

Gestión de la Calidad y la Satisfacción del cliente en el Recreo los Andenes, Luricocha, Huanta, 2022

Satisfaction at Recreo los Andenes, Luricocha, Huanta, 2022

Heidy Jasumi Ochante-Taboada

Universidad Nacional Autónoma de Huanta, Ayacucho, Perú

E-mail: jasumiochante@gmail.com ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7999-5239>

Jheimer Thenardier Vargas-Aguilar

Universidad Nacional Autónoma de Huanta, Ayacucho, Perú

E-mail: thenardier444@gmail.com ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8183-9443>

Fabián Fabricio Lema-Rivera

Universidad Nacional Autónoma de Huanta, Ayacucho, Perú

E-mail: fabile2002@yahoo.com ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0168-8703>

Graciela Chela Quispe-Gonzales

Universidad Continental, Huancayo, Perú

E-mail: chela.quispe@hotmail.com ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9394-331X>

Recepción: 20/06/2023 Aceptación: 15/07/2023 Publicación: 01/09/2023

Resumen

El propósito de esta investigación es precisar la reciprocidad entre la gestión de la calidad y la satisfacción del cliente en el recreo campestre “Los Andenes”, Luricocha, Huanta, 2022, el restaurante cuenta con las características cualitativas y cuantitativa, el cual ofrece al público, La calidad del servicio entregado está inmerso en las dimensiones del servicio. Por otro lado, la satisfacción es un factor relevante que está amenazado por las retribuciones, y también por circunstancias personales y disposición fuera del espectro del proveedor de servicio. Porque a través de este ingreso económico en el mercado se crea productividad y estabilidad en la empresa. La gestión de calidad y liderazgo (Flores et al., 2021). Es un requisito previo necesario para que una organización tenga éxito en la competencia y, como resultado de la expansión del mercado, la empresa ahora compite con el mercado global, lo que amplía el alcance de la empresa y, por lo tanto, aumenta la demanda de cada oferta, productos y servicios y mejor calidad (Rey et al., 2022)

Palabras Clave

Gestión de calidad, satisfacción del cliente, servicio



Scientific Research Journal

Centro de Investigación y Desarrollo Intelectual CIDI

E-ISSN: 2789-2727 / Vol. 3, Núm. 6, 1-24, Setiembre 2023 / www.srjournalcidi.org

<https://doi.org/10.53942/srjcdi.v3i5.115>

Abstract

The purpose of this study is to determine the relationship between quality management and customer satisfaction. in the country recreation "Los ANDENES" Luricocha Huanta 2022, the restaurant has the qualitative and quantitative characteristics, which offers the public, The quality of the service provided focuses on the dimensions of the service. On the other hand, satisfaction is a broader concept that is influenced not only by rewards, but also by personal and situational factors outside the control of the service provider. Because through this economic gain in the market, productivity and stability are created in the company. Quality management and leadership (Flores et al., 2021). It is a necessary requirement for an organization to succeed in competition and, because of market expansion, the company now competes with the global market, which expands the scope of the company and, therefore, increases the demand for each offer. products and services. better quality (Rey et al., 2022)

Keywords

Quality management, customer satisfaction, service

Resumo

O objetivo deste estudo é determinar a relação entre a gestão da qualidade e a satisfação do cliente. no país de recreação "Los ANDENES" Luricocha Huanta 2022, o restaurante tem as características qualitativas e quantitativas, que oferece ao público, A qualidade do serviço prestado realmente enfoca as dimensões do serviço. Por outro lado, a satisfação é um conceito mais amplo que é influenciado não apenas por recompensas, mas também por fatores pessoais e situacionais fora do controle do prestador de serviços. Porque através deste ganho econômico no mercado, a produtividade e a estabilidade são criadas na empresa. Gestão de qualidade e liderança (Flores et al., 2021). É um requisito necessário para que uma organização tenha sucesso na concorrência e, como resultado da expansão do mercado, a empresa agora compete com o mercado global, o que expande o alcance da empresa e, portanto, aumenta a demanda por cada oferta. produtos e serviços. melhor qualidade (Rey et al., 2022).

Palavras-chave

Gestão da qualidade, satisfação do cliente, serviço



1. Introducción

Debe haber una mirada holística por parte de los especialistas en turismo, quienes dan los enfoques de la gestión del mundo del turismo, en otras palabras muestran que mediante los estudios de investigación Científica desarrollan la Ciencia de la Turistología ellos son los Turistólogos quienes estudian la relación directa o indirecta del entorno presente, pasado y futuro, cambios de adaptación de los servicios ofrecidos a los turistas, gestionar la satisfacción del cliente a través de la investigación científica, según (Manrique-Nugent et al. , 2022).

