



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA  
ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA EMPRESARIAL**

**Just time y satisfacción al cliente en el área de servicio al cliente del  
restaurante Ruta 58, Talara – Piura, 2020**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Ingeniero Empresarial

**AUTOR:**

Valdiviezo Zambrano, Jhonatan Paulo (ORCID: 0000-0002-2131-7096)

**ASESOR:**

Mg. Rodríguez Alegre, Lino Rolando (ORCID: 0000-0002-9993-8087)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Estrategia y Planteamiento

PIURA – PERÚ

2020

## **Dedicatoria**

### **A mi Padre:**

Giovanny Valdiviezo Saldarriaga por su motivación, consejos, guía y ejemplo en todo momento el cual siempre me sirve para inspirarme a fortalecer como profesional y persona.

### **A mi Madre:**

Cecilia Zambrano Rojas, por su dedicación viéndome desde pequeño y por ser una muy buena madre que mediante sus consejos lograron en mi la motivación en ver terminado este proyecto.

### **A mi Abuelo Teodorico Zambrano:**

Por su apoyo espiritual y enseñanzas de vida que me permiten ser mejor persona, agradeciéndole siempre a nuestro Periquito por ser parte importante de nuestra familia y parte de mi camino de mi vida universitaria.

### **A mis abuelos que en vida fueron:**

Enny Saldarriaga de Valdiviezo, Albino Valdiviezo Asanza y Yolanda Budelia Rojas de Zambrano, mis abuelos que en vida fueron, pero dejaron una huella grande en mi corazón y sé que me acompañan en esta etapa tan importante como es mi vida universitaria y les estoy agradecido y admirado por todo lo bueno que siempre me transmitieron.

## **Agradecimiento**

### **A Dios:**

Por guiar mi camino de la vida con sabiduría y perseverancia para no dejar de tener presente mi merito como profesional, agradeciendo por permitirme tener a unos padres admirables, una hermana y un sobrino bastante querido.

### **A mi Padre:**

Por sus sabios consejos y apoyo recibido en todo el ciclo de mi carrera universitaria. Agradecerle infinitamente por ser un padre participativo en todo momento brindándome siempre su apoyo, ejemplo a seguir, admiración que sentiré siempre hacia él.

### **A mi Madre:**

Por estar siempre presente en mi formación como persona permitiéndome ser cuidadoso y contar con ella en todo momento, siendo una madre participativa a lo largo de mi vida con sus enseñanzas, pero sobretodo sabiendo que uno tiene que ser siempre buena persona mediante un corazón limpio, puro y seguir el buen camino de Dios que siempre me inculco.

### **A mi Hermana:**

Porque la distancia no es un obstáculo cuando el amor de hermanos es sincero siguiendo la enseñanza que nos brindaron nuestros papas de manera tan buena, y estando cerca mi vida universitaria alentándome en todo momento para culminar esta etapa tan importante.

## Índice de Contenidos

Carátula .....	i
Dedicatoria .....	ii
Agradecimiento .....	iii
Índice de Contenidos .....	iv
Índice de Tablas .....	v
Resumen .....	vi
Abstract .....	vii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO .....	6
III. METODOLOGÍA: .....	17
3.1. Tipo y Diseño de Investigación.....	17
3.2. Variables y Operacionalización.....	18
3.3. Población, muestra y muestreo .....	19
3.4. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos:.....	20
3.5. Procedimientos .....	22
3.6. Método de Análisis de Datos .....	22
3.7. Aspectos Éticos .....	22
IV. RESULTADOS .....	23
IV. DISCUSIONES:.....	32
V. CONCLUSIONES .....	35
VI. RECOMENDACIONES .....	36
REFERENCIAS	
ANEXOS	

## Índice de Tablas

**Tabla 01.** Clientes del Restaurante Ruta 58

**Tabla 02.** Validez

**Tabla 03.** Confiabilidad de los servicios en el restaurante.

**Tabla 04.** Prueba de normalidad mediante Shapiro-Wilk

**Tabla 05.** Correlación entre el Just Time y la confiabilidad del servicio

**Tabla 06.** Descripción del Just Time en la prontitud de respuesta

**Tabla 01.** Prueba de normalidad mediante Shapiro-Wilk

**Tabla 02.** Correlación entre el Just Time y la seguridad del servicio

**Tabla 03.** Descripción del Just Time y satisfacción del cliente

**Tabla 10.** Correlación entre el Just Time y la prontitud de respuesta.

**Tabla 4.** Correlación entre el Just Time y la satisfacción del cliente.

## Resumen

En el presente trabajo de investigación “Just time y satisfacción al cliente” en el área de servicio al cliente del restaurante Ruta 58, Talara – Piura, 2020” se consideró como objetivo general determinar la relación del just time y la satisfacción del cliente en el restaurante ruta 58 talara 2020. Por consiguiente, se utilizó una investigación de tipo aplicada, nivel correlacional, enfoque cuantitativo, diseño no experimental y de alcance transversal, procediendo a utilizar el análisis de datos estadísticos a través de la rho de spearman, se alcanzó un coeficiente de correlación y significancia ( $r = ,930^{**}$  y  $p = ,000 < ,05$ ) aceptando así la hipótesis general.

Por ultimo a manera de conclusión el just time se relaciona afirmativamente con el servicio al cliente del restaurante Ruta 58 dado que no cumplen con todos los procesos y gestiones correspondientes.

**Palabras clave:** Just Time, servicio al cliente, calidad.

## Abstract

In this research work "Just time and customer satisfaction" in the customer service area of the restaurant Ruta 58, Talara - Piura, 2020 "it was considered as a general objective to determine the relationship of just time and customer satisfaction in the restaurant Ruta 58 Talara 2020. Therefore, an applied research was used, correlational level, quantitative approach, non-experimental design and cross-sectional scope, proceeding to use the analysis of statistical data through the spearman rho, a correlation coefficient and significance ( $r = .930^{**}$  and  $p = .000 < .05$ ) thus accepting the general hypothesis.

Finally, in conclusion, just time is affirmatively related to the customer service of the Ruta 58 restaurant since they do not comply with all the corresponding processes and procedures.

**Keywords:** just in time, customer service, quality

## I. INTRODUCCIÓN

En un mundo globalizado las organizaciones pugnan por satisfacer de una mejor forma a los consumidores y toma protagonismo el servicio al cliente el cual ayuda a fortalecer el posicionamiento de estas. El servicio al cliente busca la satisfacción del cliente respecto al servicio que se ofrece y el valor que tiene para el cliente.

Según (Angela, 2010) ,se necesita tomar en cuenta la necesidad del servicio que se ofrece a los clientes para así poder estar en la posibilidad de mantenerse en un mercado competitivo dando forma a la calidad en el servicio brindado hacia ellos ; más aún en la medida que el cliente se torna cada vez más exigente y tiene más posibilidades de escoger para determinar un bien o servicio dentro de las empresas.

Según \_(Chacom, 2012) la tecnología es muy importante pues ayuda a las empresas a mantener presencia en el mercado y a generar un valor agregado. Por ejemplo, en el caso de los restaurantes, la tecnología contribuye a una mayor eficiencia en el servicio que ofrecen y van desde conocer la necesidad del cliente, mejorar los procesos e incluso, los colaboradores puedan tomar de forma más rápida los pedidos dando como resultado un servicio óptimo dentro del restaurante.

Según \_(Perez) la herramienta Just Time el cual es un instrumento diseñado para realizar los procesos de trabajo, reducir tiempos de los procesos, minimizando los desperdicios en toda la actividad de producción y elaboración de los servicios de forma que se minimicen tanto los tiempos y se incremente el nivel de ventas dentro de las organizaciones ; dado que con esta metodología se puede lograr la optimización de los procesos mencionados mediante la eliminación continua de desperdicios con ello esta herramienta hace llegar los materiales para el proceso de trabajo justo a tiempo utilizando solo los recursos necesarios tomando en cuenta la variedad a utilizar como en la cantidad.

Podríamos decir que el Just Time corresponde a lo que es producción racionalizada de manera que toma la lógica donde solo se predispone de lo indispensable sin generar desperdicios consideración la misma este plasmada en que no se produce si no es necesario moldeando la idea de la teoría jit como una producción



racionalizada que introduce todo lo mencionado dentro de las organizaciones cada vez más cambiantes.

McDonald's destaca por su estrategia centrada en la calidad para con sus proveedores basados en la supervisión hasta la salida de su producto y que se ajustan a los requerimientos de acuerdo a las especificaciones de insumos y calidad. En sus procesos productivos que McDonald's mantienen la participación del cliente en la personalización de sus pedidos.

El Just Time le ha permitido a Mac Donald expandirse a otros nichos de mercado de forma exitosa trasladando sus procesos productivos y sus servicios de comida rápida a todas sus sucursales (Romo, Marcela Hernandez, 2009)

Una de las empresas que destaca es Bambos que tiene una propuesta creativa de servicio de calidad para sus clientes. Su principal estrategia es la diferenciación y su servicio personalizado con una atención rápida y eficiente. (Gestion, 2011)

En el departamento de Piura el restaurante La Isla es uno de los restaurantes con mayor reconocimiento por la calidad de servicio para una clientela cada vez más exigente, así como su variedad gastronómica. Su principal estrategia de mercado se basa en renovar constantemente su carta, la preparación de sus platos la rapidez en la atención con un promedio de preparación de pedido era un aproximado de 15 minutos. Su calidad de servicio le ofrece la posibilidad de expandirse como una cadena internacional dentro del exigente mercado de la cocina (Análisis 10 casos Mype Estratégico : La Isla, 2006)

El restaurante Ruta 58 en la provincia de Talara tiene 09 años en el mercado. Ofrece servicios de gastronomía variada dando a conocer los exquisitos platos tradicionales del norte a base de pescados, mariscos y una combinación a de platos calientes con variedad de carnes de diferente tipo de preparación.

Asimismo, se cuenta con un personal idóneo conformado por 04 mozos, 03 Chef, 03 ayudantes de cocina, 02 anfitrión que recepciona y acomoda a los clientes, 01 persona encargado de caja, 01 seguridad del local y todos ellos bajo la supervisión del administrador. Se ha observado un problema y pese que tienen ya un tiempo en el mercado no se le reconoce como posicionado en la mente del consumidor talareño. Los dueños de la empresa piensan que todo lo aplicado está bien

direccionado, pero no hay un estudio que les indique que este servicio es de la calidad esperada.

Para lograr que el restaurante Ruta 58 sea conocido por su servicio al cliente y logre el posicionamiento esperado se propone una alternativa de solución como es la herramienta just time.

La investigación es importante pues tiene el propósito de desarrollar un diseño direccionado como es la herramienta just time con la cual se mejorará el servicio al cliente y permitirá reducir tiempos muertos dentro de la preparación de sus productos y de esta manera maximizar recursos sostenibles en el mercado.

Habiéndose enmarcado la situación problemática en la que se desarrolla el restaurante Ruta 58, se plantea el problema general de investigación:

¿De qué manera el Just Time se relacionará con la satisfacción del cliente en el restaurante Ruta 58 Talara 2020?

Referente a los problemas específicos se tiene a continuación:

¿De qué manera el Just Time se relacionará con la confiabilidad del servicio al cliente en el restaurante Ruta 58, Talara, Piura 2020?

¿De qué manera el Just Time se relacionará con prontitud de respuesta del servicio al cliente en el restaurante Ruta 58 Talara – Piura, 2020?

¿De qué manera el Just Time se relaciona con seguridad del servicio al cliente en el restaurante Ruta 58 – Piura, Talara 2020?

Referente a la justificación la investigación (Taylor, 2017) determina que existen diversos tipos de justificaciones que definen el tipo de estudio de la investigación como lo es:

Justificación Practica:

La propuesta de Just time aplicada en el servicio al cliente desarrollara estrategias prácticas y de valor agregado al restaurante

Justificación Teórica:

La investigación realizada del Just Time servirá para realizar nuevas estrategias y encontrar mejoras aplicadas en el restaurante Ruta 58

Justificación Metodológica:

Se desarrollará como base prioritario la justificación metodológica de la investigación para que el Just Time tenga un alcance real, cómodo para los colaboradores y demás implicados en el restaurante Ruta 58.

Respecto a los Objetivos de la Investigación tenemos como objetivo general:

Determinar la relación del Just Time y la satisfacción del cliente en el restaurante Ruta 58 Talara 2020

Como Objetivos Específicos se propusieron los siguientes:

Determinar la relación del Just Time y la confiabilidad en el restaurante ruta 58, Talara – Piura, 2020

Determinar la relación del Just time y la prontitud de respuesta al cliente en el restaurante Ruta 58, Talara 2020

Determinar la relación del Just time y la seguridad del servicio al cliente en el restaurante Ruta 58 Talara – Piura, 2020.

Respecto a las Hipótesis tenemos:

Hipótesis General:

Existe relación entre el Just Time y la satisfacción del cliente en el restaurante Ruta 58 Talara 2020

Como Hipótesis Específicas se propusieron los siguientes:

Existe relación entre el Just time y la confiabilidad en el restaurante ruta 58, Talara – Piura, 2020

Existe relación entre el Just time y la prontitud de respuesta al cliente en el restaurante Ruta 58, Talara 2020

Existe relación entre el Just time y la seguridad del servicio al cliente en el restaurante Ruta 58 Talara – Piura, 2020

## II. MARCO TEÓRICO:

A continuación, se presentan algunas investigaciones que sirven como antecedentes respecto a la utilización de la herramienta Just Time y el servicio al cliente.

(PEÑA, 2018) En su trabajo de investigación *Satisfacción del cliente en restaurantes de comida mexicana en la ciudad de la Paz* se propuso como objetivo general evaluar la satisfacción de sus trabajadores en el sector de restaurante de comida mexicana de la ciudad de la Paz. Se planteó mediante un análisis cuantitativo, su metodología utilizada fue experimental de tipo aplicativo, su población la conformaron los 35 trabajadores, los instrumentos fueron encuestas que lograban tener una percepción de los trabajadores, clientes y gerentes del restaurante él cual enfatiza a la Satisfacción laboral y del cliente, finalmente se evidencio que los trabajadores se les brindó de forma práctica las mejoras en sus procesos de trabajo de la empresa en cada fase que se requiera.

(Angela Riveros Benitez, 2016) En su trabajo de investigación denominado *GESTIÓN DE LA CADENA DE SUMINISTRO DE BIMBO*, se consideró como objetivo general dar conocimiento de la información de los procesos de distribución de la empresa Bimbo. La metodología que se utilizó fue explicativa desarrollando entrevista con sus instrumentos correspondientes de la gestión y suministro de procesos donde se enfocaron en los procesos de calidad de la empresa Bimbo los cuales se rigen bajo la normas ISO 9001 con el propósito de corregir el margen de error en su línea de producción y de prácticas de materiales que son controlados con el apoyo de la mejora continua el cual su distribución busca la cobertura total del mercado altamente competitivo, las circunstancias de sus variables y el tipo de relación que llevan una con la otra el cual se centra en las técnicas representativas de su proyecto como la revisión, indagación de contenido, encuestas, entrevistas, entre otras

Llego a la conclusión que dicha herramienta del Just time ayuda a mejorar el desarrollo de manera constructiva para la empresa.

