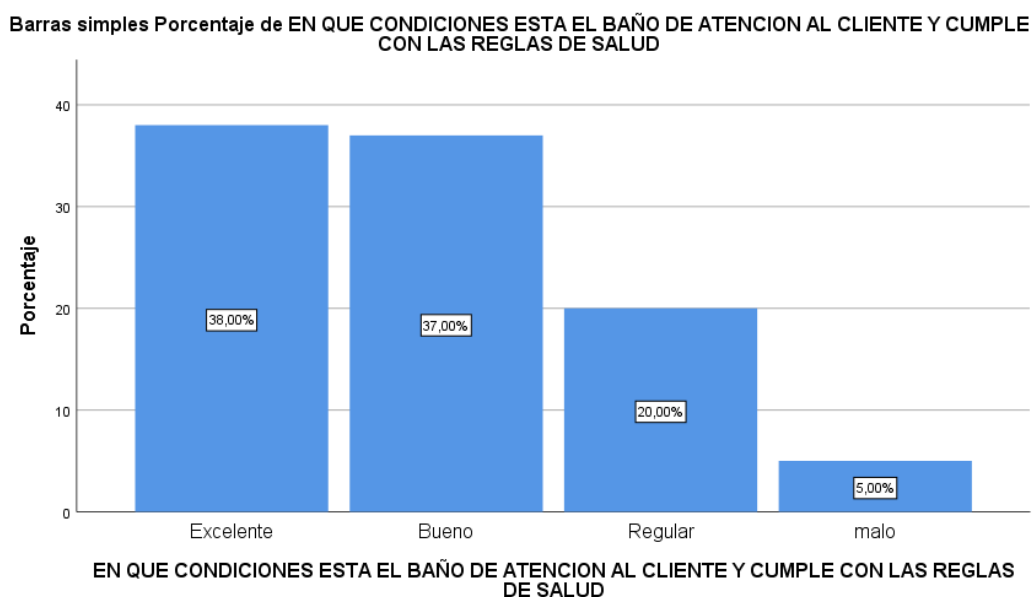
El grafico nos demuestra el 96% de los encuestados nos demuestra que, si existe sillas para bebes en el establecimiento, y que un 4% nos indica que el establecimiento no cuenta con sillas, esto nos da un resultado que el restaurante cuenta con una alta preparación para la atención a las familias con bebes.

Interpretación

Nos indica el grafico que le restaurante está preparado y esta apto para la atención de las familias con bebes ya que los resultados de las personas encuestadas nos dan un valor del 96% que, si existe sillas para niño y valor mínimo del 4% que no existe sillas para niños, son casos puntuales y tenemos que tener un control constante sobre los recursos del establecimiento.

Tabla 9

En qué condiciones está el baño de atención al cliente y cumple con las reglas de salud



Nota: Encuesta aplicada en el restaurante el marinero

Análisis

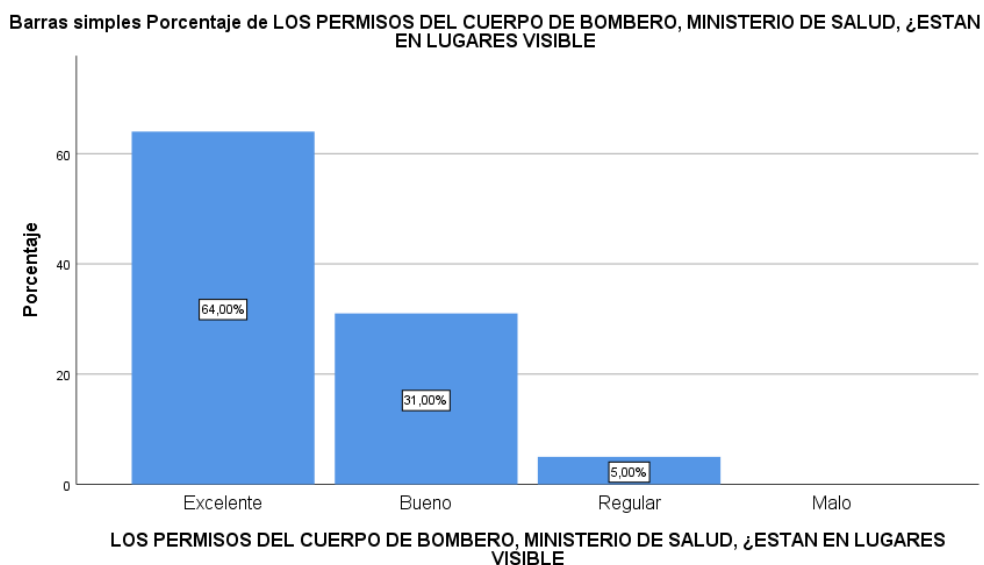
El grafico nos demuestra que las condiciones del baño cumplen con las reglas de salud. La calificación excelente con un 38% como bueno 37% lo que nos da un resultado muy positivo. Pero con un valor de 20% regular y un 5% malo lo que nos indica que tenemos una necesidad de mejorar de mantenimiento, limpieza y supervisor para dar garantías a nuestros consumidores.