La finalidad del estudio es conocer la relación de la gestión de calidad con la satisfacción del cliente en el recreo campestre “Los Andenes” del distrito de Luricocha, una buena gestión de calidad es de suma importancia porque es la forma en que se gestionan y controlan los eventos y todas sus actividades. lo que les permite mejorar la calidad, lo que a su vez les permite alcanzar las metas del plan anterior de la mejor manera posible, agradando los gustos y necesidades de sus comensales mediante de los productos y servicios ofertados, el poder satisfacer a los comensales es uno de los objetivos que el recreo Los Andenes debe dar prioridad; empero, satisfacer a los comensales es una tarea compleja y la mejor forma de conseguirlo es prestando atención a sus menesteres ,materializándolas para mejora del servicio (Baca, 2021). A nivel nacional, los recreos peruanos procuran brindar servicios de calidad para lograr la satisfacción del comensal, sabiendo que no será fácil y que se necesita un cambio de cultura del recreo que implica a los colaboradores del recreo, para complacer los gustos y necesidades de los comensales (Del Águila, 2019) y si se habla de gestionar calidad se puede decir que el motivo de la gestión de calidad debe convertirse en un objetivo de los propietarios de los restaurantes. Quienes conocen de la administración de negocios, especialmente del rubro de alimentos y bebidas, saben que para ser competitivos es implícito gestionar adecuadamente. Un restaurante es un negocio complejo y hay que considerar muchos factores de los cuales dependen su éxito. (Iacocina, 2020) y si se habla de la satisfacción de los comensales hoy en día es un factor primordial para las empresas, No importa en qué industria se encuentre, ya



no es suficiente ser el primero en comercializar o contratar al artista más popular. Los tiempos han cambiado y también la mentalidad del consumidor, lo que ha provocado cambios en los hábitos de compra. (QuestionPro, 2019).

Según (Ávila et al., 2022) En estas nuevas condiciones, las organizaciones deben pensar en la capacidad del talento para afrontar los nuevos retos que impone la sociedad. El propósito del trabajo es describir los talentos relacionados con la cuarta revolución industrial. Las empresas tratan de agradar las necesidades de los usuarios. En este sentido, hablar de calidad del servicio o producto ofertado, resulta una apariencia significativa para agradar las necesidades más complicadas de los clientes que exigen mayor valoración de los productos y servicios. Por ello, la calidad es considerada factor decisivo para la competitividad y la permanencia de las organizaciones, las empresas intentan gestionarlas utilizando instrumentos y métodos con mayor relevancia, eficiencia e innovación. (Rey et al., 2022), Las empresas que pertenecen al sector servicios del rubro restaurantes, es decir, los negocios encargados de A&B en época de pandemia se han visto obligados a valorar nuevamente sus canales comerciales, en muchos casos ha sido necesaria la reinención ante tanta incertidumbre ocasionada desde los inicios del Covid-19, conllevado en la necesidad de mayor compromiso para con los clientes, la pandemia obligó a las empresas de todos los sectores en crear nuevos métodos de interacción con los clientes, produciendo una dinámica de estrategias constante; por ello no fue extraño apreciar empresas preocupadas en satisfacer los gustos y preferencias de sus comensales (Lema, 2022).

La finalidad del tratado es establecer la correspondencia entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en el recreo Los Andenes, distrito de Luricocha, la calidad del servicio es esencial para tener comensales satisfechos, la creciente demanda del mercado, ha mejorado significativamente la competitividad entre los diferentes sectores de la economía, se ha elaborado instrumentos para conocer y medir la satisfacción de los clientes en el recreo Los Andenes, distrito de Luricocha. En un mercado tan competitivo como son los restaurantes deben entregar un producto al comensal para satisfacerlo. (Abad Acosta, María Gabriela., 2014)



2. Marco Teórico

2.1. Variabilidades de la gestión de la calidad

La gestión de la calidad es esencial para el desarrollo económico de los negocios de alimentos y bebidas así como para la competitividad de las organizaciones indistintamente del rubro en el cual se desarrollen, esta variable es importante sobre todo en el crecimiento de la gestión de la calidad total, a través de la variable los recreos llevaran a cabo procesos sumamente planificados en condiciones normales de funcionamiento o situaciones óptimas, permitirá actuar ante una desviación de los requisitos mínimos establecidos. (Mendoza, 2018).

2.1.1 Internacional: Escobar, Goyes (2021) tratados de modelos de gestión de calidad en restaurantes del Cantón Playas, Provincia del Guayas, El presente estudio, tiene como finalidad identificar modelos de gestión de calidad y servicio implementados en restaurantes que no cuentan con modelos adecuados, tiene como motivo principal identificar modelos exitosos de gestión de calidad en restaurantes del estado Playas Guayas, como método se utilizaron criterios cualitativos, empleando investigación descriptiva, utilizando razonamiento, histórica, análisis y síntesis, y usando inductivamente, Uso de la observación directa como método de recopilación de datos y un formato de encuesta a comensales del restaurante. Una muestra de 382 encuestados. Después de realizar este estudio, el autor concluye que el restaurante X mantiene un excelente sistema de gestión de calidad y servicio, la encuesta mostro que el 52,88% están muy de acuerdo y el 35,08% parcialmente de acuerdo en recomendar este restaurante, entretanto que en el restaurante X1 sin sistema de gestión, el 80,10% de los encuestados indicaron que no aconsejarían este restaurante. Proponen implementar el sistema de gestión utilizado por el restaurante " A" para aumentar la calidad de los servicios y productos que brinda el restaurante "B", y efectuar análisis comparativos para determinar posibles variaciones.