(Jireh, 2018) en su tesis titulada *Calidad de los servicios y satisfacción al cliente en el restaurante pizza Burguer Dinner, ubicado en Zacapa*, se propuso como objetivo general determinar la satisfacción de los clientes con referente a la calidad en el servicio del restaurante de comida rápida Pizza Burguer Dinner, por ello la metodología que se planteo fue aplicada con enfoque cuantitativo. Teniendo una muestra de 15 colaboradores el cual se les aplico una técnica de observación por medio de su ficha de observación; obteniendo como resultado un nivel de significancia del 35% con referente a la calidad y satisfacción obtenida a los clientes, lo que llevo a la conclusión de que la herramienta de servicio al cliente tiene alta significancia para su mejora en el área de trabajo.

\_(Mosquera, 2018) en su trabajo de investigacion "*Calidad de servicio y la satisfacción al cliente del restaurante Rachy`s de la ciudad de Guayaquil*" para ello se propuso como objetivo general de su investigacion determinar si existe relación entre la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes del restaurante Ricky`s. Su metodología a utilizar fue de enfoque cuantitativa, transversal, el estudio de la investigacion es descriptiva, teniendo una población finita, obteniendo como conclusión permitir identificar los factores que la calidad y el servicio tienen dados que permitan demostrar que los clientes están completamente satisfechos con todas las especificaciones del restaurante

\_(Perdomo, 2018) en su tesis titulada *Mejoramiento de la gestión de inventarios de la Comercializadora Konsumaz Ubicada En Santiago De Cali* para ello se propuso como objetivo general diseñar una propuesta de mejora en la gestión de inventarios de la comercializadora Konsumaz, para ello se empleó la metodología de tipo aplicada con un diseño experimental , utilizando la encuesta como instrumento de recolección de datos y cuestionario como instrumento de su resultado general dando que la calidad demostrada en la gestión de inventarios obtuvo una mejora de 35% y a manera de conclusión se dijo que mejoro la calidad al implementar la gestión adecuada a cada área determinada.

\_(Pintero, 2009) en su tesis titulada *Medición de la satisfacción del cliente del restaurante Taurino* para ello se propuso como objetivo general medir el grado de satisfacción al cliente del restaurante. Su metodología es descriptiva dado que se tuvo que analizar la situación actual del restaurante, considerado de observación de tal forma que no alteraría el resultado analizando el tipo de clientes consecutivos del restaurante, experimental, se realizó encuestas a los clientes para tener datos más exactos a 40 clientes que son los consecutivos dentro del restaurante, la conclusión fue demostrar que el servicio brindado al cliente es importante para el restaurante como brindar un buen servicio obteniendo grandes resultados teniendo como consecuencia de ello el liderazgo en el mercado.

\_(Nestor Mora Cabrera, 2006). En su trabajo de investigación *Análisis del servicio al cliente en el restaurante la rivera y su impacto en la calidad* para ello se propuso como objetivo general en su investigación determinar si existe el impacto en la calidad con el servicio al cliente del restaurante la rivera. Su metodología es descriptiva, de tipo aplicada con un diseño experimental el cual su método fue de observación el cual solo se analizará de manera de observar mas no alterar el resultado de encuestas teniendo una muestra de 120 personas al cual se realizó por el tiempo de una semana teniendo una aceptación en sus resultados de sus dimensiones como lo fue : Seguridad 25% , continuidad 35% , mejora de procesos 25% lo cual hace una suma de 85% lo cual lo convierte en un en un resultado bastante aceptable , como la conclusión que se determino fue se tiene que tener en claro el cumplimiento de expectativas del cliente para dar por completo la satisfacción del servicio en su estadía del restaurante.

\_(MONICA ISABEL VARGAS CERON, 2016) En su trabajo de investigación *MODELO DE IMPLEMENTACION JIT PARA PYMES* para ello se propuso como objetivo general en su investigación el poder moldear la implementación y practicidad de la herramienta Just Time para las Pymes tomando en consideración las principales características del sistema. Su metodología a utilizar fue a inicios una investigación histórica que está basado en poder implementar el Just Time en

tiempos pasados lo cual lo llevo a ser una investigación descriptiva , experimental , utilizando instrumento de recolección de datos como son las encuestas , el cual detallaba el tipo de fases que serían usadas por distintos autores dando como ello el resultado final la característica de las Pyme de la ciudad de Colombia obteniendo como resultado de la fila de autores que proporcionan su efectividad de la herramienta en cada fase del Just Time se genera que va desde el 7% que utilizan en prácticas y ya prediseñadas y un 23% en autores como Bañegil, Martin , llegando a la conclusión que la evolución demostrada por la herramienta Just Time toma a las investigaciones ejecutadas por los autores antiguos y como esto se obtuvo que lo más indispensable hasta hoy es el poder implementar el Jit dentro de las empresas sin descuidar el tema de que las herramientas son fundamentales como tomándolo desde un concepto generalizado y llevando a esto el éxito empresarial, la evolución del cliente que se dirige al nivel superior de nuevos mercados.

(Alex Ricardo Medina Freire, 2014) En su trabajo de investigación *Just Time y fidelización de los clientes de la Empresa Pizzería D`Bianca de la ciudad de Pelileo* se propuso como objetivo general Determinar la forma en que la herramienta Just time puede enfatizar en la fidelización de los clientes de la empresa Pizzería D`Bianca. Como metodología tuvo un diseño de investigación experimental, de enfoque cuantitativo, la población lo conformaron 326 donde su muestra será aplicada a 178 a clientes externos de la empresa sin embargo la introducción de la herramienta Just time a la empresa en mención mediante las muestras correspondiente ayudo a encontrar estrategias precisas de manera claro para ella misma. Por último, la conclusión fue brindar de manera de charlas informativas de la correcta forma de trabajo dentro del restaurante logrando una alta expectativa referente a los clientes quienes comercializan el resultado efectivo de una manera positiva de los productos y servicios de la empresa.

\_(Atahuaman Lozano Elvira, 2018) En su trabajo de investigación *La gestión de inventarios en la cadena de abastecimiento y su impacto en la toma de decisiones financieras de las empresas que realizan actividades de restaurante – pollería, en*



*el distrito de Barranco* se propuso como objetivo general tener un control directo para determinar el tipo de gestión de inventarios y como sería su impacto en las decisiones financieras de las cadenas de los restaurantes

Se planteó mediante su metodología de diseño no experimental, cualitativa, donde se realizó entrevistas y encuestas donde ambos instrumentos ayudarían a saber la información requerida para la toma de decisiones detallando en la entrevista al dueño del establecimiento con 11 preguntas de manera libre y las encuestas fueron 17 ítems enfocados a los trabajadores del restaurante, teniendo una muestra de 21 de forma descriptiva, como conclusión es preciso enfatizar en el impacto realizado bajo la toma de decisiones que genera el suceso de gestionar los inventarios dando forma a la organización que pueda darse para mejoramiento de sus recursos y se pueda mantener los procesos productivos generando un valor agregado al abastecimiento a base de estrategias para la empresa.

\_(Gonzales Lopez, 2017) en su trabajo de investigación denominado *Calidad de servicio y lealtad del cliente en el restaurante Don Rulo S.A.C*, se propuso como objetivo general determinar qué relación tiene la lealtad del mismo cliente con su calidad del servicio brindado, para ello se consideró una metodología de tipo aplicada y una muestra a sus 76 colaboradores de la empresa donde se realizó la técnica de entrevista y encuesta con sus instrumentos correspondientes los cuales son guía de entrevista y cuestionario donde a manera general se pugno que mejoro a un 65% la mejora de su calidad, concluyendo esta metodología que elimina los tiempos innecesarios, procesos dentro de del restaurante correspondiente.

\_(Alva, 2017) en su trabajo de investigación denominado *Calidad de servicio en el restaurante Gigi* desde la perspectiva de los clientes, se propuso como objetivo general determinar la calidad de servicio en el restaurante Gigi, por ello su metodología se planteó de tipo aplicada y enfoque cuantitativo, con su muestra relativa de 25 clientes empleando una técnica de encuesta, observación con sus instrumentos de cuestionario y ficha de observación logrando tener el resultado que la calidad de manera general mejora en un 45% desde la perspectiva de los mismos clientes, llegando a la conclusión que la metodología beneficia al restaurante Gigi de manera satisfactoria.

\_(Carillo Airbiza, 2018) en su tesis titulada *Gestión de compras y el Just Time en las bodegas*, se propuso como objetivo general determinar la relación directa entre la herramienta just time y gestión de compras dentro de las bodegas del distrito de Callao , para ello se empleó una metodología sobre una investigación de tipo aplicada , con un diseño experimental , utilizando la encuesta con su instrumento que es el cuestionario siendo una muestra de 230 personas ; como resultado se obtuvo un incremento del 42% con respecto a la herramienta just time en las bodegas del distrito del callao , lo que llevo a la conclusión que la herramienta tiene un alto índice de aceptabilidad dentro de las principales procesos de gestión y permite obtener cambios obtenidos.

(Campos, 2019) en su tesis titulado *Satisfacción al cliente y niveles de ventas del restaurante chicharronería Sarita E.I.R.L del distrito de Punta Hermosa, Lima*. Se propuso como objetivo general determinar su existencia de satisfacción al cliente y que grado tiene y refleja en sus ventas dentro del restaurante chicharronería Sarita. En su metodología fue no experimental, cuantitativo, de tipo aplicativo. De igual forma se utilizó la técnica de la encuesta como parte de su metodología el cual consta de 23 ítems donde el número de personas a encuestas serán tomas de la muestra que es 115, como conclusión se evidencio que existen la relación entre ambas variables de estudio tomando un resultado favorable bajo estas dimensiones en mejorar cuando la producción del producto sea el correcto.

\_(Ambar, 2016) en su tesis titulado *El Método del Just in time y su influencia en la productividad de la empresa Gate Gourmet SRL*, se propuso como objetivo general determinar la herramienta just time para mejorar la productividad de la empresa Gate Gourmet SRL. Donde su metodología se planteó de tipo transversal, diseño correlacional tomando la muestra de 98 colaboradores del área de make and pack el cual solo se obtuvo en un momento, donde su muestra fue el estudio realizado a los trabajadores. Asimismo, se obtuvo como resultado que el nivel de satisfacción incremento en un 28% dado que la calidad de sus productos y servicio al cliente contribuyen a mejorar la relación de sus trabajadores.

\_(Sonia Franco Lanzo, 2016) en su tesis titulada *Mejora del servicio al cliente de restaurantes de comida rápida*, se propuso como objetivo general mejorar el servicio otorgado en el establecimiento de comida rápida. Su metodología se

planteó de tipo transversal no experimental, donde su muestra fue el estudio a los clientes que frecuentan los establecimientos de comida rápida utilizando como instrumentos la observación, entrevistas cerradas, registro manual llego a la conclusión la satisfacción al cliente es otorgado por el valor que el mismo les proporciona ya sea por su calidad de servicio, producto y el tiempo requerido de demora

\_(Tavara, 2017) en su tesis titulada *Percepción de la calidad de servicio y la intención de recompra de los clientes del restaurante El Parrillón. Sullana. 2017*, se propuso como objetivo general determinar la calidad de servicio proporcionado a los clientes, por ello la metodología empleada fue de diseño cuasi experimental, de nivel descriptivo y de tipo aplicada. Dando así una población de 45 personas que la misma represento la muestra y en aspectos generales se demostró la efectividad de la calidad de servicio y su recepción a un 34% de aceptación por medio de los clientes.

Respecto a los fundamentos teóricos de la investigación se expondrá las teorías que sostienen a las variables de esta investigación como lo son: Just time y Servicio al cliente.

\_(Santos, 2017) en su tesis titulada *Calidad De Servicio del Personal y su Influencia en la Satisfacción de los clientes en el Restaurante el Madero*, se determinó como objetivo general determinar la satisfacción del servicio brindado al cliente del restaurante el Madero, para ello se utilizó una metodología sobre una investigación aplicada, con un diseño experimental, utilizando una técnica de la encuesta con su instrumento el cuestionario realizado a 350 personas lo cual tuvo una muestra de 89 personas donde se desarrolló en el transcurso de tres semanas tomando resultado en rango general muy satisfactorios y beneficioso para la empresa dado que el restaurante a manera de conclusión obtuvo gran beneficio referido a la satisfacción ofrecida al cliente.

El Just time no es solo una herramienta que tiene una significancia, sino que está dividido en unos componentes los cuales se presentan a continuación teniendo en cuenta a (Hay, 2014) el Just Time es la acción de eliminar los desperdicios mediante un flujo que se desarrolla de la siguiente forma: tiempo de reducción de mis

procesos, operaciones que se repiten, mejorar mis compras para agilizar mi productividad.

Los componentes que desarrolla la herramienta Just time está basado en poder mejorar el proceso desarrollándolo de manera productiva dando la forma en que la empresa se puede generar un valor tanto en la producción que se considere exitosa en sus procesos direccionándolo con la idea de cómo enfocar la calidad y necesidad de mi cliente para adquirir un bien o servicio teniendo como resultado final el control de mi proceso y evitando desperdicios que encierran la participación de dicho proceso beneficiando a la organización es por ello que se ve centra en su desarrollo tanto de la calidad , impacto y rapidez que ocurre dentro de su proceso para así aumentar la participación del mercado y nuevos nichos.

Por consiguiente para poder organizar a una empresa es necesario que a medida que se van dando los cambios en la participación de forma que se disponga de la ayuda de mecanismos que ofrece la misma herramienta para resolver los problemas presentados generando una confianza el cual es basado en el direccionamiento de la productividad que se encuentra en las operaciones que desarrollan a nivel de tecnología como lo es por ejemplo : La mano de obra del equipo humano, el tiempo mínimo de demora de sus procesos

Además las organizaciones deben de tener en cuenta dentro de sus proceso a realizar desde el desarrollo de sus operaciones altamente eficientes que se necesita tener en cuenta el costo real y la totalidad de las ganancias por el servicio brindado que se produce como por ejemplo : La calidad como elemento fundamental para su elaboración de un producto y la sincronización sea automática tomando como ello el servicio brindado con la relación de la lógica Just time que es hacer lo necesario.

Desde luego las estrategias son una herramienta importante de forma participativa que se obtiene en el mercado dando así líder en cada uno de sus funciones en un trabajo en conjunto como: producir la demanda exacta, mejoramiento continuo de sus procesos, énfasis a largo plazo buscando la simplicidad y el diseño de sistema para identificar los problemas significativos que aquejan a la empresa en sus procesos dando un resultado altamente eficiente e importante que solucionen sus

problemas con el propósito de convertir la herramienta just time en una ventaja competitiva que permita a la organización poder solucionar rápidamente los problemas presentados para lograr así una efectividad en los procesos.

Además, la ejecución del sistema para poder priorizar las exigencias de un cambio dentro las empresas los cuales permitan identificar los procesos de trabajo, seleccionar un equipo, dando con ello que la empresa desarrolle un sistema que permita simplificar los flujos de materiales dentro de los procesos dando con ello que los colaboradores accedan rápidamente a ellas, el método de arrastre donde la producción te permitirá comenzar solo hasta que el mismo cliente lo necesite.

