



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**CARACTERIZACIÓN DE LA CALIDAD DE SERVICIO
Y SATISFACCION DEL CLIENTE, EN LAS MYPES
SECTOR SERVICIO, RUBRO RESTAURANTES EN EL
DISTRITO DE LA CRUZ, 2018**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR GRADO
ACADÉMICO DE BACHILLER EN CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS**

AUTORA

ESTRADA COTRINA, MILAGRITOS CLARIBEL

ORCID:0000-0002-2317-7867

ASESOR

EZCURRA ZA VALETA, GHENKIS AMILCAR

ORCID:0000-0002-9894-2180

TUMBES – PERÚ

2019

EQUIPO DE TRABAJO

AUTORA

Estrada Cotrina, Milagritos Claribel

ORCID:0000-0002-2317-7867

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

ASESOR

Ezcurra Zavaleta, Ghenkis Amilcar

ORCID:0000-0002-9894-2180

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias
Contables Financieras y Administrativas
Escuela Profesional de Administración, Tumbes, Perú

JURADO

Guerrero García, Galvani

ORCID: 0000-0003-1038-1866

Villarreyes Guerra, Domingo Miguel

ORCID: 000-0001-6769-1959

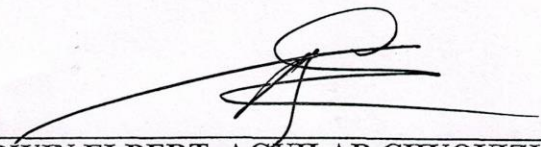
Aguilar Chuquizuta, Darwin

ORCID: 0000-0001-6721-620X

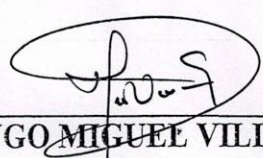
HOJA DE FIRMA DEL JURADO



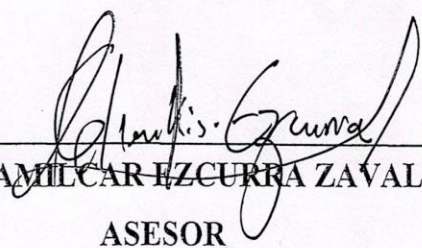
GALVANI GUERRERO GARCIA
PRESIDENTE



DARWIN ELBERT AGUILAR CHUQUIZUTA
PRIMER MIEMBRO



DOMINGO MIGUEL VILLARREYES GUERRA
SEGUNDO MIEMBRO



GHENKIS AMILCAR IZCURRA ZAVALITA
ASESOR

1. DEDICATORIA

Dedico este proyecto de tesis a Dios y a mi madre. A Dios por haberme dado la sabiduría y el entendimiento para la realización de dicha investigación, él es mi guía en todo mi camino de formación profesional, brindándome solidez para seguir adelante, a mi madre por ser el pilar más importante en mi vida, ella siempre está conmigo apoyándome en toda situación que se pueda presentar, brindándome palabras de aliento y siendo mi soporte en situaciones positivas o negativas, demostrándome siempre su confianza, comprensión y sobre todo su amor incondicional, teniendo la esperanza de ser una gran profesional y así poder cumplir todas mis metas atrasadas y de esta manera tener un mejor futuro.

2. RESUMEN

En el presente trabajo de investigación titulado “CARACTERIZACIÓN DE LA CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCION DEL CLIENTE, EN LAS MYPES SECTOR SERVICIO, RUBRO RESTAURANTES EN EL DISTRITO DE LA CRUZ, 2018” tiene como objetivo general Determinar la caracterización de la calidad de servicio y satisfacción del cliente en las MYPES del sector servicio, rubro restaurantes en el distrito de la Cruz, año 2018. La investigación es de tipo descriptivo, nivel cuantitativo no experimental de corte transversal la población y muestra se consideró infinita o desconocida obteniéndose una muestra de 68 clientes.

Se utilizó la técnica de la encuesta, a través del instrumento cuestionario. Una vez aplicada la encuesta y el análisis se llegó a la conclusión De acuerdo a los resultados obtenidos de la variable en estudio Calidad de servicio los clientes calificaron con un índice de logro del 0.63, está en un nivel de aceptación regular, por lo que los clientes están en un nivel regular de aceptación del servicio recibido, mostrando más de las empresas para poder estar satisfechos. Según la variable de satisfacción del cliente, los clientes están satisfechos en general calificando con un índice de logro del 0.68, se puede decir que los clientes de las mypes de este sector si están satisfechos por el producto y servicio obtenido, esto conlleva a que los clientes sean leales y vuelva a consumir y adquirir estos servicios, un cliente satisfecho informa a las personas de su entorno que el restaurante es de excelente calidad, permitiendo que la empresa obtengan grandes beneficios.

Palabras Claves: Calidad de Servicio, Satisfacción del cliente.

3. ABSTRACT

The present research work entitled "characterization of the quality of service and customer satisfaction, in the SMES SECTOR service, area restaurants in the District of LA CRUZ, 2018". has as a general objective to determine the characterization of the quality of service and satisfaction of the client in the MYPES of the service sector, heading restaurants in the district of the Cross, year 2018.

The research is descriptive, non-experimental quantitative level of cross-sectional population and sample was considered infinite or unknown, obtaining a sample of 68 clients.