Marín (2019) En cuanto a la propuesta de implantar un procedimiento de gestión de la calidad del restaurante La Cafetería En Conecta (Puerta Gourmet), el sistema de gestión



actualmente brinda grandes ventajas concurrentes en la organización, en relación con el giro del negocio es fundamental acoger las directrices de la norma ISO 9001:2015. El propósito de la actual tarea es generar propuestas para la implementación del SGC, fijando los procedimientos e instrumentos necesarios al restaurante La Cafetería En Conecta, el cual es una sucursal de Gate Gourmet, y por lo tanto cuenta con estándares de gestión de calidad que permiten la colaboración de los actores involucrados. Mejorar la marcha de la organización y la satisfacción del cliente. En base a los aprendizajes adquiridos en cada módulo del programa académico se identificaron los aspectos negativos del proceso y se estableció un enfoque de mejora continua en los espacios administrativos y comerciales del restaurante La Cafetería En Conecta. En la actualidad, el establecimiento, que comparte la misma dirección principal que Gategourmet, se centra únicamente en el catering a bordo y no en el servicio en tierra.

2.1.2 Nacional: Chumacero (2019) Gestión de calidad y atención al cliente en restaurantes del distrito de Pacaipampa 2019, este estudio “Gestión de calidad y atención al usuario en restaurantes del distrito de Pacaipampa 2019” sigue a la Facultad de Administración de la Universidad de Uladech, variables para el control de calidad y servicio al cliente. , en Pacaipampa los restaurantes de la ciudad atienden a locales, extranjeros y muchas veces turistas, por lo que también se sustentan en el progreso económico y desarrollo tecnológico de la ciudad. La formulación del problema es la siguiente: ¿Qué caracteriza la gestión de calidad y atención al cliente de los restaurantes del distrito de Pacaipampa en el año 2019? El objetivo general se describe a continuación: Explicar las peculiaridades de la gestión de calidad y servicio al cliente de los restaurantes del distrito de Pacaipampa en el año 2019. El estudio es descriptivo, cuantitativo, no experimental e informativo. El método usado es el cuestionario, la herramienta utilizada es la encuesta, Excel e instrumentos en SPSS versión 21. Los productos que son 100 % seguros son buenos para los negocios porque crean confianza y satisfacción en el cliente, y los clientes recuerdan fácilmente a la empresa. Una fase de evaluación de consideración del 100 % en la que los colaboradores son valorados en función de las quejas de los empleados. El 70% dice que los empleados tienen



autocontrol y muestran educación y respeto. El 68 por ciento dijo que la dotación de personal es importante porque el personal trabaja bien y atiende a los clientes rápidamente.

Guerrero (2021) Gestión de calidad y atención al cliente en las MYPES sector restaurantes en el distrito de Yamango-Piura, año 2021.

El presente estudio fijó como finalidad decretar la gestión de calidad y atención al cliente de las Mypes rubro restaurantes en el distrito de Yamango Piura, año 2021. Se empleó la técnica de trabajo, nivel descriptivo, tipo cuantitativo, diseño no experimental y transversal. El conjunto de variables para gestión de calidad estuvo conformado por 12 asociados de Mypes, la muestra estuvo conformada por 12 colaboradores, y en el caso de atención al cliente, el conjunto estuvo representado por un tamaño de muestra de 68 comensales. El recurso usado fue la encuesta y como herramienta el cuestionario. Los resultados referentes a gestión de calidad fueron el 100% de los colaboradores encuestados, mencionaron una relación respecto a las quejas del cliente, el 75% comentaron que la mejora permanente en el servicio si responden a los anhelos de los comensales, para atención al cliente el 97% manifestaron que los colaboradores utilizan un lenguaje claro y sencillo al momento de solicitar el producto y servicio. Se concluyó que las Mypes materia de estudio reconocen los principios de la gestión de calidad, y están dados por el enfoque al cliente, toma de decisiones, mejora continua, el compromiso de las personas, las ventajas de la gestión de la calidad se centran principalmente en mejorar la satisfacción del consumidor; se definen estrategias de servicio al cliente para garantizar la satisfacción y de esta forma se brinda el componente de atención al cliente con comprensión y buena comunicación con los clientes.

2.2. Variabilidades de la satisfacción al cliente

La satisfacción del cliente debe tener una cuota de subjetividad, pero hay que tener en consideración que es la subjetividad del cliente, no de la empresa, porque de nada sirve tener un servicio o producto técnicamente perfecto si no se ajusta a las necesidades y deseos del cliente, en conclusión, si a nadie le importa conocer y comprender a los clientes



significa trabajar en vano, lo importante es saber qué es lo que los clientes desean específicamente de un producto o servicio. (Mendoza, 2018)

2.2.1 Internacional: López (2018) Calidad de servicio y satisfacción del cliente en Restaurante Rachy's en Guayaquil. Actualmente, el número de restaurantes va en aumento, lo que genera una creciente demanda en el mercado, por lo que las empresas están trabajando en evaluar la calidad de los servicios para satisfacer a los clientes. El presente estudio tiene como objetivo principal relacionar la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en el Restaurante Rachy de Guayaquil. El método utilizado se basa en métodos mixtos., en lo cuantitativo se empleó el modelo Servqual y la recopilación de la información se obtuvo a través de encuestas direccionadas a los comensales, el Rachy's Restaurant encontró los siguientes resultados: La satisfacción con la respuesta rápida y la empatía fue baja. Se puede demostrar que existe una correlación positiva entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente. Investigación cualitativa mediante entrevistas en profundidad para conocer mejor las variables de investigación y evidenciar la falta de formación y motivación de los empleados en la empresa. Una vez que se descubren los resultados clave, se recomiendan programas de capacitación y calidad al personal de servicio, creando una ventaja competitiva para la organización.