Es decir que la herramienta Just Time permitirá identificar los problemas como, por ejemplo: eliminando los desperdicios dentro de una compañía de manera que se acaben con cualquier forma de desperdicio simplificando de una forma máxima el proceso dentro de la organización haciendo que se entorne más sencillo de identificar y solucionar los problemas que puedan aparecer.

Dicho esto es necesario involucrar a los colaboradores dado que el esfuerzo por que ellos mismos se involucren dentro de ella misma partiendo desde la fortaleza de la lógica Just time donde la cooperación logre alcanzar un diseño consistente , los cambios necesarios y mejorar con el fin de ahorrar costos se generan mucho más sencillos logrando la reducción y sus entregas de servicio son más frecuentes produciendo solo lo que se debe producir en los tiempos correctos facilitando la comunicación continua con los proveedores buscando y generando la simplicidad de las coordinaciones y entregas de los servicios ofrecidos por las organizaciones.

El just time \_(Arnt, 2005) donde se toma donde el just time puede decir que se define como la forma en que se tiene que gestionar en los tiempos precisos evitando despilfarros de forma precisa para alcanzar la excelencia en la empresa alcanzo grandes ventas de manera productiva donde las mismas empresas encuentran una estabilidad y seguridad al momento de realizar sus procesos de gestión , obteniendo la capacidad y adjunto de conocimientos que respalden la metodología del just time.

Prosiguiendo con la calidad tenemos al autor \_(Gutierrez, 2008) donde toma en cuenta las exigencias que la calidad y productividad son importantes para el servicio al cliente generado en un mundo cambiante el cual te permite adaptarte desde la forma de las habilidades cognitivas, ética laboral, la iniciativa que uno pueda tomar dentro de las organizaciones.

El servicio al cliente busca hacer sentir a gusto con su relación a servicios brindados dentro de las organizaciones donde esté relacionado con la dirección de calidad y satisfacción dando con ello la personalización del servicio , amabilidad de atención ,rapidez , seguridad , eficacia en el servicio otorgado todo bajo la norma ISO-9000 el cual su propósito es estandarizar asegurando y basándose en ellas bajo procesos aplicables a empresas que desarrollen productos con una productividad confiable como lo es el poder moldear la forma de interrelacionarse debido a esto , es preciso destacar que las organizaciones tienen que tener sus procesos como se hace mención anteriormente para así lograr llegar a un éxito empresarial desde la percepción de cliente con tu producto ofrecido, profundizando en estrategias de impacto para la percepción del cliente con el fin de mantenerse en un mercado altamente competitivo logrando la visión de trabajo profundizando en estrategias claras y precisas que generan rentabilidad para la organización de manera que es importante mejorar la experiencia de los clientes convirtiéndolo en consumidores fidelizados al punto de ofrecer al cliente todo lo necesario para que se identifique con la organización y no genere preocupación por pérdida de clientes en un mercado competitivo.

A continuación, se hablará del servicio al cliente ofrecida según el autor \_(Parra, 2013) el servicio al cliente la calidad en el servicio al cliente es uno de sus puntos prioritarios que deben cumplirse con cabalidad las empresas para mantener a sus clientes demostrando la capacidad de desempeño como imagen hacia los clientes , el crecimiento de ellos mismos es lo más importante para el servicio al cliente como estructura de forma correcta para poder llevarse a cabo. (juarez, 2008)nos dice que la ventaja del servicio al cliente genera una mayor lealtad de los consumidores, incrementando así las ventas y convirtiéndose en ventas mucho más frecuentes, captando nuevos clientes de forma concurrente generado de un

clima organizacional de trabajo bueno evitando quejas, ausentismo en el mercado, menor rotación del personal y una mayor participación en el mercado competitivo  
\_(TSCHOHL, 2008)\_ tomando en cuenta que el servicio que se ofrece es indispensable para generar una expectativa positiva para con el cliente desde la necesidad por consumir el servicio brindado logrando identificarse con tu marca logrando pensar en los gustos y preferencias del cliente

Es decir, en el ámbito de ofrecer un mejor servicio e implementarlo evitando fricciones y generar mejoras en la experiencia valorando al cliente desde un punto de vista detallado como, por ejemplo: abarcando actividades orientadas y promoviendo una eficiencia en mi producto tomando como base la mejora de utilización del servicio ofrecido manteniendo una visión clara ante una competencia precisa afirmando el compromiso con el cliente y su percepción con el servicio brindado generando a primera impresión dado que se logre mejorar los cambios como puntos fuertes del mecanismo de actividad direccionado para con el cliente continuamente es preciso detallar el desarrollo de habilidades competitivas entre los mismos colaboradores dado que se tiene que tomar en consideración aspectos importantes como lo son : la prudencia en desenvolverse con criterio justo para mantener una conversación prudente sin disgustar o herir susceptibilidades con el cliente, la amabilidad en desarrollar un comportamiento afectivo considerando como elemento importante que se desarrollara las principales competencias de los colaboradores dentro de la organización.

### **III. METODOLOGÍA:**

#### **3.1. Tipo y Diseño de Investigación**

##### **3.1.1. Tipo de la Investigación**

Para\_(Paz, 2017) la investigación aplicada es aquella que recopila información teórica existente para la resolución de un problema concreto, apoyándose en información de diversas ciencias y conocimientos teóricos para la resolución de problemas (p. 18).

La propuesta de mejora busca encontrar la relación entre el Just in time la satisfacción al cliente del Restaurante Ruta 58.

##### **3.1.2. Diseño de la Investigación**

La investigación es de tipo no experimental – transversal de tal forma que no se manipula la variable independiente\_(Roberto Hernandez, 2014)

Para\_(Bernal, 2010),El estudio no manipulará la variable Just time solo se limitará a encontrar la relación de esta con la variable dependiente: satisfacción del cliente.

##### **Enfoque de la Investigación**

Para\_(Bernal, 2010), El enfoque cuantitativo es la medición de características que expresan la relación entre las variables estudiadas de forma deductiva.

##### **3.1.3. Por su Alcance:**

##### **Correlacional**

Para\_(Bernal, 2010), la investigación correlacional tiene como propósito mostrar o examinar la relación entre variables o resultados de variables.

En este caso se verá el grado de relación entre la variable Just time y servicio al cliente de la presente investigación.



### **3.2. Variables y Operacionalizacion**

#### **Just time:**

Herramienta que permite a las organizaciones eliminar los tiempos y desperdicios innecesarios dentro de su producción, simplificándolos e identificando el problema a solucionar permitiendo lograr resultados como la efectividad en sus operaciones y ventas (Hay, 2014)

Se presentan dos dimensiones de estudio las cuales son:

#### **Proceso de Trabajo:**

Es la forma en que se pueden medir los tiempos de los procesos para reducir los costos de implementación.

#### **Organización:**

Es la forma en que se crea un clima cálido de trabajo desarrollado por un equipo de alto rendimiento y competencia sana para la organización.

#### **Servicio al cliente:**

Consiste en dar buen servicio, viendo el grado de satisfacción del cliente logrando visualizar su perspectiva que está relacionado con la mejora de calidad de servicio. (TSCHOHL, 2008)

Se presenta tres dimensiones de estudio las cuales son:

#### **Confiabilidad:**

Es la forma en que se mide la consistencia del desempeño laboral dentro de la empresa referente al servicio ofrecido al cliente.

#### **Prontitud de Respuesta:**

Es el compromiso que la empresa otorga mediante su calidad de servicio teniendo como resultado la satisfacción del cliente

#### **Seguridad:**

Define como el tipo de conocimiento que tienen las organizaciones para desempeñar su servicio.

### 3.3. Población, muestra y muestreo

#### 3.3.1. Población:

Es el conjunto de individuos con características comunes como sujeto de análisis de la investigación \_(Arias, 2016)

La población del estudio estará conformada por clientes del restaurante Ruta 58 de la ciudad de Talara.

**Tabla 01:** Clientes del Restaurante Ruta 58

<b>CLIENTES</b>	<b>CANTIDAD</b>
CLIENTES CONSECUTIVOS	20
CLIENTES HABITUALES	10
CLIENTES OCASIONALES	10
<b>TOTAL</b>	<b>40</b>

Fuente: Elaboración Propia del Investigador

La población de estudio será 40 clientes del restaurante Ruta 58.

Al ser una población finita y pequeña el estudio no aplicará muestra ni muestreo.

### 3.4. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos:

#### 3.4.1. Técnicas:

**Entrevista:** empleada para recolectar datos en forma directa por el gerente del restaurante Ruta 58 Talara.

\_(Arias, 2016) señala que se utiliza con el objetivo de recolectar datos acerca de un grupo de individuos para lo cual el investigador genera preguntas específicas a personas capaces de dar un aporte de información de interés.

**Encuesta:** Mediante dicha técnica se procederá a recolectar información de los clientes del restaurante ruta 58, y de esta manera realizar la investigación estadística correspondiente

\_(Paz, 2017). sostiene que la encuesta sirve para obtener datos a través de preguntas relacionadas describiendo su forma y propósito que se lleva a cabo determinando de manera precisa el fin de su obtención.

#### 3.4.2. Instrumentos de Recolección de Datos

**Guía de Entrevista:** Son preguntas utilizadas en la entrevista y se establece en función a las variables en mención.

Para\_(Arias, 2016), la entrevista es una forma estructurada que contiene las preguntas que son enunciadas al entrevistado donde son sujeto de análisis.

**Cuestionario:** El presente cuestionario será desarrollado en dos aspectos uno de ellos es para los clientes y el otro cuestionario es para los colaboradores del restaurante Ruta 58.

Señala \_(Paz, 2017), que el cuestionario sirve para determinar de una forma coherente y precisa la percepción de los datos blindados mediante el instrumento.

### **Validez:**

Se define como el grado en que el instrumento sirve para la correcta realización y estudio de la variable con el fin de tener información concisa y poder procesar los datos. \_(Roberto Sampieri, 2014)\_

Con la finalidad de brindar veracidad de los instrumentos que mide a las variables de estudio. Se realizó con la intervención de tres expertos, especialistas en el tema de investigación. Estos fueron:

- Mg Agustín Medina Marchena
- Mg Eduardo Raúl Pérez Zamora
- Mg Lino Rodríguez Alegre

**Tabla 02:** Validez

<b>Instrumento</b>	<b>Validador</b>	<b>Valoración</b>
Guía de Entrevista	Mg. Augustin Medina Marchena	Muy Bueno
Guía de Entrevista	Mg Eduardo Raúl Pérez Zamora	Bueno
Guía de Entrevista	Mg Lino Rodríguez Alegre	Muy Bueno

Fuente: Elaboración Propia del Investigador

### **Confiabilidad:**

.(Roberto Sampieri, 2014). la señala como la forma en que toma la medición para un resultado óptimo mediante el instrumento dando veracidad y autenticidad

Para esta investigación se procederá a utilizar el método estadístico Alfa de Cronbach el cual determino un 0.8 el grado de confiabilidad de mis encuestas planteadas en la investigación.

### **3.5. Procedimientos:**

Para la presente investigación se procedió a utilizar dos cuestionarios seleccionados por las variables de estudio las cuales son just time y servicio al cliente lo cual se consideró la escala de Likert el cual es importante dado que mide actitudes y perspectivas

Seguidamente se utilizó la interpretación de aplicar un análisis inferencial donde se obtuvo como resultado el nivel de correlación que hay entre ambas variables.

### **3.6. Método de Análisis de Datos:**

En lo referente a la información recopilada de los instrumentos teniendo en cuenta las dos variables de estudio las cuales son just time y servicio al cliente cuantificando la información plasmando el resultado obtenido en una tabla elaborada en el programa Excel 2015 y posteriormente se utilizó el software SPSS para poner en proceso la ejecución del análisis estadístico de la presente investigación. (Mediano, 2014) (Ver Anexo 07)

### **3.7. Aspectos Éticos:**

Las teorías y antecedentes que están considerados en esta investigación están debidamente citados respetando la relación de autores y el año con el formato de la norma ISO 690 (Namakforoosh, 2005)

## IV. RESULTADOS

Se ha considerado un análisis estadístico a través de los datos recolectados de los colaboradores en el restaurante Ruta 58, mediante un cuestionario de escala valorativa con cinco alternativas, con el propósito de poder conocer y evaluar las variables “Just Time y Satisfacción del cliente”, con el cual se empleó tablas de frecuencia y porcentaje, así mismo la prueba de normalidad de Shapiro Wilk y la prueba no paramétrica de Rho de Spearman o Person, que permiten un análisis de hipótesis de cada uno de los objetivos establecidos en la investigación. A continuación, se presentaron de la siguiente manera:

### 4.1. Resultados estadísticos

#### 4.1.1. Determinar la relación del Just Time y la confiabilidad en el Restaurante Ruta 58, Talara – Piura, 2020.

Confiabilidad del Servicio	Alternativas seleccionadas										Total	
	TD(5)		DA(4)		NI (3)		ED (2)		TE (1)			
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
- Confianza en la atención que se le ofrece al cliente	01	10,00%	01	10,00%	05	50,00%	01	10,00%	02	20,00%	10	100.00%
- Los clientes se sienten seguros del servicio	01	10,00%	01	10,00%	04	40,00%	03	30,00%	01	10,00%	10	100.00%
- Se ofrece garantía en el servicio al cliente	01	10,00%	01	10,00%	02	20,00%	05	50,00%	01	10,00%	10	100.00%

Tabla 3. Confiabilidad de los servicios en el restaurante.

Fuente: Cuestionario al personal del restaurante

Fuente: Elaboración Propia del Investigador

En la tabla 3 se observa la confiabilidad en el servicio que ofrece Ruta 58, en función a la valoración del personal indicando la confianza en su atención ofrecida al cliente con una calificación de 50,00% en indeciso, así mismo que la valoración si los clientes se sienten seguros con los servicios, fue calificado un 40,00% en indeciso, mientras que la valoración sobre si se ofrece garantía en el servicio al cliente, fue calificado un 50,00% en desacuerdo. Esto se debe a que el personal del restaurante, menciona que la mayoría de los clientes que frecuentan a los servicios del restaurante, no muestran un alto nivel de

confianza en la atención, puesto que algunos de los clientes muestran algunas dudas e inquietudes que el personal de atención constantemente trata de resolver, a pesar que se trata de ofrecer una mayor seguridad de los clientes, algunos de ellos no muestran una seguridad sobre el servicio que se le ofrece, por su parte en el restaurante si se ofrecen algunas alternativas de pagos, pero existen algunas falencias con la eficiencia de este procedimiento laboral, sumado a la calidad de los insumos que en ocasiones se ha evidenciado un bajo nivel de satisfacción de algunos clientes.

### Regla de la prueba de normalidad

Se acepta la hipótesis nula, si  $(p > 0.05)$

Si  $(p < 0.05)$ , se acepta la hipótesis alterna.