The survey technique was used, through the questionnaire instrument. Once the survey and analysis were applied, it was concluded According to the results obtained from the variable under study Quality of service, customers rated with an achievement rate of 0.63, it is in a level of regular acceptance, so you Customers are at a regular level of acceptance of the service received, showing more of the companies to be satisfied. According to the variable of customer satisfaction, customers are generally satisfied by rating with an achievement rate of 0.68, it can be said that the clients of the mypes of this sector if they are satisfied by the product and service obtained, this leads to the Customers are loyal and consume and purchase these services again, a satisfied customer informs the people around him that the restaurant is of excellent quality, allowing the company to obtain great benefits.

Keywords: Quality of Service, Customer Satisfaction.

4. CONTENIDO

EQUIPO DE TRABAJO.....	i
1. DEDICATORIA	iii
2. RESUMEN.....	iv
3. ABSTRACT.....	v
4. CONTENIDO	vi
5. INDICE DE TABLAS.....	vii
6. INDICE DE GRÁFICOS	viii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. REVISIÓN DE LA LITERATURA	3
2.1. ANTECEDENTES	3
2.1.1. ANTECEDENTES INTERNACIONALES	3
2.1.2. ANTECEDENTES NACIONALES	5
2.1.3. ANTECEDENTES LOCALES	7
2.2. BASES TEÓRICAS CONCEPTUALES	10
2.2.1. VARIABLE: CALIDAD DE SERVICIO	10
2.2.2. SATISFACCION DEL CLIENTE.....	15
III.HIPÓTESIS.....	20
IV. METODOLOGÍA.....	20
4.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	20
4.2 POBLACIÓN Y MUESTRA.....	21
4.3 DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	22
4.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCION DE DATOS .	25
4.5 PLAN DE ANÁLISIS	25
4.6 MATRIZ DE CONSISTENCIA	26
4.7 PRINCIPIOS ÉTICO	27
V. RESULTADOS	28
5.1. ANÁLISIS DE RESULTADOS	50

VI.	CONCLUSIONES.....	55
VII.	RECOMENDACIONES	56
VIII.	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	57
IX.	ANEXO.....	59
	ANEXO: 01: CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	59
	ANEXO 02 – PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO	60
	ANEXO 03: ENCUESTA.....	61
	ANEXO 04: FOTOGRAFÍAS.....	63
	ANEXO 05: EVIDENCIA TURNITIN	65
	ANEXO 06: VALIDACION DE LAS ENCUESTAS	66

5. INDICE DE TABLAS

TABLA 1: EMPATÍA	28
TABLA 2. DIMENSIÓN EMPATÍA	29
TABLA 3: SEGURIDAD.....	30
TABLA 4: DIMENSIÓN SEGURIDAD	31
TABLA 5: RESPUESTA.....	31
TABLA 6: DIMENSIÓN RESPUESTA	32
TABLA 7: ELEMENTOS TANGIBLES	33
TABLA 8: DIMENSIÓN ELEMENTOS TANGIBLES.....	34
TABLA 9: ACCESIBILIDAD	35
TABLA 10: DIMENSIÓN ACCESIBILIDAD	36
TABLA 11: CONFIABILIDAD.....	37
TABLA 12: DIMENSIÓN CONFIABILIDAD	38
TABLA 13: FIABILIDAD	39
TABLA 14: DIMENSIÓN FIABILIDAD.....	40
TABLA 15: EXPECTATIVAS	41
TABLA 16: DIMENSIÓN EXPECTATIVAS.....	42
TABLA 17: FIDELIZACIÓN	43

TABLA 18: DIMENSIÓN DE FIDELIZACIÓN	44
TABLA 19: PRODUCTO ADECUADO	45
TABLA 20: DIMENSIÓN PRODUCTO ADECUADO.....	46
TABLA 21: CALIDAD TÉCNICA.....	47
TABLA 22: DIMENSIÓN CALIDAD TÉCNICA	48

6. INDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1: EMPATÍA	28
GRÁFICO 2: DIMENSIÓN EMPATÍA.....	29
GRÁFICO 3: SEGURIDAD.....	30
GRÁFICO 4: DIMENSIÓN SEGURIDAD	31
GRÁFICO 5: CAPACIDAD DE RESPUESTA.....	32
GRÁFICO 6: DIMENSIÓN RESPUESTA	32
GRÁFICO 7: ELEMENTOS TANGIBLES.....	34
GRÁFICO 8: DIMENSIÓN ELEMENTOS TANGIBLES	35
GRÁFICO 9: ACCESIBILIDAD	36
GRÁFICO 10 : DIMENSIÓN ACCESIBILIDAD.....	37
GRÁFICO 11: CONFIABILIDAD	38
GRÁFICO 12: DIMENSIÓN CONFIABILIDAD.....	39
GRÁFICO 13: FIABILIDAD	40
GRÁFICO 14: DIMENSIÓN FIABILIDAD	41
GRÁFICO 15: EXPECTATIVAS	42
GRÁFICO 16: DIMENSIÓN EXPECTATIVA.....	42
GRÁFICO 17: FIDELIZACIÓN	44
GRÁFICO 18: DIMENSIÓN DE FIDELIZACIÓN	44
GRÁFICO 19: PRODUCTO ADECUADO.....	46
GRÁFICO 20: DIMENSIÓN PRODUCTO ADECUADO	47
GRÁFICO 21: CALIDAD TÉCNICA	47
GRÁFICO 22: DIMENSIÓN CALIDAD TÉCNICA	49

I. INTRODUCCIÓN

El presente proyecto de investigación denominado “Caracterización de la calidad de servicios y satisfacción del cliente en las MYPES, sector servicio, rubro restaurantes en el Distrito de la Cruz, año 2019”, se planteó el enunciado del problema designado **¿Cuáles son las características de la Calidad de servicio y Satisfacción del cliente en las mypes del sector servicio rubro restaurantes en el Distrito de La Cruz, año 2019?** Siendo su objetivo General Determinar la caracterización de la calidad de servicio y satisfacción del cliente en las mypes del sector servicio, rubro restaurantes en el Distrito de La Cruz, año 2019.