Interpretación

La mayoría de los encuestado 75% garantizan un baño que cumple con las normas de higiene entre excelente y buena, por otra parte, un 25 % entre regular y malo, lo cual nos revela una mejora para los empleados de limpieza y mantenimiento para poder dar una garantía a nuestros consumidores.

Tabla 10

Los permisos del cuerpo de bomberos, ministerio de salud están en lugares visibles



Nota: Encuesta aplicada en el restaurante el marinero

Análisis

El grafico nos demuestra que los permisos del cuerpo de bombero y del ministerio de salud en el restaurante con un 64% de excelente y un 31% como bueno los que nos da un valor muy positivo. Solo un 5% como regular y no tenemos valor en la categoría de malo. Esto nos indica que los permisos si se encuentran en lugares visibles y que cumplen con todas las normas.

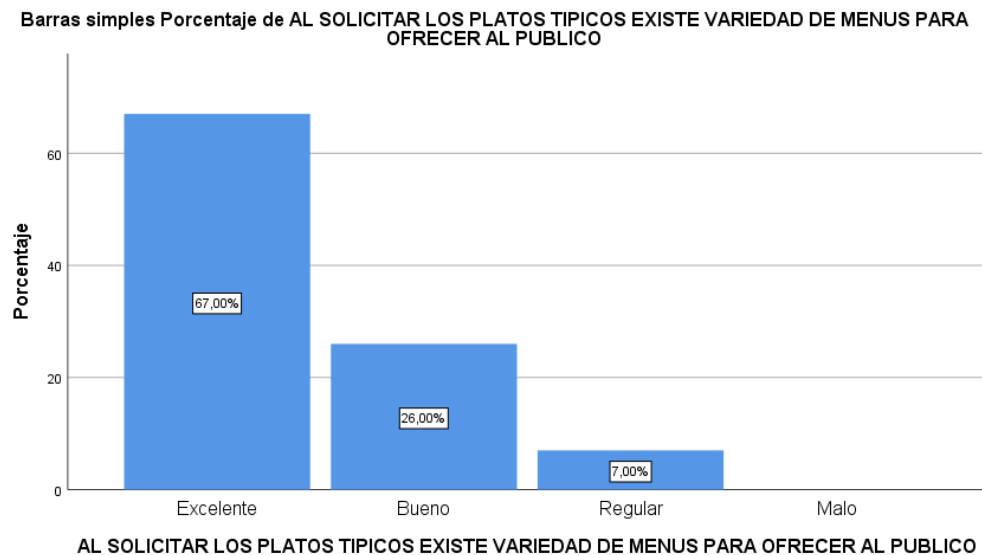
Interpretación

La mayoría de los encuestados en excelente 64% y bueno 31% nos da un total de 95% percibe que los permisos se encuentran el lugares visibles y estratégicos para transmitir

confianza al consumidor, solo un 5% como regular los cuales sugieren que existan casos aislados donde no son visibles los permisos.

Tabla 11

Al solicitar los platos típicos existen variedad de menús para ofrecer al público



Nota: Encuesta realizada en el restaurante el marinero

Análisis

Los encuestados se sienten muy satisfecho por la gran variedad de producto al solicitar los platos típicos del restaurante con una calificación de 67% como excelente, un 26% como buena lo que nos da un valor muy positivo para el restaurante y un valor regular del 7% no existen valor en la categoría de malo. Esto nos da a entender que el restaurante tiene una gran variedad de platos típicos y un porcentaje menor cree que pueden añadir platos al menú.

Interpretación

El grafico nos indica que tenemos una calificación del 93% entre excelente y bueno al solicitar los platos típicos lo que refleja una gran conformidad de los clientes, pero un 7% cree que puede haber una renovación en el menú.