### Hipótesis estadísticas específico $H_1$

$H_0$ : La distribución es normal

$H_1$ : La distribución no es normal

Detalles	Prueba de normalidad					
	Kolmogorov - Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Estadís.	gl.	sig.	Estadís.	gl.	sig.
Confiabilidad del servicio	,245**	10	,091	,820**	10	,025
Just Time	,302**	10	,010	,781**	10	,008

Tabla 4. Prueba de normalidad mediante Shapiro-Wilk

Fuente: Corrección de significación de Lilliefors.

En la tabla 4, se observa que la prueba de normalidad de Shapiro Wilk, refleja un nivel de significancia para la confiabilidad del servicio y Just Time, menor a 0,05, por lo tanto, la regla permite tomar la decisión de aceptar la hipótesis alterna y se rechazar la hipótesis nula, debido a que no existe una distribución normal, efectuándose una prueba de tipo no paramétrica a través del método de correlación de Rho de Spearman.

ANÁLISIS DE CORRELACIÓN		
Rho de Spearman	Confiabilidad del servicio	Just Time
Confiabilidad del servicio	1,000**	,930**
Just Time	,930**	1,000**
Nivel de significancia	,000	,000
N°	10	10

Tabla 5. Correlación entre el Just Time y la confiabilidad del servicio

Nivel de significancia al 0.05 (*bilateral*)

Fuente: Cuestionario aplicado al personal del restaurante.

En la tabla 5, se observa a través de un análisis de datos estadístico correlacional con el método de Rho de Spearman logrando obtener un coeficiente de correlación y significancia ( $r = ,930^{**}$  y  $p = ,000 < ,05$ ) calificando en un nivel muy alto, ACEPTANDO la primera hipótesis específica, debido a que existe relación significativa entre el Just time y la confiabilidad en el restaurante ruta 58, Talara – Piura, 2020.

Dicha correlación estadística, demuestra también que la alta aplicación efectiva del Just Time, incidirá a un alto nivel de confiabilidad en los servicios del Restaurante es por ello que el bajo nivel de aplicación del Just Time, genera un bajo nivel de confiabilidad en los servicios del Restaurante, por lo cual es necesario la efectividad del Just Time, para proporcionar una mayor confianza de los servicios hacia los clientes que recurren en el Restaurante Ruta 58.

#### 4.1.2. Determinar la relación del Just time y la prontitud de respuesta al cliente en el Restaurante Ruta 58, Talara 2020

Prontitud de Respuesta	Alternativas seleccionadas										Total	
	TD(5)		DA(4)		NI (3)		ED (2)		TE (1)			
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
- Cumplimiento de la rapidez de atención al cliente	00	00,00%	01	10,00%	01	10,00%	06	60,00%	02	20,00%	10	100.00%
- Atención razonable de los pedidos	01	10,00%	01	10,00%	02	20,00%	05	50,00%	01	10,00%	10	100.00%
- Solución inmediata de las quejas y/o reclamos	01	10,00%	01	10,00%	04	40,00%	03	30,00%	01	10,00%	10	100.00%

Tabla 6. Descripción del Just Time en la prontitud de respuesta

Fuente: Cuestionario al personal del restaurante

Elaborado propia del Investigador.

En la tabla 6 se observa que la prontitud de la respuesta en el Restaurante Ruta 58, en función a la valoración del personal indicando el cumplimiento en su rapidez referente a la atención al cliente calificándolo con un 60,00% en desacuerdo, mientras que la valoración sobre la atención razonable de los pedidos, fue calificado un 50,00% en desacuerdo, mientras que la valoración de la solución inmediata de las quejas y/o reclamos, fue calificado un 40,00%



indeciso. Esto se debe a que el personal del restaurante, menciona que existen una serie de falencias relacionados con cumplir con una mayor rapidez en los servicios que se le ofrece al cliente, puesto que existen ciertos tiempos adicionales que se origina en los procesos laborales.

### Regla de la prueba de normalidad

Se acepta la hipótesis nula, si  $(p > 0.05)$

Si  $(p < 0.05)$ , se acepta la hipótesis alterna.

### Hipótesis estadísticas específico $H_1$

$H_0$ : La distribución es normal

$H_1$ : La distribución no es normal

Detalles	Prueba de normalidad					
	Kolmogorov - Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Estadís.	gl.	sig.	Estadís.	gl.	sig.
Prontitud de Respuesta	,362**	10	,001	,717**	10	,001
Just Time	,302**	10	,010	,781**	10	,008

Tabla 5. Prueba de normalidad mediante Shapiro-Wilk

Fuente: Corrección de significación de Lilliefors.

En la tabla 5, se observa que la prueba de normalidad de Shapiro Wilk, refleja un nivel de significancia para la prontitud de respuesta y Just Time, menor a 0,05, por lo tanto, la regla permite tomar la decisión de aceptar la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula, debido a que no existe una distribución normal, efectuándose una prueba de tipo no paramétrica a través del método de correlación de Rho de Spearman.

Dicha correlación estadística, demuestra también que la alta aplicación efectiva del Just Time, incidirá a un alto nivel de respuesta en los servicios del Restaurante, sin embargo, el bajo nivel de aplicación del Just Time, incidirá a un bajo nivel de respuesta en los servicios del Restaurante, por lo cual es necesario la efectividad del Just Time, para proporcionar una mayor respuesta de los servicios a los clientes del restaurante.

ANÁLISIS DE CORRELACIÓN		
Rho de Spearman	Prontitud de respuesta	Just Time
Prontitud de Respuesta	1,000**	,929**
Just Time	,929**	1,000**
Nivel de significancia	,000	,000
N°	10	10

Tabla 10. Correlación entre el Just Time y la prontitud de respuesta.

Nivel de significancia al 0.05 (*bilateral*)

Fuente: Cuestionario aplicado al personal del restaurante.

En la tabla 10, se observa que, a través del análisis de datos al estadístico correlacional, a través del método de Rho de Spearman, se logró obtener un coeficiente de correlación y significancia ( $r = ,929^{**}$  y  $p = ,000 < ,05$ ) calificando en un nivel muy alto, aceptando la segunda hipótesis específica, debido a que existe relación significativa entre el Just time y la prontitud de respuesta en el restaurante ruta 58, Talara – Piura, 2020.

#### 4.1.3. Determinar la relación del Just time y la seguridad del servicio al cliente en el Restaurante Ruta 58 Talara – Piura, 2020.

SEGURIDAD DEL SERVICIO	Alternativas seleccionadas										Total	
	TD(5)		DA(4)		NI (3)		ED (2)		TE (1)			
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
- infraestructura adecuada y en confort para los clientes	01	10,00%	01	10,00%	04	40,00%	03	30,00%	01	10,00%	10	100.00%
- Se cuenta con normas, procedimientos y sistema seguros	01	10,00%	01	10,00%	02	20,00%	05	50,00%	01	10,00%	10	100.00%
- Se brinda información necesaria para fortalecer su seguridad	01	10,00%	01	10,00%	04	40,00%	03	30,00%	01	10,00%	10	100.00%

Tabla 6. Descripción del Just Time en la seguridad del servicio.

Fuente: Cuestionario al personal del restaurante

Elaborado por el autor.

En la tabla 6, se observa que la seguridad del servicio al cliente del Restaurante Ruta 58, en función a la valoración del personal, indica que, si se cuenta con una infraestructura adecuada y en confort para los clientes, fue calificado un 40,00% en indeciso, mientras que la valoración sobre si se cuenta con normas, procedimientos y sistemas seguros, fue calificado un

50,00% en desacuerdo, mientras que la valoración respecto a si se brinda información necesaria para fortalecer su seguridad, fue calificado un 40,00% indeciso. Estos se deben a que el personal del restaurante, menciona que existen algunos ambientes con una infraestructura adecuada, cómoda y flexible para el cliente, sin embargo no se cuenta con normas que permita prevenir o reducir los riesgos laborales que incida durante la atención al cliente, así mismo de la ausencia de procedimiento y sistemas laborales que fortalezcan los niveles de seguridad, finalmente algunos están comprometidos en fortalecer la seguridad de los clientes mediante la información que solicitan y/o requieran.

### Regla de la prueba de normalidad

Se acepta la hipótesis nula, si  $(p > 0.05)$

Si  $(p < 0.05)$ , se acepta la hipótesis alterna.

### Hipótesis estadísticas específico $H_1$

$H_0$ : La distribución es normal

$H_1$ : La distribución no es normal

Detalles	Prueba de normalidad					
	Kolmogorov - Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Estadís.	gl.	sig.	Estadís.	gl.	sig.
Seguridad del servicio	,245**	10	,091	,820**	10	,025
Just Time	,302**	10	,010	,781**	10	,008

Tabla 7. Prueba de normalidad mediante Shapiro-Wilk

Fuente: Corrección de significación de Lilliefors.

En la tabla 7, se observa que la prueba de normalidad de Shapiro Wilk, refleja un nivel de significancia para la seguridad del servicio y just time, menor a 0,05, por lo tanto, la regla permite tomar la decisión de aceptar la hipótesis alterna y se rechazar la hipótesis nula, debido a que no existe una distribución normal, efectuándose una prueba de tipo no paramétrica a través del método de correlación de rho de spearman.

Dicha correlación estadística, demuestra también que la alta aplicación efectiva del Just Time, incidirá a un alto nivel de seguridad en los servicios del Restaurante, sin embargo, el rendimiento de aplicar el Just Time, incidirá a un bajo nivel de seguridad en los servicios del Restaurante, por lo cual es

necesario la efectividad del Just Time, para proporcionar una mayor seguridad de los servicios hacia los clientes que recurren en el Restaurante Ruta 58.

ANÁLISIS DE CORRELACIÓN		
Rho de spearman	Seguridad del servicio	Just Time
Seguridad del servicio	1,000**	,930**
Just Time	,930**	1,000**
Nivel de significancia	,000	,000
N°	10	10

Tabla 8. Correlación entre el Just Time y la seguridad del servicio

Nivel de significancia al 0.05 (*bilateral*)

Fuente: Cuestionario aplicado al personal del restaurante.

En la tabla 8, se observa que, a través del análisis de datos al estadístico correlacional, a través del método de rho de spearman, se logró obtener un coeficiente de correlación y significancia ( $r = ,930^{**}$  y  $p = ,000 < ,05$ ) calificando en un nivel muy alto, aceptando la tercera hipótesis específica, debido a que existe relación significativa entre el just time y la seguridad en el restaurante.

#### 4.1.4. Determinar la relación del Just Time y la satisfacción del cliente en el restaurante Ruta 58 Talara 2020

Just Time y Satisfacción al Cliente	Alternativas seleccionadas										Total	
	TD(5)		DA(4)		NI (3)		ED (2)		TE (1)			
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
- Proceso del trabajo	01	10,00%	01	10,00%	01	10,00%	06	60,00%	01	10,00%	10	100.00%
- Satisfacción del personal	01	10,00%	02	20,00%	02	20,00%	04	40,00%	01	10,00%	10	100.00%
- Fiabilidad y/o garantía del servicio	01	10,00%	01	10,00%	04	40,00%	03	30,00%	01	10,00%	10	100.00%
- Prontitud de respuesta	01	10,00%	01	10,00%	02	20,00%	05	50,00%	01	10,00%	10	100.00%
- Seguridad	01	10,00%	01	10,00%	04	40,00%	03	30,00%	01	10,00%	10	100.00%
- Just Time	01	10,00%	01	10,00%	03	30,00%	04	40,00%	01	10,00%	10	100.00%
- Satisfacción del cliente	01	10,00%	01	10,00%	04	40,00%	03	30,00%	01	10,00%	10	100.00%

Tabla 9. Descripción del Just Time y satisfacción del cliente

Fuente: Cuestionario al personal del restaurante

Fuente: Elaboración Propia del Investigador

En la tabla 9 se observa que en el Restaurante Ruta 58, en función a la valoración del personal, indica que el proceso de trabajo, fue calificado un

60,0% en desacuerdo, la satisfacción del personal fue calificado un 40,00% en desacuerdo, la fiabilidad y/o garantía del servicio, fue calificado un 40% en indeciso, la prontitud de respuesta, fue calificado un 50,00% en desacuerdo, la seguridad del servicio, fue calificado un 40,00% indeciso, mientras que el Just Time y la satisfacción del cliente fue calificado un 40% en desacuerdo e indeciso o regular. Esto se debe a que el personal del restaurante, mencionaron que no se ha mejorado los tiempos en los procesos laborales, mucho menos tienen un conocimiento óptimo de las acciones que se hallan considerado, por su parte no todos se sienten cómodos en su área de trabajo y no muestran un alto nivel de satisfacción de sus tareas y/o actividades laborales que realizan.

Además, no todos confían en los servicios que se le ofrecen, algunos se sientes seguros con la atención, mientras que el cumplimiento o rapidez en la atención de los pedidos muchas veces sufren de retrasos debido a la falta de mejora o eficiencia en los procesos laborales.

### Regla de la prueba de normalidad

Se acepta la hipótesis nula, si  $(p > 0.05)$

Si  $(p < 0.05)$ , se acepta la hipótesis alterna.

### Hipótesis estadísticas específico $H_1$

$H_0$ : La distribución es normal

$H_1$ : La distribución no es normal

Detalles	Prueba de normalidad					
	Kolmogorov - Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Estadís.	gl.	sig.	Estadís.	gl.	sig.
Just Time	,302**	10	,010	,781**	10	,008
Satisfacción al cliente	,245**	10	,091	,820**	10	,025

Tabla 10. Prueba de normalidad mediante Shapiro-Wilk

Fuente: Corrección de significación de Lilliefors.

En la tabla 10, se observa que la prueba de normalidad de Shapiro Wilk, refleja un nivel de significancia para el Just Time y satisfacción del cliente, es menor a 0,05, por lo tanto, la regla permite tomar la decisión de aceptar la hipótesis alterna y se rechazar la hipótesis nula, debido a que no existe una distribución

normal, efectuándose una prueba de tipo no paramétrica a través del método de correlación de Rho de Spearman.

ANÁLISIS DE CORRELACIÓN		
Rho de Spearman	Just Time	Satisfacción al cliente
Just Time	1,000**	,930**
Satisfacción al cliente	,930**	1,000**
Nivel de significancia	,000	,000
N°	10	10

Tabla 11. Correlación entre el Just Time y la satisfacción del cliente.

Nivel de significancia al 0.05 (*bilateral*)

Fuente: Cuestionario aplicado al personal del restaurante.

En la tabla 11, se observa que, a través del análisis de datos al estadístico correlacional, a través del método de rho de spearman, se logró obtener un coeficiente de correlación y significancia ( $r = ,930^{**}$  y  $p = ,000 < ,05$ ) calificando en un nivel muy alto, aceptando la hipótesis general, debido a que existe relación significativa entre el just time y la satisfacción del cliente en el restaurante ruta 58, talara – piura, 2020.

Dicha correlación estadística, demuestra también que la alta aplicación efectiva del Just Time, incidirá a un alto nivel de satisfacción del cliente en los servicios del Restaurante, sin embargo, el bajo nivel de aplicación del Just Time, incidirá a un bajo nivel de satisfacción del cliente en los servicios del Restaurante, por lo cual es necesario la efectividad del Just Time, para proporcionar una mayor satisfacción del cliente de los servicios en el Restaurante Ruta 58, Por ende la correlación estadística demuestra la aceptación efectiva del Just time incide en nivel de respuesta y los colaboradores.