Por lo tanto, las calidades de servicio deben estar unidos con la tecnología y la innovación, logrando de esta manera que los consumidores estén satisfechos por el producto o servicio que solicitan por parte de los restaurantes.

Sin embargo, los restaurantes deben brindar una excelente calidad de servicio porque es un elemento principal en la empresa, además si todos los restaurantes fueran consecuentes que la calidad de servicio y la permanencia dentro del mercado va ayudar aumentar las ventas y por ende las utilidades. Logrando que todos los clientes se familiaricen entre si y al mismo tiempo los restaurantes puedan conocer las particularidades, gustos y comodidades, de esta manera se lograra obtener un criterio, permitiendo mejorar y evitar errores por parte de la empresa.

La metodología que se utilizó es de tipo cuantitativa de nivel descriptivo, el diseño es no experimental de corte transversal, la población utilizada fue de cinco restaurantes, la muestra ha sido todos los restaurantes del Distrito La Cruz, es de mi interés conocer

cómo desarrollan y aplican la calidad de servicios, y satisfacción del cliente en el mundo de los restaurantes.

Se justifica, porque este proyecto dará a conocer la situación de la calidad de servicio y satisfacción del cliente rubro restaurantes en el distrito de la Cruz, iniciando de esta manera el fortalecimiento de miembros de las mypes.

II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1. ANTECEDENTES

2.1.1. ANTECEDENTES INTERNACIONALES

(**Monroy & Francisco, 2019**). Estudio la Calidad en el servicio y su incidencia en la satisfacción del comensal en restaurantes de La Paz, México. Tiene como objetivo principal determinar la percepción promedio de la calidad en el servicio (CS) y su incidencia en las medias de la satisfacción del cliente (SC) en 54 restaurantes adscritos a la Cámara Nacional de Restaurantes y Alimentos Condimentados, A.C. de La Paz, Baja California Sur. El método se realizó mediante encuestas a comensales valorando cinco dimensiones (instalaciones, accesibilidad, capital humano, atmósfera y la comida) y una serie de análisis de varianza donde los factores fueron los tipos de especialidades de restaurantes. Los resultados revelan que los dimensiones de la CS y SC no presentaron diferencias significativas, excepto en el factor atmósfera y comida. Este hallazgo revela que es necesario realizar un análisis estratégico del servicio para los empresarios. La originalidad consistió en medir la SC en relación a la CS la cual presentó una $r=0.9$ global. Una limitación fue que solo se segmenta a la población por sexo.

(**Cárdenas, Mora, & Sanchez, 2014**) Estudió el “Análisis del servicio al cliente en el restaurante la Riviera y su impacto en la calidad del servicio e imagen del establecimiento”. Los restaurantes son las principales empresas de servicio, y con servicio queremos decir que es un bien intangible difícil de manejar, pero con el adecuado manejo permite el éxito de cualquier empresa. Y se hace aún más exquisito cuando se trata de un restaurante de alta cocina en el que todos esperamos que la

atención sea excelentísima por el valor monetario relativamente alto que vamos a pagar. Muchos de nosotros incluso preferimos un restaurante de alta cocina más por el servicio y la atención que netamente por los platos, esto nos hace sentir bien y satisface nuestra necesidad de afiliación dentro de la sociedad. En un restaurante, los meseros son los “vendedores” directos de la empresa, son ellos los que estarán todo el tiempo persuadiendo al cliente de que el restaurante al que han asistido es el mejor y no hay otro igual. Y muchos de ellos no están debidamente preparados para realizar este importante trabajo, debido a varios factores que abordaremos en el desarrollo de este trabajo investigativo. La idea surgió de las diferentes experiencias que tuvimos los autores de esta tesis en relación a restaurantes de alta cocina, como estudiantes de Ingeniería en Marketing exigíamos excelencia en servicio pues conocíamos de la importancia de este tema, considerando que hubo falencias dentro de este tipo de restaurantes decidimos indagar en varios aspectos al restaurante El Riviera en relación al servicio y la ausencia de capacitación constante a los meseros. Basado en los resultados de esta investigación, propondremos soluciones y mejoras para el servicio de los meseros concentrándonos en la calidad y calidez que el personal operativo de un restaurante debe tener.