Monroy (2019) Calidad en el servicio y su incidencia en la satisfacción del comensal en restaurantes de La Paz, México. El propósito es establecer la percepción promedio de la calidad en el servicio (CS) y su incidencia en las medidas de la satisfacción del cliente (SC) en 54 restaurantes asociados a la Cámara Nacional de Restaurantes y Alimentos Condimentados, A.C. de La Paz, Baja California Sur. La herramienta usada fue las encuestas aplicadas a clientes, dando relevancia a las siguientes dimensiones (instalaciones, accesibilidad, capital humano, atmósfera y la comida) estudios adicionales de varianza donde las causas fueron las distintas especialidades de los restaurantes. Los resultados muestran que los dimensiones de la CS y SC no mostraron variaciones relevantes, a excepción en el componente atmósfera y comida. Este resultado arrojó que es necesario enfocarse en analizar las estrategias del servicio por parte de los dueños. Lo autentico es la



medición entre la SC y la CS la cual presentó una $r=0.9$ global. Una restricción fue que se divide a la población por sexo.

2.2.2 Nacional: Velaverde (2020) Calidad de servicio y su relación con la satisfacción de los clientes del restaurante escuela Trujillo Señorial, Trujillo 2019 El estudio se enfoca en el análisis de la relación existente entre las variables calidad de servicio y satisfacción de los clientes del restaurante escuela Trujillo Señorial - Trujillo 2019, la información fue tomada de una muestra de 170 comensales que acuden al restaurante de manera periódica, a partir de un modelo cuantitativo con un diseño no experimental del tipo descriptivo correlacional. Cada variable se analizó en forma independiente utilizando el modelo servqual para la variable independiente y el modelo de Kano para la variable dependiente. Los resultados obtenidos se interpretaron mediante un cuestionario de 35 preguntas procesado en el programa estadístico SPSS 25. Los resultados se procesan en tres niveles. Primero se observa la percepción del cliente sobre la calidad de servicio y sus dimensiones. Segundo para probar que los comensales están satisfechos con los atributos del servicio, y finalmente para probar los supuestos generales, tratar de definir el grado de afinidad entre las variables, Rho de Spearman es 0.554 , el nivel de significación es 0.000, Se concluyó que existe una correlación moderadamente positiva, existe una relación directa y significativa entre las variables analizadas; y al ser una relación lineal positiva, se considera que a mayor calidad del servicio, mayor satisfacción del cliente y viceversa; por lo tanto, se toma la decisión de rechazar la hipótesis nula. Finalmente, se presentan las conclusiones de los objetivos de investigación propuestos de la misma forma que se presentaron las recomendaciones correspondientes

Rosas (2021) Gestión de calidad del servicio y la satisfacción del cliente en los restaurantes de Sullana, La calidad del servicio y la satisfacción del cliente son variables que las MYPES deben tener en cuenta para alcanzar un alto nivel de competitividad. El actual trabajo plantea como finalidad definir la correlación entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en los restaurantes de Sullana -Perú en el año 2019. El diseño y el enfoque de la investigación responde al tipo de investigación cuantitativa–no experimental y descriptiva–



relacionado. La encuesta se hizo a 384 clientes de la totalidad de clientes que acudieron a los restaurantes de la zona de Sullana y los resultados mostrados en cuanto a la calidad del servicio, el 68.3 % se consideró totalmente satisfecho. Cuando se trata de la satisfacción del cliente, el 69 % está completamente satisfecho; el 45.8 % cree que las instalaciones son modernas, los materiales son bonitos y el personal limpio; el 41.1 % se encuentra muy satisfecho con la capacidad de respuesta; por otro lado, el 57.8 % de los clientes se mostraron satisfechos con la seguridad brindada en las instalaciones. Se concluyó en una correlación significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en los restaurantes de Sullana.

3. Materiales y métodos

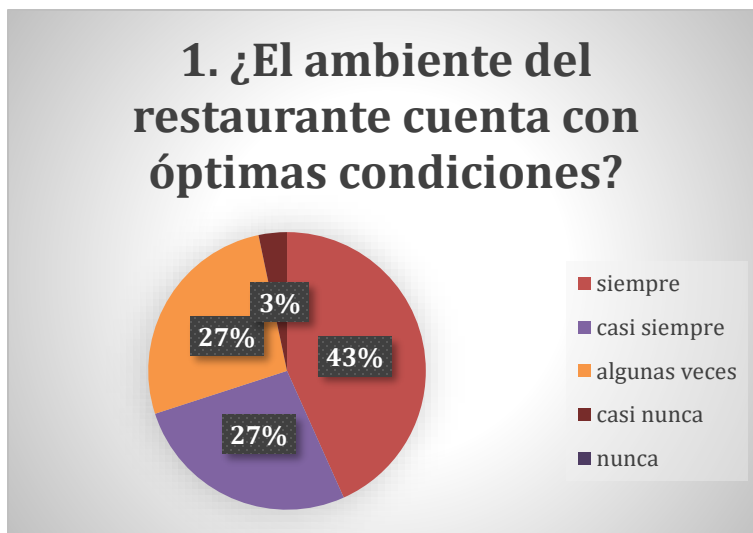
Al empezar a realizar un trabajo de investigación, con respecto a técnica o instrumento que debemos utilizar; nos preguntamos y dudamos si es que el instrumento elegido mide lo que hemos planteado conocer en el objetivo de la investigación (Arias Gonzáles, 2020), en nuestra investigación se llegó a realizar un cuestionario que viene hacer el método de esta investigación, también se llevó a cabo una encuesta hacia los comensales en el recreo los andenes los cuales respondieron con amabilidad, las preguntas se dividieron en las 2 variables los cuales fueron gestión de calidad y satisfacción del cliente.