Capítulo III

3. Diseño de la propuesta

3.2. Tema de la propuesta

Plan de mejora para el control de calidad y su influencia en el servicio al cliente del restaurante “El Marinero” en Bahía de Caráquez

3.3. Antecedentes

El restaurante el marinero a pasados por varios procesos de remodelación desde el 2016 ya que perdió el establecimiento en una catástrofe natural lo cual ha causado un retraso en el crecimiento del restaurante, a lo largo de los años han pasados por varios procesos de crecimiento, ampliando sus conocimientos y mejorando las instalaciones.

el restaurante el marinero en sus años de servicio se ha convertido en una referencia para los demás restaurantes de la ciudad, dando diversos platos tradicionales. Ya que se encuentra en una zona turística. El restaurante el marinero es un emprendimiento familiar, orientado a ofrecer productos de la zona costera y platos tradicionales que son representativo para la ciudad, con receta únicas y un servicio de alta calidad.

3.4. Justificación

el restaurante el marinero ha implementado una propuesta de mejora para justificar las necesidades y fortalecer las los procesos de servicio al cliente y proceso de control y así brindar un servicio de calidad y que los clientes se lleven una experiencia única.

El mejorar los estándares de calidad las ares de producción el área de limpieza esto incrementa la fidelización y la satisfacción de los clientes, el estatuto del restaurante. Esto no solo da un incremento en lo económico sino una reputación muy alta.

3.5. Objetivo General

Aplicar un plan de mejora en el control de calidad en el restaurante el marinero con el fin de garantizar el servicio y los productos a los clientes y así ofrecer un servicio de calidad muy alta y tenga una satisfacción muy alta del restaurante.

3.6. Objetivo específico

- Capacitaciones del personal de limpieza, cocina y atención al cliente.
- Modificar la infraestructura mediante cambios de mesas, sillas, distribuyendo y ocupando los espacios de una mejor manera.
- Diseñar o implementar un departamento de recepción de los pedidos, y minimizar la fuga de información

3.7. Desarrollo de la propuesta

La propuesta tiene como objetivo fortalecer el control de calidad en los procesos de limpieza cocina y atención al cliente en los procesos del restaurante el marinero, mediante una panificación que obtenga los resultados para corregir las deficiencias e identificar los errores diarios.

La propuesta del restaurante es busca capacitar el personal de cocina, atención al cliente, limpieza, para que los empleados tengan una alta capacidad de respuesta para la comodidad y satisfacción del cliente y poder que el restaurante crezca y los diferencie de los demás restaurantes de la zona.

La calidad de los productos y la atención al cliente son fundamentos importantes para el éxito del restaurante. Se han identificados algunas debilidades de que afectan a la satisfacción del cliente, como la demorada de los productos, la limpieza de baños, la variación de platos típicos, la presentación del personal de atención al cliente

3.8. Plan de mejor

El restaurante el Marinero es un emprendimiento familiar que ha pasado por varias descendencias, al realizarse un estudio en el control de calidad se encontraron diversos factores que pueden disminuir la eficiencia y calidad tanto de los productos y de servicio. A demás encontramos varios puntos clave que el restaurante no posee para realizar sus actividades de forma eficiente, analizando las respuestas mediante una encuesta realizada a 100 clientes del restaurante se tomó la decisión por realizar un plan de mejora

3.9. Plan de capacitación del personal de limpieza, cocina y atención al cliente

Duración del programa

- Tendremos una duración de 3 meses, con sesiones de 2 horas, dos horas a la semana (martes y jueves) desde las 17:00 a 7:00, desde el mes de agosto del 2025

- Dirigido

- A los 7 empleados del restaurante el Marinero

- Infraestructura

- Establecimiento del restaurante el Mainero

Temas a tratar en el programa

- Introducción al control de calidad
- Normas básicas de higiene laboral y personal
- Técnicas de tratado y atención al cliente
- Resolución de conflictos internos
- Control de inventarios y fechas de caducidad

Personal requerido

- Especialista o mentor (asesoramiento)

Recursos necesarios

- Folletos y manual informático
- Esferos para los participantes
- Computadoras, proyector e impresoras

- Aliados estratégicos

- Universidad laica “Eloy Alfaro” de Manabí

3.10. Modificar la infraestructura mediante cambios de mesas, sillas, distribuyendo y ocupando los espacios de una mejor manera

<p>Redistribuir las mesas y sillas de manera estratégica</p>	<p>Aprovechar los espacios disponibles</p>	<p>Implementación de zonas accesibles</p>
<p>Reorganizar la movilidad para optimizar el paso fluido de los clientes y personal, así evitando zonas de congestión y garantizar una circulación fluida</p> 	<p>Identificar zonas dentro del local y convertirlas en espacios de funcionales, áreas de espera, zonas para la recepción y entrega de pedido</p> 	<p>Asegurar que las zonas distribuidas permitan el acceso adecuado para el las personas con discapacidad y así cumpliendo con las normas de inclusión</p> 