(Acosta, 2016). Estudió el Desarrollo de una propuesta de modelo de gestión de calidad de servicio en un estudio de caso de un restaurante del sector turístico de la ciudad de Quito DM. El sector de alimentos y bebidas en Ecuador ha venido experimentando un crecimiento importante durante la última década, esto se debe entre otros factores a la inversión privada y por otro lado a políticas públicas que han promocionado el país en el exterior, también ha mejorado las condiciones de vida de los ecuatorianos motivando la dinamización del turismo interno, a diciembre de 2014 Ecuador ha ganado varios premios internacionales avalados por los World Travel Awards, reconocimientos que han potenciado la entrada de turistas, ciudades como

Quito y Cuenca han liderado estos reconocimientos. En contraste con estos datos la industria turística no ha invertido en calidad, se oferta productos y servicios que no se sustentan en modelos de gestión de calidad, es muy común encontrar empresas de este sector que son operadas por personal sin capacitación y sin formación profesional generando como consecuencia insatisfacción en el consumidor. Los restaurantes al ser parte del turismo se constituyeron en eje de nuestra investigación para establecer un análisis acerca de la calidad en el servicio en base a un estudio de caso Restaurante Tiánguez para lo cual se tomó como referencia al modelo SERVQUAL los resultados sirvieron para conocer las expectativas y las percepciones de los clientes así como para conocer por dimensión cuales eran más importantes y así poder cerrar las brechas entre lo ofrecido y lo demandado, los resultados nos mostraron que el nivel de conocimiento de las expectativas del cliente son fundamentados únicamente en la opinión de sus gerentes y propietarios y no en un esfuerzo académico para conocerlos. El desarrollo de la propuesta de un modelo de gestión se enfocó en: Estrategia, Diseño, Diseño de la Entrega, Monitoreo y Administración de servicios, con lo que esperamos fomentar el desarrollo de nuevas empresas el objetivo es elaborar un modelo de gestión de calidad en el servicio para restaurantes de la ciudad de Quito que este adaptado a su realidad y que sirva como un modelo de origen voluntario para mejorar el servicio.

2.1.2. ANTECEDENTES NACIONALES

(Choque & Ruiz, 2018). Estudio *La Calidad de servicio y su relación con la Satisfacción del cliente en la empresa Vestigios Restaurante, Lamas, San Martín*. La presente investigación de tesis titulada “Calidad de servicio y su relación con la satisfacción del cliente en la empresa Vestigios Restaurante, Lamas, San Martín, 2018”, tuvo como objetivo determinar la relación entre las variables. Corresponde a una investigación de tipo básica, descriptivo correlacional con un diseño no

experimental. La muestra estuvo conformada por un total de 121 clientes de la empresa a quienes se les aplicó una encuesta como instrumento con 24 ítems con una fiabilidad de Alpha de Cronbach para la variable dependiente con 12 ítems (0.950), para la variable dependiente con 12 ítems (0.957), confirmando la validez del instrumento. La conclusión es que sí existe una correlación positiva alta significativa ($Rho=0.857$; $p=0.000$) para las variables.

(García & Barboza, 2018). Estudio *Marketing Mix y su relación con la Calidad de servicio del restaurante Mar Bárbaro S.C.R.L.* La presente investigación se basa en una situación problemática actual que se ve en las empresas, ya que muchas tienen la inseguridad de integrar nuevas estrategias para el crecimiento de la empresa, ya sea por temor o por la monotonía que existe en el área administrativa. EL marketing mix es un tema que está tomando relevancia en los últimos tiempos por las empresas, en Perú existen alrededor de 220 mil establecimientos dedicados al expendio de alimentos y bebidas. Sin embargo del total de establecimientos que se inauguran mes a mes, casi un 50% cierra antes de los 3 meses pues no existe un conocimiento basto de lo que significa la responsabilidad de otorgar un verdadero servicio de alimentación. Esta investigación tuvo como objetivo fundamental la relación que existe entre el marketing mix y la calidad de servicio del restaurante Mar Bárbaro S.C.R.L – Chiclayo 2018, determinándose que la correlación entre las variables en estudio es de 0.476 que lo ubica en un nivel positivo medio con lo que contrastamos y aceptamos la hipótesis positiva de que ¿Si existe relación entre marketing mix y la calidad de servicio del restaurante Mar Bárbaro S.C.R.L?

(Jauregui Baca, 2014) estudio “*Gestión de Calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de la urbanización Los Héroes.* La presente investigación tuvo como objetivo, determinar las principales características de la Gestión de Calidad en las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio rubro

restaurantes, de la urbanización los Héroes del Distrito de Nuevo Chimbote, 2014. La investigación fue de diseño no experimental transversal, para el recojo de la información se escogió en forma dirigida una población muestral de 8 Micro y Pequeñas Empresas, a quienes se les aplicó un cuestionario de 13 preguntas cerradas, a través de la técnica de la encuesta obteniéndose los siguientes resultados: El 50% de los representantes, tienen edad entre 18 a 30 años. El 50% son de género masculino. El 71% tiene grado de instrucción superior no universitaria. El 75% son los dueños. El 37,5% tienen más de 7 años en permanencia en el rubro. El 62.5% tienen de 1 a 3 trabajadores. El 100 % tiene como objetivo maximizar ganancias. El 100% no tienen conocimientos de técnicas de Gestión. El 100% aplican liderazgo en su gestión. El 75 % aplican el liderazgo democrático. El 100 % no sigue un plan de negocios estratégicos. El 100% percibe que aplicar la Gestión de Calidad ayudaría a lograr objetivos. El 100% ha obtenido como resultados ofertar productos de mayor y mejor calidad. Finalmente se concluye que la mayoría del Micro y Pequeñas Empresas, son dirigidas por sus dueños, y aplican gestión de calidad, pero desconocen del tema.