Con los cuales pudimos sacar los resultados donde se veía lo que los comensales daban sus opiniones hacia el recreo los Andenes

4. Resultados

4.1. Gestión de calidad



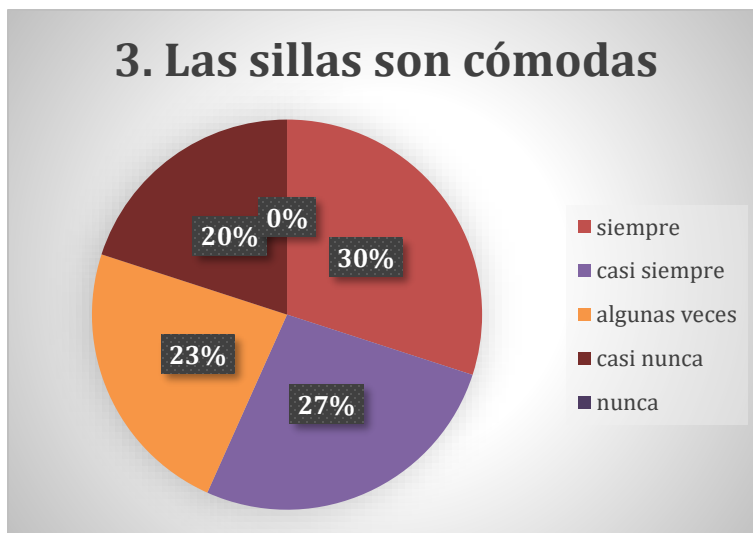


En el primer grafico podemos ver que un 43% de personas dijeron que el ambiente cuenta con las óptimas condiciones, un 23% de personas que casi siempre se encuentra en óptimas condiciones, otro 27% de personas dijeron que algunas veces no está en óptimas condiciones y un 3% personas dijeron que no está en óptimas condiciones.



En el 2do grafico se observar que un 17% suelen ir con regularidad al recreo, pero un 20% no suelen ir tan seguido, en cambio un 30% suele ir en ciertas ocasiones, un 26% no suelen ir al recreo y un 7% no tienen intención de volver al recreo.



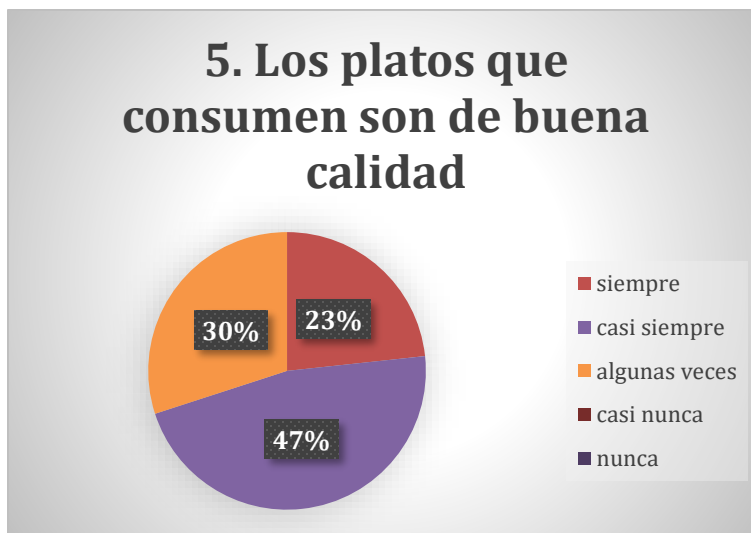


En el 3er grafico obtuvimos las siguientes respuestas, un 30% de personas dicen que las sillas son muy cómodas, pero un 27% dicen que las sillas solo son cómodas, un 23% de personas dicen que las sillas son un poco cómodas y 20% dicen que no son tan cómodas.



En el 4to grafico obtuvimos los siguientes resultados a un 13% de personas les agrado, al 10% de personas les gusto un poco, el 43% de personas dijeron que está un poco bien, el 27% de personas no les gusto y el 7% no les gusto para nada.





En el 5to grafico podemos observar que el 23% de personas ven que los platos siempre son de calidad, el 47% de personas ven que el plato casi siempre viene con buena calidad y el 30% de personas mencionaron que algunas veces los platos tienen buena calidad.