#### IV. DISCUSIONES:

En consecuencia, a este capítulo se tomará en cuenta la perspectiva de los resultados obtenidos mediante la aplicación de los instrumentos de las variables sujetas a estudio, comparando con los hallazgos previos y teorías considerados en este estudio.

El primer objetivo específico fue *Determinar la relación del Just Time y la confiabilidad en el restaurante ruta 58, Talara – Piura, 2020*. De acuerdo con (PEÑA, 2018) determina que la relación directa con la Satisfacción al cliente comprende de ciertos componentes claves tales que coincidan con las expectativas del mismo cliente , fortaleciendo el desarrollo dentro de la empresa desarrollando ambiente de trabajo laboral confiable que permita la optimización de recursos.

Por el contrario, los resultados que indican las bases teóricas, debido a que la situación actual de la empresa no es estable puesto que se encuentra la confianza en su atención al cliente fue calificado en un 50%, los clientes no se sienten seguros del todo con un 40%, cuentan con una valoración de respaldo de garantía del 50% mencionando que no muestra un alto nivel de confianza en su atención por parte de los clientes.

Con ello se acepta la hipótesis general que establece que la herramienta Just time se relaciona de manera significativa con el servicio al cliente del restaurante Ruta 58 por medio del coeficiente de Rho de Spearman ( $r = ,930^{**}$  y  $p = ,000 < ,05$ ) dando una calificación alta Aceptando la primera hipótesis específica donde verifica la relación de ambas variables.

Por lo cual este resultado acredita que los colaboradores del restaurante Ruta 58 no tienen claro la relación de confiabilidad del just time con el servicio al cliente y al no tener claro los procedimientos no pueden realizar un correcto desempeño laboral. (Angela Riveros Benitez, 2016), el cual indica que implementar la teoría del Just time ayudara de manera satisfactoria en los principales procesos productivos de la organización efectuado por eliminar los

tiempos muertos, equipamiento y aumento de la calidad y productividad en las ventas obtenidas.

El segundo objetivo específico fue *determinar la relación del Just time y la prontitud de respuesta al cliente en el restaurante Ruta 58, Talara 2020*. (Jireh, 2018) indica que, la prontitud de respuesta alterna dentro de las organizaciones comprendiendo la accesibilidad de mi servicio ofrecido al cliente con la necesidad por adquirirlo, sin embargo, en la valoración del personal de los colaboradores del restaurante Ruta 58 indica que la rapidez de atención es calificada con un 60% mientras que otra proporción de clientes lo valora en un 50% de manera favorable, y las quejas y soluciones inmediatas están valoradas en un 40%

A partir de ello se acepta la hipótesis alternativa y se rechaza la hipótesis nula debido a que no existe una distribución de manera normal a través del método de correlación de Rho de Spearman ( $r = ,929^{**}$  y  $p = ,000 < ,05$ ) aceptando la segunda hipótesis específica debido a una relación existente de ambas variables.

El tercer objetivo específico fue *Determinar la relación del Just time y la seguridad del servicio al cliente en el restaurante Ruta 58 Talara – Piura, 2020*. (MONICA ISABEL VARGAS CERON, 2016), la seguridad de los procesos en toma de la calidad es un procedimiento de alto alcance si se sabe manera es por ello que la herramienta Just Time ayuda a repotenciar todos los procedimientos que estén tardíos o discontinuados para la toma de decisiones dentro de las organizaciones

La infraestructura adecuada y que estén cómodos los clientes es calificado con un 40%, mientras que la toma de procedimientos y sistema seguro tiene una valoración de 50%, se brinda información necesaria para fortalecer seguridad con un 50%, lo que permite demostrar que el colaborador no tiene muy en claro estos procedimientos precisos dentro de la organización

A partir de ello, se acepta la hipótesis alterna y se rechazar la hipótesis nula, debido a que no existe una distribución normal, efectuándose una prueba de



tipo no paramétrica a través del método de correlación de Rho de Spearman ( $r = ,930^{**}$  y  $p = ,000 < ,05$ )

El objetivo general fue, *determinar la relación del Just Time y la satisfacción del cliente en el restaurante Ruta 58 Talara 2020*. Por su parte (Alex Ricardo Medina Freire, 2014) los procesos dentro de la producción de gestión de productos son importantes dado que expresa y enfatiza en las ventas finales de manera positiva es por ello que el poder utilizar la herramienta Just time influye en el éxito con el cliente dado que sabe e introduce el tipo de necesidad que requiere para lograr una alta expectativa , los procesos de trabajo tiene una valoración de 40% de la fiabilidad , la satisfacción al cliente con un 50% , fiabilidad y/o garantía del servicio 30% , prontitud de respuesta con un 50% , seguridad con un 40% demostrando que no todos confían en los servicios ofrecidos por el restaurante dado que existen ambientes adecuados que permiten mayor nivel de seguridad para la atención al cliente

A partir de lo obtenido, se *acepta* la hipótesis alterna y se rechazar la hipótesis nula, debido a que no existe una distribución normal, efectuándose una prueba de tipo no paramétrica a través del método de correlación de Rho de Spearman ( $r = ,930^{**}$  y  $p = ,000 < ,05$ )

incidirá a un alto nivel de satisfacción del cliente en los servicios del Restaurante, sin embargo, el bajo nivel de aplicación del Just Time, incidirá a un bajo nivel de satisfacción del cliente en los servicios del Restaurante, por lo cual es necesario la efectividad del Just Time, para proporcionar una mayor satisfacción del cliente de los servicios en el Restaurante Ruta 58.

## V. CONCLUSIONES

1. La confiabilidad se relaciona significativamente con el Just time debido que ( $r = ,930^{**}$  y  $p = ,000 < ,05$ ) porque, no se realiza de manera rápida la toma de confianza para con el cliente.
2. La prontitud de respuesta del Just Time se relaciona significativamente con el servicio al cliente dado que ( $r = ,929^{**}$  y  $p = ,000 < ,05$ ) porque, se necesita que las respuestas a toma de pedidos dentro de las instalaciones sean rápidas y directas.
3. La seguridad del Just Time se relaciona directamente con el servicio al cliente dado que ( $r = ,930^{**}$  y  $p = ,000 < ,05$ ) porque, se necesita un respaldo directo de la calidad de los productos y/o garantía que repercute en ellos.
4. La relación de la herramienta Just time y la satisfacción del cliente servirá para que la atención, la calidad, el servicio, sean de su agrado en su totalidad generando de esta forma que el restaurante Ruta 58 sea considerado y posicionado como el mejor a nivel de la localidad.

## VI. RECOMENDACIONES

1. Just Time es una herramienta que lograra en gran escala mejorar el servicio al cliente, dado que disminuye el desperdicio de los procesos desde los tiempos motivo por el cual debe aplicarse en el restaurante Ruta 58 de la ciudad de Talara
2. Se recomienda a los dueños del restaurante Ruta 58 poder informarse acerca de la misma herramienta Just Time desde el punto de vista de para qué sirve y como funcionara en el restaurante
3. Se recomienda al restaurante Ruta 58 desarrollar las estrategias para así mantener y aumentar los clientes proporcionales del restaurante Ruta 58, una vez puesto en marcha dado que es una propuesta el cual no se desarrollará actualmente sino en un futuro
4. La herramienta Just time es una implementación de recepción a un cambio y mejora continua para con los clientes y lograr un mejor posicionamiento del restaurante Ruta 58

## REFERENCIAS

**FIDIAS, Arias.** *El proyecto de investigación.* [en línea]. Sexta edición ampliada y corregida: Julio de 2012: Ediciones El Pasillo 2011, C.A. 2016. [Fecha de consulta: 02 de junio de 2020]. Disponible en: <https://evidencia.com/wp-content/uploads/2014/12/EL-PROYECTO-DE-INVESTIGACION-6ta-Ed.-FIDIAS-G.-ARIAS.pdf>

**RIVEROS, Angela y RODRIGUEZ, Angela.** *Gestión de la cadena de suministros Bimbo.* Tesis: (Titulo Administración). Bogotá: Universidad del Rosario Bogotá Dc, 2016. 169 pp. Disponible en: [repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/12668/RiverosBenitez-angela-2016.pdf? Sequence=1&isAllowed=y](http://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/12668/RiverosBenitez-angela-2016.pdf?Sequence=1&isAllowed=y)

**LOZANO, Atahuaman y ELVIRA, Elizabeth.** *La gestión de inventarios en la cadena de abastecimiento y su impacto en la toma de decisiones financieras de las empresas que realizan actividades de restaurante – pollería.* Tesis: (Titulo de Contabilidad). Lima: Universidad Peruana Ciencias Aplicadas, 2018. Disponible en: [repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/625826/Atahuam%3%a1n\\_le.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/625826/Atahuam%3%a1n_le.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

**PHILIPS, Arnbt.** Just time: El sistema de producción de justo a tiempo. [ en línea]. 1era edición. DGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. .2014. [Fecha de consulta: 10 de mayo de 2020]. Disponible en:[https://books.google.com.pe/books?id=ewbU\\_AVlbn8C&printsec=frontcover&dq=autores+que+citen+al+just+time&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwibv\\_TSiajtAhXgGLkGHUJvBncQ6AEwA3oECAMQAg#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=ewbU_AVlbn8C&printsec=frontcover&dq=autores+que+citen+al+just+time&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwibv_TSiajtAhXgGLkGHUJvBncQ6AEwA3oECAMQAg#v=onepage&q&f=false)

**NIÑO, Angela.** *Modelo de Aplicación de Herramientas de manufactura esbelta y mejoramiento de la calidad del sistema de producción.* Tesis (Ingeniería Industrial) Pontificia Universidad Javeriana Cali-Colombia. Disponible en:

<https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/7141/tesis66.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

**MEDIANA, Ricardo.** *Just in Time y Fidelización de los clientes de la Empresa Pizzería D'BIANCA de la Ciudad de Pelileo.* Tesis (Marketing y Gestión de Negocios). Ecuador: Universidad de Ambato, 2014. 152 pp. Disponible en: [repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/8261/1/190%20MKT.pdf](http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/8261/1/190%20MKT.pdf)

**CHANG, Harry; VERTIZ, María.** *Ministerio De Trabajo y Promoción De Empleo.* [en línea]. Vol. 1, 2006 [ Fecha de Consulta: 30 de junio del 2020]. Disponible en: [http://prototipo.regioncallao.gob.pe/contenidos/contenidos\\_empresas/docoportunidadnegocio/10\\_Casos\\_de\\_Exito%20MYPE.pdf](http://prototipo.regioncallao.gob.pe/contenidos/contenidos_empresas/docoportunidadnegocio/10_Casos_de_Exito%20MYPE.pdf)

**BERNAL, Cesar.** *Metodología de la Investigación* 3 ed. Colombia. Grupo Editorial Pearson. ISBN E-BOOK 978-958-699-129-2. [Fecha de consulta: 03 de mayo de 2020]. Disponible en: <https://abacoenred.com/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Arias-2012-pdf.pdf>

**CARILLO, Arbaiza.** *“Gestión de compras y el Just time en las bodegas del distrito de la Perla – Callao”.* Tesis (Licenciado en Administración). Lima: Universidad Cesar Vallejo, 2018. 148 pp Disponible en: [http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/23239/Carrillo\\_AA\\_SH.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/23239/Carrillo_AA_SH.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

**QUISPE, Luis y CAMPOS, Dante.** *Satisfacción al cliente y niveles de ventas del restaurante chicharronería Sarita E.I.R.L.* Tesis (Administración de Empresas). Lima: Universidad Autónoma del Perú., 2019. Disponible en: [repositorio.autonoma.edu.pe/handle/AUTONOMA/829](http://repositorio.autonoma.edu.pe/handle/AUTONOMA/829)

**CHACON, Francisco.** *Servicio al cliente en los restaurantes del departamento de Socola.* Título (Administración de Empresas). [ Fecha de consulta: 8 de junio del 2020]. Disponible en : <http://biblio3.url.edu.gt/Tesis/2012/01/01/Chacon-Ever.pdf>

**LOPEZ, Cinthia y GOMEZ, Javier.** *Metodología para la Investigación científica.* 1ed. [en línea] Todos los derechos reservados. [Fecha de Consulta: 12de agosto de 2020]. Disponible en:

<https://books.google.com.pe/books?id=Cg3dBAAAQBAJ&pg=PA73&dq=metodologia+de+la+investigacion+-+como+hacer+un+diagrama+causa+y+efecto&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwi0zp-2-frsAhXND7kGHVfkAGEQ6AEwAHoECAAQAg#v=onepage&q=metodologia%20de%20la%20investigacion%20-%20como%20hacer%20un%20diagrama%20causa%20y%20efecto&f=false>

**JIREH, Yasser.** *Calidad de los servicios y satisfacción de los clientes del restaurante Burguer Dinner de la ciudad de Zacapa.* Tesis (Licenciado en Mercadotecnia). México: Universidad Rafael Landívar, 2018. Disponible en: <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesisjrkd/2018/01/04/DelCid-Yasser.pdf>

**GESTION.** *Caso de Éxito Bambos busca Convertir fans en Clientes* [ en línea]. [Fecha de consulta: 20 de abril de 2020]. Disponible en: <https://archivo.gestion.pe/noticia/1319598/bembos-busca-convertir-fans-clientes-commerce?ref=gesr>

**GUTIERREZ, Humberto.** *Calidad Total y Productividad* [ en línea]. 3º ed. México: McGraw-Hill/INTERAMERICANA EDITORES, SA. DE. CV. [Fecha de consulta: 10 de mayo de 2020]. Disponible en: [www.academia.edu/31335449/Calidad\\_Total\\_y\\_Productividad\\_Humberto\\_Gutierrez\\_Pulido\\_MC\\_Graw\\_Hill\\_Ed3\\_2\\_](http://www.academia.edu/31335449/Calidad_Total_y_Productividad_Humberto_Gutierrez_Pulido_MC_Graw_Hill_Ed3_2_)

**GONZALES, Yesenia.** *Calidad de servicio y lealtad del cliente en el restaurante Don Rulo S.A.C. Trujillo, 2017.* [Fecha de consulta: 30 de abril de 2020]. Disponible en: [http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/9900/gonzalez\\_ly.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/9900/gonzalez_ly.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

**BAENA, Guillermina.** *Metodología de la Investigación.* 3ra Edición México: 144 pp. ISBN ebook: 978-607-744-003-1 Disponible en: [http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales\\_de\\_consulta/Drogas\\_de\\_Abuso/Articulos/metodologia%20de%20la%20investigacion.pdf](http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales_de_consulta/Drogas_de_Abuso/Articulos/metodologia%20de%20la%20investigacion.pdf)

**PINERO, Juana.** *Medición de la satisfacción del cliente en el restaurante Taurino.* Tesis (Licenciado Administración de Empresas). Colombia. Universidad

Javeriana Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, 2009.  
Disponibile en: <https://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/economia/tesis356.pdf>