2.1.3. ANTECEDENTES LOCALES

(Yarleque, 2018) estudió *Caracterización de la capacitación y la Calidad de Servicio al Cliente de las Mypes del Sector Servicio, rubro restaurantes del Cercado de Tumbes*. El presente Informe de investigación denominado: “CARACTERIZACIÓN DE LA CAPACITACIÓN Y LA CALIDAD DE SERVICIO AL CLIENTE DE LAS MYPES DEL SECTOR SERVICIO, RUBRO RESTAURANTES DEL CERCADO DE TUMBES, 2018”. Teniendo como Problema General: ¿Cuáles son las características de la capacitación y la calidad de servicio al Cliente de las mypes del sector servicio, rubro Restaurantes del cercado de Tumbes, 2018, tiene como objetivo general: Describir las características de la capacitación y la

calidad de servicio al Cliente de las mypes del sector servicio, rubro Restaurantes del cercado de Tumbes, 2018? El informe de investigación es de tipo descriptivo, nivel de investigación es cuantitativo y el diseño de investigación es no experimental, de corte transversal. La población y muestra estuvo conformada por 10 mypes abarcando 35 trabajadores para la variable Capacitación y 68 clientes para la variable Calidad de Servicio; a quienes en el transcurso de la investigación se les aplicó un cuestionario estructurado directamente sobre el tema de investigación a través de la técnica de la encuesta, el cual está estructurado de 16 ítems para la variable Capacitación y 16 ítems para la variable Calidad de Servicio. Teniendo como siguiente conclusión de esta investigación, La mayoría de las mypes rubro Restaurantes en el Cercado de Tumbes no realizan capacitaciones a sus trabajadores, los empleados consideran que necesitan capacitarse ya que presentan inconvenientes al momento de tomar decisiones, y de esta manera mejorar su desempeño en el trabajo en equipo, en el desarrollo de sus funciones, en las buenas Practicas y en el manejo de atención al Cliente.

(Febre, 2019) estudio *Caracterización de Calidad de Servicio en las Mypes del sector comercio rubro Tiendas de ropas en el Distrito de Tumbes* En la presente investigación denominada Caracterización de calidad de servicio en las mypes del sector comercio rubro tiendas de ropa en el distrito de Tumbes, año 2019. Tuvo como problema de investigación: ¿Cómo se caracteriza la calidad de servicio en las mypes del sector comercio rubro tiendas de ropa en el distrito de Tumbes, año 2019? Es por ello que se formuló el siguiente objetivo de investigación: Determinar la caracterización de calidad de servicio en las mypes del sector comercio rubro tiendas de ropa en el distrito de Tumbes, año 2019. Utilizando una metodología de investigación de tipo descriptivo, nivel cuantitativo y diseño no experimental de corte transversal; con una población de tres (03) mypes con una muestra de 68 clientes, se aplicó la encuesta y cuestionario como instrumentos de recolección de datos se concluyó y se identificó que las características

generales que los clientes consideran que la capacidad de respuesta por parte de los vendedores no es la adecuada, falta de iniciativa y compromiso para crear conciencia y fidelidad del cliente a la tienda, además es preciso manifestar que de acuerdo a la temporada el personal debe ser presto a brindar toda la información que requiera el personal, pero no se cumple debido a que los clientes consideran que existen trabajadores que orientan de diferente forma a otros más no se comprometen con cada uno de ellos, por lo tanto se concluye que no existe un trabajo en equipo favorable para la empresa.

(Montalban, 2016) estudió *Caracterización de la Capacitación y Calidad del servicio en las Mypes rubro Transporte de pasajeros Ciudad de Tumbes*. La presente investigación titulada “CARACTERIZACIÓN DE LA CAPACITACIÓN Y CALIDAD DEL SERVICIO EN LAS MYPES RUBRO TRANSPORTE DE PASAJEROS, CIUDAD DE TUMBES 2016, estableció como objetivo general Determinar las principales características de la capacitación y la calidad del servicio en las MYPES: rubro transporte de pasajeros en la ciudad de Tumbes, 2016. Se empleó ; la metodología de investigación con diseño no experimental de tipo descriptivo, Asimismo se planificó recabar información de naturaleza cualitativa y por último realizar un sondeo cuantitativo sólo como apoyo para el análisis del caso, lo que permitirá implantar la caracterización de la capacitación en la que determinan la calidad y el servicio lo cual es vital dentro de una organización; La muestra es no probabilística, compuesta por 12 MYPES del sector de transporte interdepartamental que ofrecen sus servicios de transporte de pasajeros desde y hasta la ciudad de Tumbes, teniendo por tanto para el estudio una población finita. Se usó las técnicas de entrevista y encuesta; para el procesamiento y análisis se usó los métodos del marco lógico, inductivo, deductivo, descriptivo, atención, Los resultados, la calidad es el hábito desarrollado y practicado por una organización para interpretar las necesidades y expectativas de sus clientes y en consecuencia un servicio,

adecuado ágil, accesible, adecuado, seguro y confiable, En conclusión, La percepción de los usuarios respecto a la capacitación y calidad del servicio.