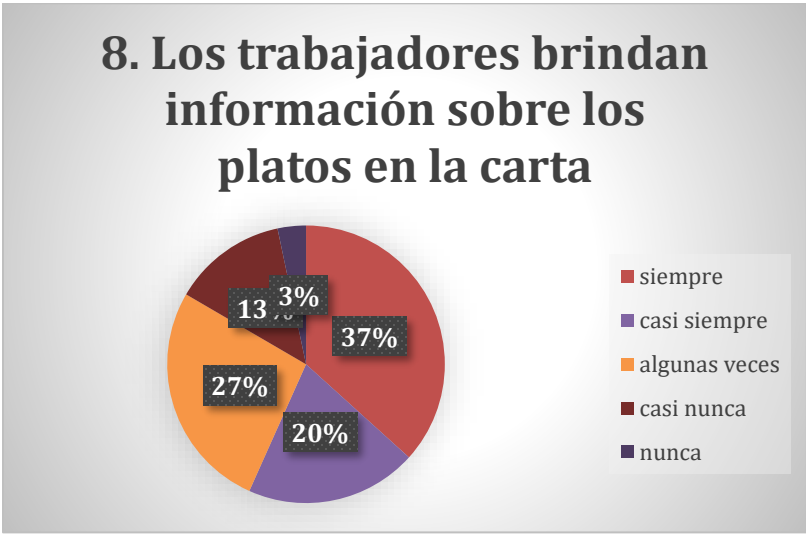


En el 6to grafico podemos observar que un 47% de personas dijeron que el recreo siempre cuenta con cartas, un 23% de personas dijeron que casi siempre le ofrecen las cartas en el recreo, el 20% de personas dijeron que algunas veces los recreos les dan las cartas y un 10% de personas dijeron que el recreo casi nunca brinda las cartas.





En el 7mo grafico podemos observar los siguientes resultados, el 34% de personas si tuvieron una buena comunicación con los colaboradores, el 31% de personas mencionaron que los colaboradores casi siempre se comunican con los clientes, el 34% de personas mencionaron que algunas veces se comunican con los colaboradores y el 1% casi no tuvo comunicación con los colaboradores.



En el 8vo grafico obtuvimos los siguientes resultados, en 37% de personas mencionaron que los colaboradores si les asesoraron, el 20% de personas mencionaron que casi siempre los asesoran, el 27% de personas mencionan que en solo en raras veces los asesoran, el 13%



de personas mencionaron que casi nunca los asesoraron y el 3% de personas mencionaron que nunca los asesoraron.



En el 9no grafico obtuvimos los siguientes resultados, el 17% de personas mencionaron que algunas veces los reciben, el 40% de personas mencionaron que en ciertas ocasiones los reciben, el 33% de personas mencionaron que casi nunca los recibieron y el 10% de personas mencionaron que nunca los recibieron.

4.2. Satisfacción del cliente



En el grafico mostrado se obtuvo los siguientes resultados, el 40% de personas mencionan que el restaurante ofrece diversos platos para su deleite, el otro 40% de personas opinan lo mismo, en cambio el 20% de personas mencionaron que algunos platos no les atrae.



En 2do grafico mostrado obtuvimos los siguientes resultados, el 27% de personas están conformes con el precio de los platos que oferta el restaurante, el 45% de personas se sienten poco conforme y el 28% de personas en algunas ocasiones se sienten conformes.



En el 3er grafico mostrado obtuvimos los siguientes resultados, el 34% de personas respondieron que satisfacen sus paladares, otro 33% mencionaron que casi siempre les satisface y un 33% respondieron que solo en algunas ocasiones se les satisface.



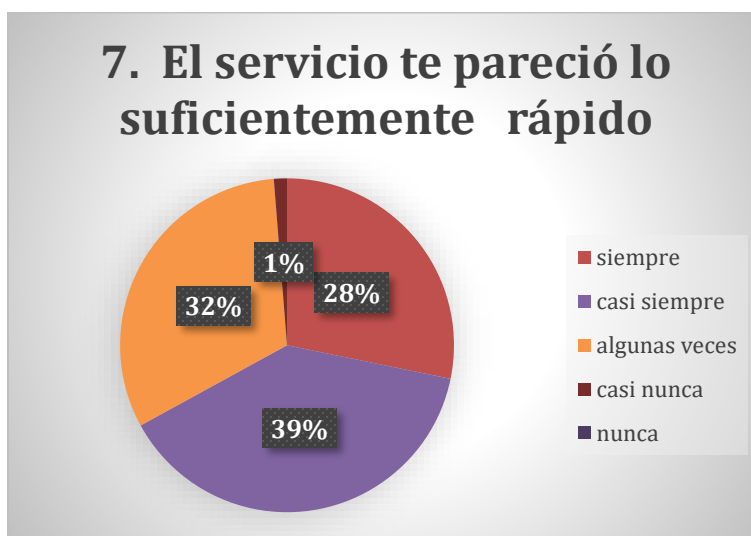
En el 4to grafico mostrado obtuvimos los siguientes resultados, el 36% de personas mencionaron que siempre la presentación local satisface sus necesidades, el 37% de personas mencionaron un casi siempre, y el 27% de personas mencionaron que solo algunas veces los satisfacen.



En el 5to grafico mostrado se obtuvo los resultados siguientes, el 37% de las personas mencionaron que el recreo siempre cumple los estándares de higiene, el 23% de personas mencionaron que casi siempre cumple los estándares y el 40% de personas mencionaron que solo en algunas veces cumple los estándares.