3.11. Diseñar o implementar un departamento de recepción de pedidos, y minimizar lo fuga de información.

Estructura del departamento

- Espacio adecuado y reserva dentro del restaurante ya sea mediante página web o físico
- Personal capacitado en atención al cliente y manejo de plataformas

Herramientas tecnológicas

- Tablet, computadoras
- Líneas de teléfonos que este dirigida a la recepción de pedidos
- Software que brinden las protecciones y confidencialidad de los clientes

Medidas para la minimización de fugas de información

- Capacitación del personal para el manejo de la plataforma
- Cada empleado tiene que tener su propio usuario y contraseña
- Saber los protocolos de seguridad de información

Beneficio esperado

- El aumento de la fidelización y satisfacción de los clientes
- Ser más efectivos y preciso en la entrega y recepción de los pedidos
- Minimizar los errores y perdidas en ventas

Conclusión

La implementación del control de calidad es fundamental para la satisfacción de los clientes y si nosotros damos un producto de calidad alta siempre tendremos fidelidad por partes de los clientes

El tener un servicio con alta capacidad de respuesta hace que los clientes vuelvan y que vivan la experiencia dentro y fuera de las instalaciones, pero sobre todo tengan ganas de volver a ser uso de las instalaciones.

El tener una eficiencia en el control de calidad nos permite minimizar errores o deficiencia, así buscar la satisfacción de los clientes y sobre todo comentarios positivos. el tener claro la preparación de los productos, la calidad de los productos, la limpieza del establecimiento y sobre todo la amabilidad de los empleados, esto no solo mejora los ingresos del restaurante, sino fortalece la fidelización de los clientes.

Recomendación

Promover la capacitación del personal cada mes para el manejo para el manejo y la manipulación de los alimentos, del servicio al cliente. Así tener una alta capacidad de respuesta a los problemas o quejas que presente los consumidores para poder cumplir con la satisfacción de los clientes.

Promover estándares calidad para la definición de proceso en la preparación de los alimentos, para los de atención al cliente y también para el personal de limpieza para brindar una experiencia única a los consumidores.

Implementar un sistema en donde los clientes puedan evaluar al personal de limpieza, atención al cliente y sobre todo al personal del are de producción para así poder evaluar a los empleados mediante la evaluación de los clientes

Bibliografias

Referencias

- AGUDELO, D. V. (2011). *INDICADORES CLAVES DE RENDIMIENTO (KPI) CUMMINS DE LOS ANDES S.A . CORPORACION UNIVERSITARIA LASALLISTA .*
- Aguilar, M. A. (2025). *GESTIÓN DE CALIDAD EN LA LÍNEA DE SERVICIO AL CLIENTE EN UNA EMPRESA DEDICADA AL ALMACENAJE DE MERCADERÍA, A TRAVÉS DEL REDISEÑO DE LOS PROCESOS .* Guatemala : Universidad de San Carlos de Guatemal.
- Alejandra rojas, C. R. (2024). *ESTRATEGIAS DE FIDELIZACIÓN DE CLIENTES DE AGENCIAS DE SEGUROS EN EL EJE CAFETERO . UNIVERSIDAD EAFIT .*
- Alomoto, L. (2025). *Evaluacion y mejora del proceso de la auditoria de la calidad.* proyecto de investigacion .
- Amador, o. p. (2015). *control de la calidad en productos semielaborados .* IC Editorial .
- Andrade, Z., Alejo, M., & Almendari, Z. (2018). *Metodo Deductivo y Su Refutacion Deductiva . Revista Conrado , 14-63.*
- angel, M. (2019). *atencion al cliente y calidad en el servicio .* innovacion y cualificacion s.l .
- Arenal Laza, C. (2017). *. Gestión de la atención al cliente / consumidor.* Editorial Tutor Formación.
- Barreda Vargas, E. A. (2024). *ATENCIÓN AL CLIENTE Y RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS EN EL ÁREA DE ALIMENTOS Y BEBIDAS DEL HOTEL COSTA BLANCA, PIURA, 2023.* piura: Universidad San Ignacio de Loyola.
- Bermúdez, M. ((2016)). *Servicio al cliente interno: todos somos clientes y todos tenemos clientes.*
- Besterfield, D. (2019). *Control de calidad.* Pearson .
- Brown, A. (2020). *Gestion de atencion al cliente .* Diaz de santos s.a.
- Cantarero, D., & Castro, C. (2023). *Formación de personal de servicio al cliente en sector empresarial caso Joe´s.* Doctoral dissertation.