2.2. BASES TEÓRICAS CONCEPTUALES

2.2.1. VARIABLE: CALIDAD DE SERVICIO

Existen muchos autores que definen conceptos relacionados a la terminología la CALIDAD DE SERVICIO que se define como:

“Podemos deducir que la calidad de servicio es la unión de diversas cualidades que da como resultado lograr que los usuarios puedan llegar al nivel de satisfacción generando de esta manera que la organización logre un alto índice dentro del mercado laboral a través del producto o servicio de calidad que esta brindado al cliente. **(Caracterización de la gestión de calidad bajo el enfoque de las 5s en las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro restaurantes del Distrito de Huaraz., 2016).**

La calidad de servicio cuenta con una firmeza ideológica, manifiesta una diversidad de principios, que conlleva a incluirlos en el saber de la organización así mismo todo el personal debe estar incluida en ella. La calidad de servicio realiza un papel importante dentro de la organización, el cual se visualiza si el producto o el servicio solicitado es el adecuado, por ende, la calidad de la empresa es la encargada de poder velar por el buen servicio que se ofrece a los clientes y así poder contribuir en la satisfacción y generar mayores ingresos y una gran rentabilidad para la organización.**(Betancourt Ramírez, José Bernardo; Aldana de Vega, Luzangela; Gómez Betancourt, 2014)**

Hoy en día las micro y pequeñas empresas son de gran importancia dentro de la economía del país, promoviendo mayor oportunidad de trabajo. También se toma en cuenta que existen cierto margen que es un 60 % de trabajadores que realizan sus labores de manera informal. Además, se deduce que muchas empresas optan por retirarse en el mercado laboral por falta de asesoramiento y capacitaciones al emprender un negocio.

(Goicochea, 2016)

La Calidad de servicio y la satisfacción del cliente deben estar entrelazados logrando que la organización pueda satisfacer las expectativas de los consumidores teniendo en cuenta el producto y servicio que obtienen.**(Alayo & Varas, 2018)**

La calidad de servicio está enfocada en el éxito que toda empresa desea conseguir, esto se puede llevar a cabo siempre y cuando se logre la satisfacción del cliente al momento de adquirir el producto o servicio. Los restaurantes deben de conocer las necesidades y la aspiración que los clientes necesitan, ofreciendo siempre un excelente servicio, todo cliente bien satisfecho puede lograr una gran rentabilidad en un restaurante, de acuerdo al servicio ofrecido, si es de buena calidad el cliente se encargará de comunicar a las personas de su entorno que ese restaurante logró satisfacer todas sus necesidades y/e inquietudes a través de la buena atención y los mejores productos que fueron ofrecidos y si es de mala calidad el cliente comunicará a las personas de su entorno que el restaurante no brinda una buena atención y el servicio ofrecido es de malas condiciones perjudicando enormemente al restaurante.

RELACION DE LA CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCION DEL CLIENTE

Según el autor Albretch, Karl (2012), la satisfacción es un eje primordial que toda organización debe conocer a través de ella el cliente mostrara si la organización pudo cumplir con las expectativas y si la atención prestada fue óptima.

La calidad de servicio cumple un papel importante en la organización, dentro de ella se podrá visualizar si el producto o el servicio brindado es el adecuado, cuando se habla de calidad la organización es la única encargada de poder velar por el buen servicio que se le brinda a los clientes, permitiendo de esta manera contribuir en la satisfacción y así generar mayores ingresos y gran rentabilidad para la organización.

LAS CARACTERÍSTICAS DE UN BUEN PRESTADOR DE SERVICIOS

- Amabilidad
- Es creativo y efectivo
- Buen investigador para conocer lo que el cliente necesita.
- Escucha
- Conoce al cliente
- Buen comunicador
- Sociable
- Íntegro
- Honesto

OTROS CONCEPTOS RELACIONADOS CON CALIDAD DE SERVICIO

Además, Walt Disney (2014), dice que alcanzar la satisfacción de los clientes es una meta alcanzable, permitiendo con ello atraer a más clientes. Seguidamente Aniorte (2016), considera que se debe cumplir con ciertos pilares para que la empresa pueda tener una mejor calidad de servicio y de esta manera lograr la satisfacción de los clientes.

Por lo tanto, Alvarado Florero (2015), supone que la calidad de servicio y la satisfacción del cliente deben estar unidos permitiendo a la organización lograr satisfacer todas las expectativas por parte de los clientes teniendo en cuenta el producto o servicio que se proporciona logrando así un gran prestigio por el excelente servicio ofrecido.

Por consiguiente, Pérez (2007), piensa que tanto la organización como los clientes se encuentran vinculados con el propósito de prestar un buen servicio a la sociedad, con el objetivo de crecer cada día y poder obtener mejor rentabilidad y ser mejores en el ámbito laboral.

Duque (2005) considera que: “El servicio al cliente es el establecimiento y la gestión de una relación de mutua satisfacción de las expectativas que existe entre el cliente y la organización. Lo cual se vale de la interacción y retroalimentación entre personas, en todas las etapas del proceso del servicio. El objetivo básico es mejorar las experiencias que el cliente tiene con el servicio de la organización”.

COMO ESTÁ CONFORMADA LA CALIDAD DE SERVICIO

Según Carmen Blanco García (2010), concluyó que la calidad está conformada mediante un buen servicio, mientras las empresas sean grandes o pequeñas ofrezcan un excelente servicio, el cliente se encargará de prestar la atención necesaria sobre los productos o servicio ofrecidos demostrando satisfacción con lo que va a comprar o adquirir ya sea bienes o servicios.