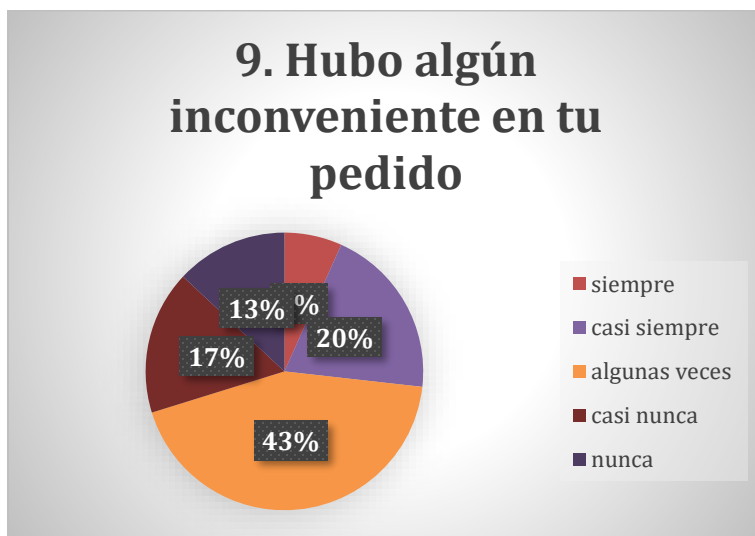
En el 6to grafico mostrado obtuvimos los siguientes resultados, el 20% de personas mencionaron que siempre el servicio es atento, el 53% de personas mencionaron que casi siempre suelen ser atentos, el 26% de personas dijeron que solo en algunas veces suelen ser atentos y el 1% de personas mencionaron casi nunca son atentos.



En el 7mo grafico mostrado obtuvimos los siguientes resultados, el 28% de personas mencionaron que el servicio siempre es suficientemente rápido, el 39% de personas dijeron que es casi siempre, el 32% de personas mencionaron que solo en algunas veces es rápido y el 1% mencionan que casi nunca suelen ser suficientemente rápido.



En el 8to grafico se mostrado obtuvimos los siguientes resultados, el 1% de personas alguna vez recordó el nombre del colaborador que lo atendió, en 7% de personas casi nunca suelen recordar el nombre de colaborador y el 90% de personas no recuerdan los nombres de los colaboradores que los atendieron.



En el 9no grafico mostrado obtuvimos los siguientes resultados, el 7% de personas mencionaron que siempre hay un inconveniente, el 20% de personas dijeron que casi siempre, el 43% de personas marcaron con un casi siempre, el 17% de personas dijeron casi nunca tuvieron inconveniente con sus pedidos y 13% de personas mencionaron con nunca.

5. Discusión

La calidad del servicio mantiene estrecha relación con la gestión de calidad y la satisfacción del cliente, el porcentaje mencionado en la satisfacción del cliente es el resultado que recibe sobre la calidad percibida en el servicio o el producto ofrecido por el recreo Andenes, la calidad observada de acuerdo a conclusiones se puede apreciar como una función de las expectativas de los resultados o desempeños, es relevante que las organizaciones ejecuten una adecuada dirección en la calidad, en sus dimensiones, en todos sus procesos y estar constantemente apostando por la mejora continua estando relacionadas con la satisfacción de los clientes, se concluye que la calidad del servicio ofrecida en los negocios asciende de manera directa en el nivel de transacciones, pues al existir calidad de servicio ello se reflejará en el aumento de las ventas, la evaluación de las dimensiones de gestión calidad y satisfacción del cliente.

6. Conclusión

A través del presente estudio se determinó una estrecha relación entre la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes del recreo los Andenes. Esta investigación denominada “Gestión de calidad y satisfacción del cliente del recreo los Andenes, Luricocha 2022” es de gran relevancia porque nos ayudó a descubrir la funcionalidad dentro de lo que son los recreos y la importancia que tiene dentro de ello. Se determinó que existe una relación directa entre la fiabilidad del servicio y la satisfacción de los clientes en el recreo Los Andenes. La calidad del servicio y la satisfacción al cliente es factor primordial que debe considerarse en las organizaciones; sin considerar la dimensión, la estructura y naturaleza de su funcionamiento, deben demostrar capacidad para gestionar, siendo el primer



contacto de la empresa con el comensal. El servicio a los comensales es un trabajo en equipo, ofrecer un servicio de excelencia al cliente es importante en la gestión de un negocio. Los clientes pueden decidir ir a otro lado si no se encuentran satisfechos. Por otro lado, un servicio de excelencia es una fuente de ventaja competitiva. Satisfacer a los comensales permite saber la probabilidad que un cliente genere una compra a futuro. El uso de instrumentos para medir la satisfacción del cliente es una forma de saber el incremento de clientes leales. Cuando los clientes están satisfechos con la calidad, recibida son fieles, a menudo reciben los productos o servicios. Sin clientes satisfechos, no se tendrá clientes leales.

7. Declaración de contribución de autoría: CREdiT

Heidy Jasumi Ochante Taboada: Conceptualización, Metodología, Resultados.
Jheimer Thenardier Vargas Aguilar: Redacción, Borrador original, Discusión. Fabián Fabricio Lema Rivera y Graciela Chela Quispe Gonzales: Conclusiones y Revisión de estilo.

8. Agradecimientos

Los autores agradecen a los docentes de Investigación de cada centro educativo superior a la que pertenecemos por el apoyo brindado para realizar la presente investigación.