- Christian Arias, E. M. (2019). El servicio post venta y la atención al cliente: estrategias de fidelización. *E-IDEA*.
- Correa, G. A. (2025). *Aanlisi de la eficiencia al control implementado un sistema de control y automatizacion en las maquinas encuadernadora de marca Kolbus*. universidad Salesiana.
- Demera, T. (2025). *Formacion pedagogica del profesorado y calidad de educacion en el instituto superior* . Universidad Andina simon Bolivar .
- Enrique, G., & Cardona, D. (2018). *Medición para cadenas de suministro bajo indicadores claves de desempeño (KPI) y tecnologías de información*.
- Espinosa, G., & Fernández, S. (2017). *La entrevista en las organizaciones*. Editorial El Manual Moderno.
- Espinoza, E. (2023). La Enseñanza De Las Ciencias Sociales Mediante El Metodo Deductivo . *Revista Mexicana De Investigacion E Intervencion Educativa* , 34-41.
- Font Fàbregas, J. (2016). *as encuestas de opinión*. Editorial CSIC Consejo Superior de Investigaciones Científicas.
- Font, F., & Joan. (2016). *Las Encusta de Opinion* . Editorial CSIC Consejo Superior de Investigacion Cientifica .
- Franco, D. (2007). *Fundamentos del servicio al cliente de la aviación comercial: valor diferencial del éxito empresarial*. Editorial Politécnico Grancolombiano.
- Garcia, F. (2018). *Caracterización de la atención al cliente y la capacitación en las MYPE* . Piura .
- Garcia, S., & Hijano, M. (2021). *Comunicacion y atencion al cliente*. Macmillan Iberia, S.A.
- García-Saúco Hijano, M. (2024). *Comunicación empresarial y atención al cliente*. Macmillan Iberia, S.A.
- Gianina, S. (2018). *Características de la calidad en el servicio y la atención al cliente del restaurant pollería Gonzalitos del distrito de Bellavista,*. Sullana.

- Godoy, j. N. (2011). El capital humano en la atención al cliente y la calidad de servicio. *El capital humano en la atención al cliente y la calidad de servicio*.
- Guzman, D. J. (2025). *ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA GASOLINERA CLYAN, EN LA PARROQUIA ISLA DE BEJUCAL-CANTÓN BABA DURANTE EL PERIODO 2023*.
cuenca : Multidisciplinaria de investigacion cientifica .
- Hugo, V., & Pool, J. (2024). *Analisis de la capacitacion de personal en los restaurante del norte de Guayaquil* . Guayaquil : Universidad Politecnica Salesiana Sede Guayaquil .
- LALALEO, S. V. (2024). *CONTROL DE CALIDAD DE YOGURES ARTESANALES QUE SE EXPENDEN EN EL MERCADO MAYORISTA DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA*.
ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO.
- Maestra, M. (2018). . *Servicio básico de alimentos y bebidas y tareas de postservicio en el restaurante*.
- Martínez, A. (2010). *Gestion de Calidad* . Universidad Abierta para Adultos(UAPA).
- Miranda, N. (2016). La poblacion de estudio . *Revista alergía mexico* , 1-3.
- Orlandoni Merli, G. (2012). Gestión de la Calidad: Control Estadístico y Seis Sigma. *Telos*.
- Ospina, M. (2019). *El servicio al cliente como estrategia competitiva*. *Revista Colombiana de Ciencias Administrativas*.
- Palomeque, M. (2022). *Planificación y control de la gestión administrativa de la producción en el sector*. Ciencias Técnicas y Aplicadas.
- Perez, M. (2012). *Calidad de servicio y atencion al cliente* . Editorial ICB.
- Rodriguez, J. J. (2015). *Muestreo y Preparacion de la Muestra* . Cano Pina.
- Sala, S. I. (2020). *Atención al cliente, consumidor y usuario*. Paraninfo .
- Sánchez, F., Elda, L., Grados, E., & Angel, J. (2017). *La Entrevista De las Organizaciones* . El Manual Moderno .
- Sanchez, S. (2023). *Control de calidad y Certificaciones industriales*. Editorial Universidad de Almería.

Usucachi, J., & Guzman, S. (2025). *Estudio del ROI de un programa de formación en el personal de atención al cliente de la empresa Cinestar y Movie Time de las sedes de lima*. lima: Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC).

Valarde, C., & Castro, I. (2024). La Auditoría Integral: un enfoque en sus procesos para la mejora de la gestión empresarial. *Revista Unison*.

vera, E. (2023). *gestion de atencion al cliente* . iquitos .

Vertice, E. (2010). *Gestion de calidad 9001*. Vertice.

Zaila, R. (2019). *Caracterización de la atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio*. Chimbote .