COMPONENTES DE LA CALIDAD DE SERVICIO

Empatía: La organización no solo se encarga de brindar el servicio si no preguntar cómo se sienten al momento de adquirirlo, en pocas palabras es demostrar al cliente que te preocupas por él y que la finalidad es que sienta completamente satisfecho y segura por la elección tomada.

Seguridad: En toda empresa la seguridad es vital, no es permitido que las empresas brinden servicios a clientes sin la mayor seguridad, porque pueda traer consecuencias posteriores que perjudique tanto a los clientes como a los propietarios.

Capacidad de respuesta: En este punto la empresa debe atender a sus clientes de manera segura y rápida, facilitando cualquier información solicitada y cumplir con todas las inquietudes que se puedan presentar en su debido momento.

Elementos tangibles. En este punto se tomará en cuenta las instalaciones físicas y el equipo de la empresa, demostrando siempre los mejores,

permitiendo mayor rentabilidad dentro de la organización. La calidad de servicio no es la igual, puede haber variaciones, esto depende de la situación del problema y de la interacción entre el empleado y el cliente.

Accesibilidad: Hoy en día las tecnologías cumplen un papel importante dentro de las organizaciones, permitiendo que la atención y satisfacción del cliente sea más rápida y efectiva.

La Confiabilidad: Es aquella virtud que toda organización debe conocer, con el propósito de brindar un servicio de manera segura, exacta y precisa logrando que el cliente pueda satisfacer todas sus expectativas.

2.2.2. SATISFACCION DEL CLIENTE

La satisfacción del cliente es el eje fundamental que toda compañía desea llegar, logrando satisfacer al cliente a través de los mejores productos y servicios que se ofrecen, conllevando a generar mejores recursos económicos.

(Martínez, 2016).

Ofrecer una excelente atención al cliente en los restaurantes es un punto clave, en especial cuando los clientes son la única fuente de ingresos, para que los restaurantes puedan lograr la satisfacción de los usuarios, deben cumplir con todas las necesidades y expectativas que se puedan presentar, se puede deducir que los clientes son el eje más importante y son ellos los que van a determinar si el servicio ofrecido es de buena calidad y si se logró satisfacer con lo solicitado país.

(Coronel, 2016)

La satisfacción laboral es el punto más importante de la organización. A través de esta satisfacción se puede deducir 2 puntos: El primero es si están satisfechos se va

a lograr la fidelidad de los consumidores. El segundo es que los clientes no están satisfechos el cual va a generar malestar entre los propietarios de los restaurantes y los de su entorno, es por ello que toda empresa debe utilizar estrategias, métodos que contribuya a la fidelidad de los consumidores.

(Moreno, 2012)

La progresiva globalización de las empresas ha aumentado ampliamente y la competencia entre los distintos sectores económicos. Hoy en día la competitividad por atraer una gran cantidad de clientes a dado como resultado que los restaurantes deben de mejorar la calidad de servicio que prestan. Es de gran importancia analizar y conocer la calidad de servicio y la satisfacción de los consumidores. Por lo tanto, podemos deducir que los clientes pueden dar una información acerca de las falencias del restaurante como falta de personal tanto administrativo y de servicio, la falta de aseo por parte del personal de servicio y no contar con personal caracterizado, etc. Este estudio ayudará a mejorar el buen servicio y también dará como resultados clientes satisfechos.

(Gutiérrez, 2018).

SIGNIFICADOS RELACIONADOS.

- Clientes.
- Mercadotecnia.
- Branding.
- Marketing.
- Compras.

VENTAJAS

Philip Kotler (2015), considera que unas de las ventajas de mayor relevancia en la satisfacción del cliente es lograr un buen servicio al cliente, permitiendo que la empresa obtenga gran reconocimiento y prestigio dentro del mercado laboral.

Vallejo Gabriel (2014), presentó que los clientes tienen todo el derecho de poder manifestar el malestar que puedan percibir en la empresa y de esta manera va ayudar en perfeccionar el error que se pueda presentar día a día, permitiendo demostrar un servicio de calidad no olvidando que el cliente siempre tiene la razón y que debe ser atendido de manera íntegra, solucionando toda expectativa inconclusa.

Horovitz Jacques (2015), cabe señalar que la calidad y la satisfacción conlleva que la empresa sea cada día más competitiva demostrando siempre una excelente imagen y buena reputación.

DESVENTAJA

Harry Gordon (2008), concluyó que existen muchas desventajas sobre la satisfacción del cliente, conllevando a la existencia en generar malestar dentro de la empresa, permitiendo de esta manera conflictos entre los clientes y los integrantes de la organización.

COMO SE MIDE LA SATISFACCION

La satisfacción cumple un papel vital sobre los clientes a través del producto o servicio prestado y para poder medir se tomará en cuenta el estado de ánimo de cada cliente si están satisfechos o no.

COMPONENTES DE LA SATISFACCION DEL CLIENTE

Fiabilidad: La empresa no solo se debe encargar de brindar el servicio si no conocer si el cliente se siente bien de adquirirlo, todo restaurante debe de contar con un libro de reclamaciones para que el cliente pueda colocar todas sus quejas e inquietudes por el servicio recibido.