9. Declaración de conflicto de intereses

Los autores declaran que no tienen intereses financieros en competencia conocidos ni relaciones personales que pudieran haber parecido influir en el trabajo reportado en este artículo.

10. Disponibilidad de los datos

Los datos estarán disponibles previa solicitud.



Referencias

1. Abad Acosta, M. G., & Pincay Díaz, D. E. (2014). Análisis de calidad del servicio al cliente interno y externo para propuesta de modelo de gestión de calidad en una empresa de seguros de Guayaquil (Bachelor's thesis).
<http://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/7451>
2. Arias Gonzáles, J. L. (2020). Técnicas e instrumentos de investigación científica.
<http://hdl.handle.net/20.500.12390/2238>
3. Avila Morales, H., Olmos Saldívar, D., Quispe Gonzales, G. C., & Diaz Tito, L. P. (2022). Talento humano en la cuarta revolución industrial. Revista Venezolana De Gerencia, 27(97), 161-169. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.27.97.11>
4. Baca Limo, M. A. Gestión de calidad y satisfacción del cliente como factor relevante en la propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas del giro servicios, rubro restaurantes de comida típica de la Selva, Jaén 2021.
<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/23121>
5. Del Aguila Shupingahua, M. M. (2019). Gestión de calidad y su relación con la satisfacción del cliente en el restaurant Huapri de la ciudad de Huánuco. 2018.
<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/14299>
6. En la cocina magazine (2020) QUÉ ES LA GESTIÓN DE CALIDAD EN TU RESTAURANTE.
<https://enlacocina.telemesa.es/gestion-administracion-restaurantes/que-es-la-gestion-de-calidad-en-tu-restaurant/>
7. Escobar Aguirre, J. G., & Goyes Redroban, J. V. (2019). Estudio de modelos de gestión de calidad en restaurantes del Cantón Playas, Provincia del Guayas (Bachelor's thesis, Universidad de Guayaquil: Facultad de Comunicación Social).
<http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/46078>
8. Flores Arocutipa, J. P., Manrique Nugent, M. A. L., Serna Silva, G. J., & Aybar Bellido, I. E. (2021). Liderazgo en tiempos de 4ta revolución industrial. Revista Venezolana De Gerencia, 26(96), 1096-1107. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.26.96.7>



9. Guerrero Córdova, Y. L. (2021). Gestión de calidad y atención al cliente en las MYPES rubro restaurantes en el distrito de Yamango-Piura, año 2021.
https://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/24797/GESTION_MYPE_GUERRERO_CORDOVA_YEFER.pdf?sequence=1&isAllowed=y
10. G. J., & Tello-Tello, S. V. (2022). Estrategias del desarrollo turístico municipal de Cerro Azul, provincia de Cañete, 2022: Municipal tourism development strategies for Cerro Azul, province of Cañete, 2022. Scientific Research Journal CIDI, 2(3), 29–56.
<https://doi.org/10.53942/srjcdi.v2i3.73>
11. Lema Rivera, Fabián Fabricio (2022) CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN EL RESTAURANTE LA MAREA, PESCADOS Y MARISCOS, LA VICTORIA, 2021. <http://repositorio.upsjb.edu.pe/handle/upsjb/3737>
12. López Mosquera, D. C. (2018). Calidad del servicio y la satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy´ s de la ciudad de Guayaquil.
<http://201.159.223.180/handle/3317/9867>
13. Marin Bolaños, L. J., Sanabria Obando, B. D., & Sánchez Martínez, I. (2019). Propuesta para la implementación del sistema de gestión de calidad en el restaurante La Cafetería En Connecta (Gate Gourmet).
<https://repositorio.uniagustiniana.edu.co/handle/123456789/974>
14. Mendoza Navarro, E. G. (2018). Gestión de calidad y la satisfacción de los clientes en la pollería el PelaoSAC, Piura.
<https://repositorio.autonoma.edu.pe/handle/20.500.13067/825>
15. Monroy Ceseña, M. A., & Urcádiz Cázares, F. J. (2019). Calidad en el servicio y su incidencia en la satisfacción del comensal en restaurantes de La Paz, México. Investigación administrativa, 48(123), 0-0.
https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2448-76782019000100006&script=sci_arttext
16. QuestionPro (2019) Qué es la satisfacción al cliente.
<https://www.questionpro.com/es/satisfaccion-al-cliente.html>



17. Ramos Rosas, C. D. (2021). Gestión de calidad del servicio y la satisfacción del cliente en los restaurantes de Sullana. *Revista Tecnológica - ESPOL*, 33(3), 230–241.
<https://doi.org/10.37815/rte.v33n3.773>
18. Rey Sánchez, S. P., Garivay Torres De Salinas, F. D. M., Jacha Rojas, J. P., & Malpartida Gutiérrez, J. N. (2022). Industria 4.0 y gestión de calidad empresarial. *Revista Venezolana De Gerencia*, 27(97), 289-298.
<https://doi.org/10.52080/rvgluz.27.97.20>
19. Valverde, J. V. (2020). Calidad de servicio y su relación con la satisfacción de los clientes del restaurante escuela Trujillo Señorial, Trujillo 2019 [Tesis de licenciatura, Universidad Privada del Norte]. Repositorio de la Universidad Privada del Norte.
<https://hdl.handle.net/11537/28287>