**DUARTE, Jesús.** *Satisfacción Laboral y Satisfacción al cliente en restaurantes de comida mexicana.* Tesis (Licenciado en Administración Estratégica). México. Universidad Autónoma de Baja California del Sur, 2018. Disponible en: <http://rep.uabcs.mx/bitstream/23080/249/1/te3928.pdf>

**HUTCHINGS, David.** Metodología *Just Time*. [ En Línea] Inglaterra: First edition published by Grover Technical Press Ltd. 1998 [Fecha de consulta: 10 de mayo de 2020]. Disponible en: <https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=&id=Q6zO-UwJ1i0C&oi=fnd&pg=PR11&dq=+++just+time+que+es&ots=O65ootYqyJ&sig=YqAIG9ioi7tVoJPQPUPDvDuOJeU#v=onepage&q=just%20time%20que%20es&f=false>

**TSCHOOL, Jhohn.** *Servicio y Atención al Cliente: El arma secreta que alcanza la excelencia.* 5ta Edición. Todos los derechos Reservados [ en línea] [Fecha de Consulta: 16 de Julio de 2020]. Disponible en: [file:///C:/Users/JHONATAN/Downloads/libro-servicio-al-cliente-el-arma-secreta%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/JHONATAN/Downloads/libro-servicio-al-cliente-el-arma-secreta%20(1).pdf)

**RIOS, Ricardo.** *Metodología para la Investigación y redacción.* 1ra ed. Servicios Grupo de investigación (SEJ 309) eumed.net de la Universidad de Málaga, España Académicos Intercontinentales S.L, 2017. 62 p [ en línea] [Fecha de Consulta: 16 de Julio de 2020]. Disponible en: <file:///C:/Users/JHONATAN/Downloads/Metodolog%C3%ADa%20para%20la%20investigaci%C3%B3n-1edici%C3%B3n.pdf>

**HAY, Edward.** *Justo a Tiempo:* La técnica japonesa que genera ventaja competitiva. [ en línea] 1.º ed. Colombia: Norma, 1989 [ Fecha de Consulta: 12 de mayo de 2020]. Disponible en: [germanchan.files.wordpress.com/2014/11/libro-2-justo-a-tiempo.pdf](http://germanchan.files.wordpress.com/2014/11/libro-2-justo-a-tiempo.pdf)

**HUACHACA, Carolina.** *“El Método del Just in time y su influencia en la productividad de la empresa Gate Gourmet SRL, Lima en el año 2016”.* Tesis (Licenciada en Administración). Lima: Universidad Cesar Vallejo,

2016. 95 pp. Disponible en:  
<http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/2481>

**HERNANDEZ, Roberto.** *Metodología de la Investigación. Elementos Básicos para la investigación.* 3º ed. México: McGraw-Hill Interamericana.2014

Disponible en: [http://data.over-blog-kiwi.com/0/27/01/47/201304/ob\\_195288\\_metodologia-de-la-investigacion-sampieri-hernande.pdf](http://data.over-blog-kiwi.com/0/27/01/47/201304/ob_195288_metodologia-de-la-investigacion-sampieri-hernande.pdf)

**LOPEZ, Pedro.** *Población Muestra Muestreo.* Revista boliviana [ en línea]. 1º ed. No. 1, enero-junio 2020. [Fecha de consulta: 15 de octubre de 2020].

Disponible en:  
[http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1815-02762004000100012](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-02762004000100012)

**ROMO, Marcela.** *Repensando el mundo de la empresa y trabajo en los servicios: El Caso MacDonals. XXVII Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología. VIII Jornadas de Sociología de la Universidad de Buenos Aires. Asociación Latinoamericana de Sociología.* [en línea]. Argentina, 2009. . [Fecha de consulta: [06 de mayo del 2020]. Disponible en:  
<http://cdsa.aacademica.org/000-062/1411.pdf>

**SAMPIERIE, Roberto.** *Metodología de la Investigación – validación de Instrumentos.* 5º. ed. México: McGraw-Hill / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V. ISBN: 978-607-15-0291-9. Disponible en:  
[http://jbposgrado.org/material\\_seminarios/HSAMPIERI/Metodologia%20Sampieri%205a%20edicion.pdf](http://jbposgrado.org/material_seminarios/HSAMPIERI/Metodologia%20Sampieri%205a%20edicion.pdf)

**MARTINEZ, Catalina.** *Técnicas e instrumentos de recolección de datos.* 1 edición Madrid: Editorial Digital. [Fecha de consulta: 06 de mayo del 2020] Disponible en:  
<https://books.google.com.pe/books?id=iiTHAwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=metodo+de+análisis+de+datos+-+metodología&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwi7reWjhfvAhVAF7kGHYuvCncQ6AEwAHoECA>



AQA#v=onepage&q=metodo%20de%20 analisis%20de%20datos%20-  
%20metodologia&f=false

**VARGAS, Isabel y TORO, Fernanda.** *Modelo de Implementación JIT para Pymes.*

Tesis (Licenciado en Logística y Producción). Colombia: Universidad Católica Lumen Gentium Unicatolica, 2016. Disponible en: [https://repository.unicatolica.edu.co/bitstream/handle/20.500.12237/1106/MODELO\\_IMPLEMENTACION\\_JIT\\_PARA\\_PYMES.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repository.unicatolica.edu.co/bitstream/handle/20.500.12237/1106/MODELO_IMPLEMENTACION_JIT_PARA_PYMES.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

**LOPEZ, Cecilia.** *Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del*

*Restaurante Rachy´.* Tesis: (Administración de empresas). Ecuador: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Disponible en: <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/9867/1/T-UCSG-POS-MAE-160.pdf>

**MORA, Daniel y SANCHEZ, Talina.** *Servicio al cliente en el restaurante la Rivera*

*y su impacto en la calidad del servicio.* Tesis (Marketing y negocios internacionales) Ecuador: Universidad de Guayaquil Facultad de Ciencias Administrativas. Disponible en: <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/10491/1/Analisis%20de%20Servicio%20al%20cliente%20en%20el%20restaurante%20la%20Riviera.pdf>

**LOPEZ, Elvira.** *Ventajas de atender mejor al cliente* [ en línea] 1.º ed. México:

Norma, 2013 [ Fecha de Consulta: 24 de Setiembre de 2020]. Disponible en: <https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no82/pacioli-82.pdf>

**NOHAMAMAD, Namahforoosh.** *Metodología de la Investigación “2edit.Mexico:*

*Limusa* Editorial Noriega Editores. Disponible en: [https://books.google.com.pe/books?id=ZEJ7-0hmvhwC&pg=PA437&dq=aspectos+eticos+de+la+metodologia&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwiZh7fK\\_PrsAhV0D7kGHfPjAVwQ6AEwAHoECAAQA#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=ZEJ7-0hmvhwC&pg=PA437&dq=aspectos+eticos+de+la+metodologia&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwiZh7fK_PrsAhV0D7kGHfPjAVwQ6AEwAHoECAAQA#v=onepage&q&f=false)

**LAZARO, Franco; Guerrero Paolo y ZA VALETA Alfredo** *Satisfaccion al cliente*

*durante su experiencia al comprar en un restaurante de comida rápida.* Tesis (Ingeniero Industrial). Perú: Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. Disponible en:

<https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/620933/Tesis%20-%20Entrega%20final%2016Nov16%20%281%29.pdf?sequence=5&isAllowed=y>

**JUAREZ, Elvira .** *Importancia de la calidad del servicio al cliente.* [ en línea] 1.º ed. México: Norma, 2013 [ Fecha de Consulta: 24 de Setiembre de 2020] Disponible en: <https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no82/pacioli-82.pdf>

**PERDONOMO, Maryuri.** *Mejoramiento de la Gestión de Inventarios de la comercializadora Konsumaz.* Tesis (Ingeniería Industrial). Ecuador: Universidad Autónoma de Occidente, Facultad de Ingeniería Industrial, 2015 Disponible en: <https://red.uao.edu.co/bitstream/10614/5548/1/TID01997.pdf>

**TAVARA, Jorge.** *Percepción de la calidad de servicio y la intención de recompra de los clientes del restaurante El Parrillón.* Tesis (Titulo de Dirección de Empresas) Piura: Universidad Cesar Vallejo, 2019. 155 pp Disponible en: [http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/43334/T%c3%a1vara\\_PJL.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/43334/T%c3%a1vara_PJL.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

**VIDAL, Alva.** *Calidad de servicio en el restaurante “Gibi” del Hotel San Agustín Exclusive - Miraflores desde la perspectiva de los clientes.* Tesis (Licenciada en Hotelería y Turismo). Lima: Universidad Cesar Vallejo, Facultad de Hotelería y Turismo, 2017 Disponible en: [http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/22622/Vidal\\_AV..pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/22622/Vidal_AV..pdf?sequence=1&isAllowed=y)

**SANTOS, Kevin.** *Calidad de servicio del personal y su influencia en la satisfacción de los clientes en el restaurante el Madero.* Tesis (Licenciado en Administración). Chiclayo: Universidad Cesar Vallejo, Facultad de Administración, 2017 Disponible en: [http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/29517/Santos\\_RK.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/29517/Santos_RK.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

## ANEXOS

### Anexo 1: Variables y Operacionalización

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	DEFINICIÓN OPERACIONAL	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
JUST TIME	Es una herramienta que ayuda a desarrollar ventajas operacionales dentro de la empresa ayudando a la optimización de recursos evitando los desperdicios e inventarios que aquejan dentro de ella. (HAY, E. 2014)	Proceso de Trabajo	Medir el tiempo de proceso de trabajo dentro de la empresa	Porcentaje de mejora en los procesos de trabajo	Ordinal – escala de liker
		Organización	Desarrollar un clima organizacional adecuado conformando equipos de alto rendimiento generando dentro de ellos una competencia sana	Nivel de satisfacción del colaborador en el restaurante	Ordinal – escala de liker
Servicio al cliente	Relación que ofrece la empresa con el único fin que tiene el cliente obtenga un producto accesible y genera una expectativa positiva. (TSCHOHL, J. 2008)	<b>confiabilidad</b>	Forma en que se mide la consistencia del desempeño laboral dentro de la empresa referente a la calidad y clientes	Que tan fiable /o garantizado es el servicio al cliente	Ordinal – escala de liker

		<b>Prontitud de respuesta</b>	Prontitud con que llega el producto seleccionado a el destinatario	Rapidez de atención al cliente Rapidez de entrega del producto al cliente	Ordinal – escala de liker
		<b>Seguridad</b>	Define como el tipo de conocimiento que tienen las organizaciones para desempeñar su servicio	Comodidad del cliente	Ordinal – escala de liker

Fuente: Elaboración propia del investigador

## Anexo 02: Matriz de consistencia de las variables: Just Time – Servicio al cliente

TITULO	LÍNEA DE INVESTIGACIÓN	PROBLEMA GENERAL Y PROBLEMA ESPECÍFICOS	OBJETIVO GENERAL - ESPECÍFICOS Y HIPÓTESIS	VARIABLES	METODOLOGIA
Just time y satisfacción al cliente en el área de servicio al cliente del restaurante Ruta 58, Talara – Piura, 2020	ESTRATEGIA Y PLANEAMIENTO	<p><b>PROBLEMA GENERAL</b> ¿De qué manera el Just Time se relaciona con la satisfacción del cliente en el restaurante Ruta 58 Talara 2020?</p> <p><b>PROBLEMAS ESPECÍFICOS:</b> ¿De qué manera el Just Time se relaciona con la confiabilidad del servicio al cliente en el restaurante Ruta 58, Talara, Piura 2020?</p> <p>¿De qué manera el Just Time se relaciona con prontitud de respuesta del servicio al cliente en el restaurante Ruta 58 Talara – Piura, 2020?</p> <p>¿De qué manera el Just Time se relaciona con seguridad del servicio al cliente en el restaurante Ruta 58 – Piura, Talara 2020?</p>	<p><b>OBJETIVO GENERAL</b></p> <p>Determinar la relación del Just Time y la satisfacción del cliente en el restaurante Ruta 58 Talara 2020</p> <p><b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS:</b></p> <p>Determinar la relación del Just Time y la confiabilidad en el restaurante ruta 58, Talara – Piura, 2020</p> <p>Determinar la relación del Just time y la prontitud de respuesta al cliente en el restaurante Ruta 58, Talara 2020</p> <p>Determinar la relación del Just time y la seguridad del servicio al cliente en el restaurante Ruta 58 Talara – Piura, 2020</p> <p><b>HIPÓTESIS GENERAL:</b></p> <p>Existe relación entre el Just Time y la satisfacción del cliente en el restaurante Ruta 58 Talara 2020</p> <p>Hipótesis Específicos: Existe relación entre el Just time y la confiabilidad en el restaurante ruta 58, Talara – Piura, 2020</p> <p>Existe relación entre el Just time y la prontitud de respuesta al cliente en el restaurante Ruta 58, Talara 2020</p> <p>Existe relación entre el Just time y la seguridad del servicio al cliente en el restaurante Ruta 58 Talara – Piura, 2020</p>	<p><b>VARIABLE 01:</b> Just Time</p> <p><b>DIMENSIONES</b> Proceso de Trabajo Organización</p> <p><b>INDICADORES:</b></p> <p>Porcentaje de mejora en los procesos de trabajo</p> <p>Nivel de satisfacción del colaborador en el restaurante</p> <p><b>VARIABLE 02 :</b> • Servicio al Cliente</p> <p><b>DIMENSIONES :</b> • Confiabilidad • Prontitud de Respuesta • Seguridad</p> <p><b>INDICADORES :</b> Que tan fiable /o garantizado es el servicio al cliente</p> <p>Rapidez de atención al cliente Rapidez de entrega del producto al cliente</p> <p>Comodidad del cliente</p>	<p><b>TIPO DE INVESTIGACION:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aplicada</li> </ul> <p><b>DISEÑO DE INVESTIGACION:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• No experimental – Transversal</li> </ul> <p><b>ENFOQUE DE INVESTIGACION:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cuantitativa</li> </ul> <p><b>RANGO:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Descriptiva</li> </ul> <p><b>POBLACION:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Clientes Internos: 40</li> </ul> <p><b>TECNICA:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Entrevista</li> <li>• Encuesta</li> </ul> <p><b>INSTRUMENTO:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Guía de Entrevista</li> <li>• Cuestionario</li> </ul>

Fuente: Elaboración Propia del Investigador

## Anexo 03: Cuestionario de las variables

### Cuestionario para colaboradores

## CUESTIONARIO DIRIGIDO AL PERSONAL DEL RESTAURANTE RUTA 58 PARA MEDIR SU PERCEPCIÓN DE LAS VARIABLES



# UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE INGENIERIA Y ARQUITECTURA  
ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA EMPRESARIAL

**Fecha:** \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

Estimado personal, el presente cuestionario es de carácter confidencial basado principalmente en sustentar la recolección de los datos respecto al estudio titulado; “*Just time y satisfacción al cliente en el área de servicio al cliente del restaurante Ruta 58, Talara – Piura, 2020*”, siendo de vital consideración su apoyo y valoración respecto a las alternativas seleccionadas. A continuación, se describen las principales categorías e instrucciones:

### **INSTRUCCIONES**

El instrumento del cuestionario, es vital y necesario para generar una recopilación desde la valoración y apreciación de sus respuestas, debiendo marca con una (X) la alternativa u opción que considera adecuada. A continuación, se detalla la escala:

Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>

<b>VARIABLE I: JUST TIME</b>					
<b>INDICADOR: PROCESO DEL TRABAJO</b>	1	2	3	4	5
1. ¿Considera que los tiempos de mejora en los procesos laborales se han cumplido adecuadamente?					
2. ¿Tiene un conocimiento claro sobre la mejora de dichos procesos laborales en el restaurante?					
3. ¿Siente que el restaurante ha tomado acciones de mejora respecto a la eficiencia de los procesos laborales?					
<b>INDICADOR: NIVEL DE SATISFACCIÓN</b>	1	2	3	4	5
4. ¿Se encuentra cómodo con el sistema actual de trabajo que se viene realizando en el restaurante?					
5. ¿Calificaría como adecuada la utilización de los equipos e implementos de trabajo en el restaurante?					

6. ¿Su satisfacción laboral está relacionado con las tareas y/o actividades que viene desempeñando?					
<b>VARIABLE II: SERVICIO AL CLIENTE</b>					
<b>INDICADOR: FIABILIDAD Y/O GARANTÍA DEL SERVICIO</b>	1	2	3	4	5
7. ¿Considera que los clientes confían en la atención que se le ofrece en el restaurante?					
8. ¿Considera que a los clientes que frecuentan en el restaurante se le brinda la seguridad necesaria?					
9. ¿El restaurante ofrece garantía en sus servicios basados en los métodos de pago y calidad de sus insumos?					
<b>INDICADOR: PRONTITUD DE RESPUESTA</b>	1	2	3	4	5
10. ¿Considera que uno de los factores que se está cumpliendo en los servicios es la rápida atención del restaurante?					
11. ¿Considera que el restaurante atiende los pedidos de sus clientes en un tiempo razonable?					
12. ¿Se preocupa por responder de inmediato las quejas y/o reclamos que realizan los clientes en el restaurante?					
<b>INDICADOR: SEGURIDAD</b>	1	2	3	4	5
13. ¿Considera que la infraestructura del restaurante es adecuada y permite el confort de la mayoría de los clientes?					
14. ¿Se cuenta con normas, procedimiento y sistemas que garantizan la seguridad de los clientes?					
15. ¿Se ha comprometido en brindar información necesaria para fortalecer la seguridad de los clientes durante su estancia?					
<b><u>DATOS GENERALES</u></b>					
a) Sexo: M ( ) F ( ) b) Edad: 20 - 29 ( ) 30 - 39 ( ) 40 - 49 ( ) 50 - 69 ( ) c) Grado de instrucción: Post grado ( ) Superior Universitario ( ) Técnico ( ) Secundaria ( ) d) Nivel de ingresos: S/. 930.00 - S/. 1,800.00 ( ) S/. 1,800.00 - S/. 3,500.00 ( ) S/3,500.00 a más ( ) e) Tiempo laborando: Menos de 01 años ( ) Entre 01 a 02 años ( ) Más de 02 años ( )					

## **Anexo 04:** Instrumento de Recoleccion de datos

### **INSTRUMENTO DE GUÍA DE ENTREVISTA**

El presente documento sirve para el recojo de informacion en la investigación de Just Time y Satisfacción al cliente en el área de servicio al cliente del Restaurante Ruta 58, Talara – Piura, 2020.

#### **Referencia técnica, contextual y demográfica de la guía de entrevista**

Tipo de Técnica	: Entrevista
Tipo de Instrumento	: Guía de entrevista
Duración	: 4 días
Lugar	: Ruta 58
Sujeto de observación	: Gerente General del restaurante Ruta 58 Talara

#### **Dimensión: Proceso de Trabajo**

Indicador: Porcentaje de mejora en los procesos de trabajo

1. Usted considera que los procesos de trabajo de la empresa Ruta 58 son los adecuados. Porque
2. Usted conoce la herramienta Just time y como afecta en los procesos de trabajo del restaurante

#### **Dimensión: Organización**

Indicador: Nivel de satisfacción del colaborador en el restaurante

3. Como ve efectuado la organización del restaurante Ruta 58
4. Como evalúa el desempeño laboral de sus colaboradores



**Dimensión: Confiabilidad**

Indicador: Que tan fiable /o garantizado es el servicio al cliente

5. Usted considera que el servicio brindado en el restaurante Ruta 58 es completamente de calidad. Porque

**Dimensión: Prontitud de Respuesta**

Indicador: Rapidez de atención al cliente

6. Usted piensa que sus colaboradores están efectuando los tiempos asignados para atender al cliente

Indicador: Rapidez de entrega del producto al cliente

7. Considera que los productos solicitados por el cliente están siendo atendidos en el tiempo correcto

**Dimensión: Seguridad**

Indicador: Comodidad del cliente

8. Considera usted que el restaurante Ruta 58 brinda la comodidad conveniente al cliente. Porque
9. Considera usted que el restaurante Ruta 58 brinda la seguridad conveniente al cliente. Porque

Fuente : Elaboración Propia del Investigador

## **Anexo 6: Constancias de Validación**

### **DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD DEL ASESOR**

Yo, Augustin Medina Marchena coordinador de la Facultad Ingeniería Empresarial y Escuela Profesional Coordinador de la escuela de la Universidad Cesar Vallejo Piura (filial o sede), revisor del trabajo de investigación titulado "Just Time y satisfacción al cliente en el área de servicio al cliente del restaurante Ruta 58 , Talara - Piura , 2020" , del estudiante Jhonatan Valdiviezo Zambrano, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 12 % verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias no constituyen plagio. En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad Cesar Vallejo.

Piura, 06 Noviembre del año 2020.



---

Mg. Augustin Medina Marchena

*DNI: 02897150*



## CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Agustín Medina Marchena con DNI N° 02897150, Magister en Matemática Aplicada, N° ANR/COP/CIP 227343, de profesión Ingeniero Economista, desempeñándome actualmente como Coordinador de la EP de Ingeniería Empresarial en la UCV - Piura

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación los instrumentos:

Guía de Entrevista y Cuestionario

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

Guía de Pautas Para Jóvenes Universitarios de la UCV-Piura	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad				X	
2. Objetividad				X	
3. Actualidad				X	
4. Organización				X	
5. Suficiencia				X	
6. Intencionalidad				X	
7. Consistencia				X	
8. Coherencia				X	
9. Metodología				X	

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los 14 días del mes de julio del dos mil veinte.

M.Sc. : Agustín Medina Marchena  
DNI : 02897150  
Especialidad : Ingeniero Economista  
E-mail : amedina@ucv.edu.pe



## DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD DEL ASESOR

Yo, Eduardo Raúl Pérez Zamora de la Facultad Ingeniería Empresarial y Escuela Profesional Docente de la escuela de la Universidad Cesar Vallejo Piura (filial o sede), revisor del trabajo de investigación titulado " Just Time y satisfacción al cliente en el área de servicio al cliente del Restaurante Ruta 58, Talara – Piura, 2020" , del estudiante Jhonatan Valdiviezo Zambrano, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 9 % verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias no constituyen plagio. En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad Cesar Vallejo.

Piura, 06 noviembre del año 2020

A handwritten signature in black ink, appearing to read "E. PÉREZ ZAMORA", with a large, stylized flourish extending from the end.

---

Mg. Eduardo Raúl Pérez Zamora

DNI: 17639065

Anexo Declaratoria de autenticidad (asesor)



## CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Eduardo Raúl Pérez Zamora con DNI N° 17639065, Magister en Administración Estratégica de Empresas, con código CIP N° 212391 de profesión Ingeniero en Computación e Informática; desempeñándome actualmente como docente de la universidad Cesar Vallejo

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación los instrumentos:

Guía de Entrevista y Cuestionario

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

Guía de Pautas Para Jóvenes Universitarios de la UCV-Piura	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad				X	
2. Objetividad				X	
3. Actualidad				X	
4. Organización				X	
5. Suficiencia				X	
6. Intencionalidad				X	
7. Consistencia				X	
8. Coherencia				X	
9. Metodología				X	

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los 14 días del mes de julio del dos mil veinte.

Mg: Eduardo Raúl Pérez Zamora

DNI: 17639065

Especialidad : Computación e Informática

E-mail: [eperez@ucvvirtual.edu.pe](mailto:eperez@ucvvirtual.edu.pe)

**Anexo 07:** Formatos de Confiabilidad

 UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	<b>FORMATO DE REGISTRO DE CONFIABILIDAD DE INSTRUMENTO</b>	ÁREA DE INVESTIGACIÓN
---	--	-----------------------

 UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	<b>FORMATO DE REGISTRO DE CONFIABILIDAD DE INSTRUMENTO</b>	ÁREA DE INVESTIGACIÓN
---	--	-----------------------

### I. Datos Informativos:

<b>1.1. ESTUDIANTE:</b>	<b>VALDIVIEZO ZAMBRANO , JHONATAN PAULO</b>
<b>1.2. TÍTULO DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN :</b>	<b>Just Time y satisfacción al cliente en el área de servicio al cliente del restaurante Ruta 58 , Talara - Piura , 2020</b>
<b>1.3. ESCUELA PROFESIONAL:</b>	<b>INGENIERÍA EMPRESARIAL</b>
<b>1.4. TIPO DE INSTRUMENTO (adjuntar):</b>	<b>CUESTIONARIO PARA COLABORADORES</b>
<b>1.5. COEFICIENTE DE CONFIABILIDAD EMPLEADO:</b>	<i>KR-20 kuder Richardson</i> ( )
	<i>Alfa de Cronbach.</i> ( X )
<b>1.6. FECHA DE APLICACIÓN:</b>	<b>18/07/20</b>

### II. CONFIABILIDAD

<b>ÍNDICE DE CONFIABILIDAD ALCANZADO:</b>	<b>0,994</b>
---	--------------

### III. DESCRIPCIÓN BREVE DEL PROCESO (*Items iniciales, items mejorados, eliminados, etc.*)



-----  
 Estudiante: Jhonatan Valdiviezo Zambrano  
 DNI : 74148038

-----  
 Docente : Eduardo Raúl Pérez Zamora

DNI: 02897150

I. Datos Informativos :

a. ESTUDIANTE:	VALDIVIEZO ZAMBRANO , JHONATAN PAULO
b. TÍTULO DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN :	Just Time y satisfacción al cliente en el área de servicio al cliente del restaurante Ruta 58 , Talara - Piura , 2020
c. ESCUELA PROFESIONAL:	INGENIERÍA EMPRESARIAL
d. TIPO DE INSTRUMENTO (adjuntar):	CUESTIONARIO PARA COLABORADORES Y CLIENTES
e. COEFICIENTE DE CONFIABILIDAD EMPLEADO:	<i>KR-20 kuder Richardson</i> ( )
	<i>Alfa de Cronbach.</i> ( X )
f. FECHA DE APLICACIÓN:	18/07/20

II. CONFIABILIDAD:

ÍNDICE DE CONFIABILIDAD ALCANZADO:	<b>0,994</b>
------------------------------------	--------------

III. DESCRIPCIÓN BREVE DEL PROCESO (*Items iniciales, items mejorados, eliminados, etc.*)

--



-----  
Estudiante: Jhonatan Valdiviezo Zambrano  
DNI : 74148038

-----  
Docente : Augustin Medina Marchena  
DNI: 17639065

## **Anexo 8: La Propuesta**

# **PROPUESTA**

## **INTRODUCCION**

De acuerdo al análisis realizado de la situación actual, la siguiente es la propuesta de Just time para la empresa Ruta 58, a fin de mejorar la calidad de su servicio al cliente y de esta forma ser competitiva. Así se resolverá de manera eficaz y practica los problemas presentados en el servicio que ofrece el restaurant, ya que le permitirá reducir y eliminar los procesos innecesarios contando para ello con la colaboración directa de los empleados para así brindar un servicio óptimo ofreciendo los productos para satisfacción del cliente.

## **JUSTIFICACION:**

Las empresas actualmente coinciden en que un buen producto y servicio no basta para satisfacer las necesidades del cliente, consideran necesario implementar un componente adicional tanto al producto como al servicio y de esta forma lograr su objetivo marcando la diferencia ante la competencia.

De acuerdo a la información recopilada el restaurante Ruta 58 está en la disposición de recibir información para conocer esta herramienta y mejorar así la calidad en el servicio al cliente puesto de manifiesto en la demora en la preparación de los platos. El Just time ayudara a reducir estas anomalías razón por la que se pone a consideración del propietario del restaurante Ruta 58 una propuesta de mejora ofreciéndose capacitación previa para el conocimiento y el uso de esta herramienta.

## **ASPECTOS ESTRATÉGIOS DE LA ORGANIZACIÓN:**

## **VALORES:**

- Puntualidad
- Responsabilidad
- Honestidad
- Trabajo en Equipo



## **MISIÓN:**

- Es un restaurante comprometido con ofrecer un servicio de calidad no dejando de lado las expectativas de nuestros clientes

## **VISIÓN:**

- Ser reconocidos como el mejor restaurante por su solidez y profesionalismo en el mercado gastronómico de la ciudad.

## **OBJETIVOS:**

### **Objetivo General:**

- Diseñar la Propuesta de Implementación de Just time en el área de servicio al cliente del restaurante Ruta 58

### **Objetivos Especificos:**

- Ayudar a mejorar el servicio al cliente dentro de la empresa Ruta 58
- Desarrollar la herramienta para contribuir en la prontitud de respuesta del servicio al cliente
- Desarrollar la herramienta para contribuir en la seguridad del servicio al cliente.

### **Desarrollo del Plan de capacitación:**

#### **Programa de Capacitación:**

- Se diseñará un plan de capacitación para los colaboradores del restaurante Ruta 58, y así evidenciar los resultados de la herramienta Just time aplicado en el área de servicios pues es el área específica y mejorar así el servicio al cliente

A continuación, se detallará el cronograma de actividades de la Propuesta

Taller de Propuesta de la herramienta Just Time del servicio al cliente

Fase 1: Creación de un equipo para la propuesta

Se recomienda en esta fase lo siguiente:

Actividad	Encargado	Tiempo
Concientizar a los dueños para poder implementar la herramienta Just Time	Jhonatan Valdiviezo	1 semana
Nuevas formas de trabajo en el área de servicio del restaurante Ruta 58	Jhonatan Valdiviezo	1 semana
Dar a conocer a los colaboradores la importancia de las metas y objetivos que se puedan lograr con la herramienta Just time	Jhonatan Valdiviezo	1 semana
Involucrar a los colaboradores su participación en el proceso de mejora de continua	Administrador	1 semana

Fase 2: Mejorar los Procesos del restaurante Ruta 58

En esta fase se recomienda:

Actividad	Encargado	Tiempo
Reorganizar las áreas de trabajo relacionadas con el servicio al cliente como por ejemplo : la distribución de mesas de forma ascendente y numeración	Jhonatan Valdiviezo	1 semana

Fase 3: Mejoras en el Control de Gestión del Restaurante Ruta 58

Crear un sistema de supervisión para la atención al cliente consisten en:

Actividad	Encargado	Tiempo
Reforzamiento del buzón de quejas medio por el cual el cliente expresa su opinión a modo de sugerencia	Administrador	1 semana
Supervisión permanente de la calidad del servicio brindado al cliente	Administrador	Siempre
Retroalimentación (feedback) de los errores cometidos e identificar la forma de enmendarlos	Jhonatan Valdiviezo  y Administrador	Siempre

#### Fase 4: Trato directo con Proveedores / clientes

En esta fase es importante destacar la forma de interacción con los proveedores de forma que ellos conozcan la propuesta y lo que se pretende lograr en la empresa y puedan ser partícipes de ello

Actividad	Encargado	Tiempo
Realizar una lista minuciosa de los proveedores con que cuenta la empresa Ruta 58 , con los que mantiene relaciones comerciales a fin de que estos conozcan las necesidades de la empresa de comprar insumos de modo directo	Administrador	1 semana
Esto incluye brindar información de los días de entrega de productos ya sí evitar desabastecimiento	Administrador	Siempre

#### Fase 5: Evaluación del desempeño de la herramienta Just Time

En esta fase, luego de un tiempo prudencial de implementado el sistema el cual se estima será después de 06 meses en caso los dueños del restaurante Ruta 58 decidan aplicar la herramienta Just time

Aquí, Ruta 58 tendrá la oportunidad de evaluar los resultados de la herramienta considerando que el éxito dependerá del alcance de las metas planteadas el que será como referencia para la mejora continua dentro del restaurante

#### Fase 6: Evaluación del just time por el cliente

Como última fase se contará con un instrumento que permitirá a los clientes evaluar la calidad de servicio brindado por el restaurante Ruta 58

Detalle de la implementación de cada una de las fases:

#### Fase 1: Creación de un equipo para la propuesta

El equipo de trabajo estará conformado por:

- El investigador
- El administrador del restaurante
- Especialista en la herramienta Just Time
- El cliente / consumidor

En esta fase se procederá a implementar el equipo de trabajo el cual estará en todo el proceso de capacitación a los colaboradores del restaurante Ruta 58

#### Fase 2: Mejorar los Procesos del restaurante Ruta 58

Se especifica lo siguiente:

- Revisión de los tiempos, verificar si están dentro de los parámetros.
- Desarrollar el número de procedimientos que se consideran para brindar el servicio que ofrece el restaurante.

### Fase 3: Mejoras en el Control de Gestión del Restaurante Ruta 58

- Detallar de forma precisa el cronograma de supervisión de actividades la gestión y control que se mantiene en el restaurante Ruta 58.

### Fase 4: Trato directo con Proveedores / clientes

- Reunión con los proveedores del restaurante para lograr un abastecimiento oportuno y con productos de calidad para atender las necesidades del negocio.
- Conocer el proceso de los proveedores del establecimiento familiarizándose con el mismo.

### Fase 5: Evaluación del desempeño de la herramienta Just Time

- En esta etapa el cliente evaluará la calidad de la atención mediante una encuesta

### Fase 6: Alcance del instrumento Just time al cliente

- Los alcances podrán ser visualizados a través del formato de Alcance del Instrumento el cual detalla el tiempo aproximado de 06 meses de la herramienta donde se podrá visualizar de forma clara y concreta si los colaboradores del restaurante cumplen o entendieron el procedimiento de capacitación otorgado hacia ellos.
- Esto permitirá a los dueños del restaurante Ruta 58 tener un panorama preciso para tomar decisiones si tienen a las personas correctas en la empresa.

Una vez explicado el Plan de capacitación a los dueños, estos establecerán una fecha para a realizarlo se procederá a realizar la siguiente metodología con las siguientes determinaciones:

De manera descriptiva se detalla que el inicio del Plan de capacitación al restaurante se desarrollará en 02 jornadas con una duración de 04 horas cada una. Esta va dirigida a los colaboradores del restaurante Ruta 58 la cual se explica a continuación:

### **Primera Jornada de Capacitación: Duración 04 Hrs**

En esta primera etapa se dará a conocer las tres primeras fases de la implementación de las actividades donde se formará un equipo dinámico donde se dará inicio a la capacitación.

Así mismo al inicio de la jornada los colaboradores se les dará a conocer que se trabajaran con varios tipos de formato como es el de asistencia.

De la misma forma se entregará materiales de trabajo como son: folders, lapiceros, hojas y se procederá a pasar videos interactivos como preámbulo a la capacitación e introducción a la propuesta en mención.

Cabe resaltar que la jornada tiene una duración de 04 horas realizadas fuera de las horas laborables de los colaboradores, horario que se coordinara con el Gerente del restaurante Ruta 58.

Temas a tratar en la Primera Jornada de la Capacitación:

- Video de Introducción Motivacional
- Motivación Laboral
- Trabajo en Equipo
- Propósito de la Propuesta Just Time en el servicio al cliente
- Break de 20 minutos
- Impacto del cliente en la calidad del servicio
- Dinámica de trabajo de la capacitación
- Finalización de la Capacitación

### **Segunda Jornada de Capacitación: Duración 04 Hrs**

En esta segunda jornada se dará a conocer las dos fases siguientes de la implementación de las actividades.

En este punto es donde a los colaboradores se les capacitara sobre la importancia de mantener un vínculo directo con los Proveedores estableciendo fechas exactas de entrega de productos.

Se desarrollará simulacros de la Propuesta en mención formando interrelación entre los colaboradores en forma grupal

Finalmente se procede a realizar un debate final con el propósito de desarrollar la herramienta en el restaurante Ruta 58 y como beneficiaria la aplicación de esta en mención.

Como última fase tenemos la entrega del instrumento de evaluación que se le dará al cliente por el cual será sujeto de medición para los colaboradores de tal forma que le sirva al restaurante Ruta 58 para medir el grado de aceptación del cliente con la Propuesta en mención.

Y se le entregara al Gerente una herramienta para medición del instrumento de evaluación permitiendo un alcance real de la ejecución de la Propuesta.

Temas a tratar en la Segunda Jornada de la Capacitación:

- Video de Introducción
- Importancia de la Herramienta Just Time en el restaurante
- Simulacro de evaluación de la propuesta
- Break de 20 minutos
- Finalización de la Capacitación

Después de culminar las dos capacitaciones realizadas en el restaurante Ruta 58 se le otorgara al propietario un instrumento de evaluación el cual lo realizara el cliente indirectamente a los colaboradores de la empresa proporcionando un alcance estratégico del avance de la capacitación en mención

Finalmente, se le otorgara un formato de manera digital o físico de acuerdo a las exigencias de los dueños para medir la evaluación de manera trimestral.

Fines del Plan de Capacitación:

- Mejorar la relación entre colaboradores y asegurar la calidad de servicio al cliente
- Mejoras en el clima organizacional dando así una calidad de servicio
- Mantener una relación directa de los colaboradores con el propósito del funcionamiento de la Propuesta

**Formato 09:** Control de Asistencia de los colaboradores



**CONTROL DE ASISTENCIA DIARIA**

ITEM	NOMBRES Y APELLIDOS	MES 01																															
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	
1																																	
2																																	
3																																	
4																																	
5																																	

**OBSERVACIONES**

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---



## Formato de evaluación de la aplicación de la herramienta

Elaborado a los clientes los cuales evaluarán de forma directa la ejecución de la herramienta Just time aplicado al restaurante Ruta 58

### RUTA 58

1.- Considera Usted que la nueva organización es la correcta?

- |                          |   |         |
|--------------------------|---|---------|
| <input type="checkbox"/> | a | SI      |
| <input type="checkbox"/> | b | No      |
| <input type="checkbox"/> | c | Tal vez |

2.- Considera usted que la manipulación de alimentos e higiene de los productos del local es el adecuado?

- |                          |   |         |
|--------------------------|---|---------|
| <input type="checkbox"/> | a | SI      |
| <input type="checkbox"/> | b | No      |
| <input type="checkbox"/> | c | Tal vez |

3.- El restaurante Ruta 58 cumple con las especificaciones de la carta y/o stock de productos?

- |                          |   |         |
|--------------------------|---|---------|
| <input type="checkbox"/> | a | SI      |
| <input type="checkbox"/> | b | No      |
| <input type="checkbox"/> | c | Tal vez |

4.- Considera usted que la atención brindada por Ruta 58 es cordial?

- |                          |   |         |
|--------------------------|---|---------|
| <input type="checkbox"/> | a | SI      |
| <input type="checkbox"/> | b | No      |
| <input type="checkbox"/> | c | Tal vez |

5.- Como evaluaría el desempeño de la atención brindada tanto en cocina, atención al cliente?

- |                          |   |           |
|--------------------------|---|-----------|
| <input type="checkbox"/> | a | Muy Bueno |
| <input type="checkbox"/> | b | Bueno     |
| <input type="checkbox"/> | c | Regular   |
| <input type="checkbox"/> | d | Malo      |

## Formato de resultados de la Capacitación a los Colaboradores

<b>RESPONSABLE</b>	
<b>FECHA</b>	
<b>INSTRUCCIONES</b>	
EL PRESENTE FORMATO SERVIRA DE UNA FORMA MENSUAL PARA EVALUAR LA HERRAMIENTA DANDO UN RESULTADO A MANERA QUE EN SEIS MESES SE PUEDA TENER UN PANORAMA PRECISO DE LA CAPACITACION A LOS COLABORADORES DEL RESTAURANTE RUTA 58	

		Muy malo	Malo	Regular	Bueno	Muy Bueno
		1	2	3	4	5
1.-	Considera Usted que la nueva organización es la correcta?					
2.-	Considera usted que la manipulación de alimentos e higiene de los productos del local es el adecuado?					
3.-	El restaurante Ruta 58 cumple con las especificaciones de la carta y/o stock de productos?					
4.-	Considera usted que la atención brindada por Ruta 58 es cordial?					
5.-	Como evaluaría el desempeño de la atención brindada tanto en Cocina, atención al cliente?					

**Observación** \_\_\_\_\_

**Anexo 10:** Fiabilidad de encuestas realizadas a los colaboradores y clientes del Restaurante Ruta 58.

Análisis de Alfa de Cronbach de los Colaboradores

**Fiabilidad**

**Notas**

Salida creada		11-OCT-2020 17:14:02
Comentarios		
Entrada	Datos	C:\Users\JHONATAN\Desktop\Prueba piloto\COLABORADORES FIABILIDAD spss.sav
	Conjunto de datos activo	ConjuntoDatos1
	Filtro	<ninguno>
	Ponderación	<ninguno>
	Segmentar archivo	<ninguno>
	N de filas en el archivo de datos de trabajo	10
	Entrada de matriz	
	Manejo de valores perdidos	Definición de perdidos
Casos utilizados		Las estadísticas se basan en todos los casos con datos válidos para todas las variables en el procedimiento.

Sintaxis	RELIABILITY	
	/VARIABLES=PREGUNTA_1 PREGUNTA_2 PREGUNTA_3 PREGUNTA_4 PREGUNTA_5 PREGUNTA_6 PREGUNTA_7  PREGUNTA_8 PREGUNTA_9 PREGUNTA_10  /SCALE('ALL VARIABLES') ALL  /MODEL=ALPHA  /SUMMARY=TOTAL.	
Recursos	Tiempo de procesador	00:00:00,02
	Tiempo transcurrido	00:00:00,02

## Escala: ALL VARIABLES

### Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	10	100,0
	Excluido <sup>a</sup>	0	,0
	Total	10	100,0

### Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,811	10

### Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
Considera usted que los tiempos de mejora en los procesos de trabajo son los necesarios	38,00	186,871	,845	,713
Usted conoce los procesos de trabajo	37,10	203,124	,839	,849
Se encuentra usted satisfecho y/o cómodo con el sistema actual de trabajo aplicado en el restaurante	36,50	178,821	,896	,896
Se encuentra usted satisfecho con los equipos e implementos de trabajo asignados en el restaurante	35,90	202,149	,689	,914
Usted considera que la atención al cliente es satisfactoria	32,80	198,587	,807	,836
Usted podría afirmar que el cliente sale satisfecho con el servicio brindado	38,00	199,127	,694	,787
Usted considera que la atención brindada al cliente llega en el momento adecuado	35,80	196,687	,736	,724
Usted se siente capaz para atender en los tiempos adecuados al cliente	37,60	194,572	,791	,719
Usted considera que el producto sale con la rapidez que desea el cliente	38,90	204,758	,736	,812
Usted considera a Ruta 58 como un restaurante seguro	36,10	189,137	,813	,749

## Análisis de Alfa De Cronbach De Los Clientes:

### Fiabilidad

#### Notas

Salida creada	11-OCT-2020 18:31:06	
Comentarios		
Entrada	Datos	C:\Users\JHONATAN\Desktop\Prueba piloto\CLIENTES FIABILIDAD spsss.sav
	Conjunto de datos activo	ConjuntoDatos1
	Filtro	<ninguno>
	Ponderación	<ninguno>
	Segmentar archivo	<ninguno>
	N de filas en el archivo de datos de trabajo	10
	Entrada de matriz	
Manejo de valores perdidos	Definición de perdidos	Los valores perdidos definidos por el usuario se tratan como perdidos.
	Casos utilizados	Las estadísticas se basan en todos los casos con datos válidos para todas las variables en el procedimiento.
Sintaxis	RELIABILITY  /VARIABLES=PREGUNTA_1 PREGUNTA_2 PREGUNTA_3 PREGUNTA_4 PREGUNTA_5 PREGUNTA_6 PREGUNTA_7  PREGUNTA_8 PREGUNTA_9 PREGUNTA_10  /SCALE('ALL VARIABLES') ALL  /MODEL=ALPHA  /SUMMARY=TOTAL.	
Recursos	Tiempo de procesador	00:00:00,02

**Escala: ALL VARIABLES****Resumen de procesamiento de casos**

		N	%
Casos	Válido	10	100,0
	Excluido <sup>a</sup>	0	,0
	Total	10	100,0

**Estadísticas de fiabilidad**

Alfa de Cronbach	N de elementos
,897	10

**Estadísticas de total de elemento**

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
Considera usted que los colaboradores del restaurante están cumpliendo con su trabajo a cabalidad	39,50	178,141	,878	,897
Considera usted que la atención brindada por los colaboradores es de su total agrado	36,40	209,244	,814	,914
Considera usted que el servicio brindado por el restaurante ruta 58 es el adecuado	39,10	179,841	,871	,917
Considera usted que la higiene en el producto es satisfactorio	41,70	204,119	,736	,907
Considera usted que la atención por parte del colaborador es el adecuado	36,10	198,571	,798	,879
Se siente usted satisfecho con el desempeño y rapidez del colaborador	36,70	197,134	,676	,867
Considera usted que la entrega de su pedido se da en un tiempo razonable	37,50	178,417	,797	,981



Considera usted que la presentación de los platos elaborados en el restaurante Ruta 58 es el adecuado	37,60	196,408	,845	,986
Usted considera que se siente cómodo en el restaurante Ruta 58	33,10	202,631	,978	,847
Usted considera que el restaurante Ruta 58 es un establecimiento seguro	37,40	208,197	,897	,836