Expectativas: El restaurante brinda un producto de calidad a un precio justo y de esta manera cumple todas las expectativas ofrecidas y así el cliente pueda sentirse cómodo por el servicio adquirido, generando así que la organización adquiera mayores ingresos.

Fidelización: De acuerdo con los resultados obtenidos se pudo deducir que los clientes si recomendarían el establecimiento a un amigo o familiar porque pudo encontrar en él un ambiente cálido, buena infraestructura y sobre todo que la atención es de excelente calidad.

Producto adecuado: El restaurante ofrece a sus clientes un producto y servicio en buenas condiciones, de salubridad, permitiendo de esta manera que el restaurante tenga mayor acogida y así sus ingresos puedan aumentar

Calidad técnica: Cuando se habla de calidad técnica es refiere el propietario si brinda una respuesta rápida y buena a sus clientes, además los trabajadores si informan a sus clientes cuales son exactamente los servicios que ofrecen evitando de esta manera que el cliente se sienta confundido por el servicio percibido.

ESTADOS DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

La satisfacción del cliente se presenta en 4 estados de ánimos de acuerdo a la atención brindada por parte de la organización.

✓ Irritación. - Es la forma más constante que se demuestra en las organizaciones, la irritación en todo cliente conlleva a que la empresa decaiga su imagen y reputación, permitiendo de esta manera ciertos malestares que son demostrados a simple vista. Dentro de la irritación se toma en cuenta ciertos puntos que son: Tiempos de esperas prolongados, dar información poco clara o precisa, mostrar poca naturalidad en el trato con los clientes, etc.

✓ Insatisfacción. – Cumple un papel vital ya que un cliente insatisfecho provoca un ingreso más a la organización, no solo es dar un buen servicio, si no también es necesario que la atención sea rápida y de esta manera el cliente se sentirá agradecido y satisfecho.

✓ Enfadado. - Es cuando un cliente no logra el entendimiento de la atención prestada por parte de los trabajadores, permitiendo no tener una buena comunicación, perjudicando gravemente a la organización. Se debe en cuenta que los clientes son los ejes más importantes de las organizaciones, y por ello se debe evitar enfrentarnos ante los clientes generando malestar dentro de la organización.

✓ Satisfacción. – Es el logro que toda organización debe llegar, un cliente satisfecho es un cliente fiel y además se encargará de comunicar la gran experiencia que paso al momento de seleccionar y adquirir dicho servicio, permitiendo la fidelización y eliminando toda competencia que pueda presentarse.

III. HIPÓTESIS

Según Tamayo (2007), dijo que la investigación es descriptiva porque se encarga del estudio de cada una de las variables y permite ser el objeto de la investigación. Debido a que es una investigación descriptiva no es necesario establecer hipótesis porque busca explicar situaciones o acontecimientos de los hechos tal y como se encuentran y se trata de enumerar las características de las respectivas variables que se utilizan para la realización de la investigación.

IV. METODOLOGÍA

4.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

El diseño de la investigación es NO EXPERIMENTAL, de corte transversal. La investigación no experimental es aquella que se ejecuta sin poder manipular las variables de la calidad de servicio y satisfacción del cliente y detallar tal como están establecidas y por ende poder examinar la recolección de datos proporcionados. *Hernández, Fernández y Baptista (2011)*.

Dónde:

M = Restaurantes del Distrito de La Cruz.

O = Calidad de servicio y Satisfacción del cliente.



M: muestra

O: Observación de la muestra

4.2 POBLACIÓN Y MUESTRA

El real propósito de identificar la población y la muestra de la investigación, es determinar con el mayor acercamiento al enfoque cuantitativo, con la aplicación de métodos estadísticos y/o los que se definan en base a los datos que se tengan. Las unidades económicas objeto de investigación son diez restaurantes del Distrito de La Cruz.

Cuadro 1: Restaurantes que operan en el Distrito de La Cruz.

N°	RAZON SOCIAL	PROPIETARIOS
01	Restaurante Turístico Sol Luna	Espinoza Inga, Jean Carlos.
02	Restaurante Turístico Olaya	Olaya Yacila, Roberth
03	Restaurante Turístico Nino	Becerra Ortiz, Nino
04	Restaurante Turístico Antaño	Pérez Olivos, Manuel
05	Restaurante Turístico El Callejón	Rivera Gonzales, Ana

Fuente: *Municipalidad Distrital de La Cruz.*

4.2.1. POBLACIÓN

La población establecida en esta investigación se encuentra agrupada por la totalidad de clientes que asisten en los restaurantes y que se desconoce su cantidad, por lo tanto, podríamos decir que es una población infinita o desconocida.

4.2.2. MUESTRA

La muestra se obtuvo de forma probabilística y para determinar la cantidad de la muestra cuando la población es infinita o desconocida se utilizó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{z^2 * p * q}{e^2}$$

donde:

$Z = 1.645$ para un nivel de confianza del 90%

$p = 50\%$

$q=50\%$

$e: 10\%$

$$n = \frac{1.645^2 * 0.5 * 0.5}{0.1^2}$$
$$n = 67.65$$
$$n = 68$$

4.3 DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Variable 01: Calidad de servicio

Además, Walt Disney (2014), considera que lograr la satisfacción de los clientes es una meta alcanzable que toda organización debe de conseguir, permitiendo con ello atraer a más clientes.

Variable 02: Satisfacción del cliente

Bachelet (1992) consideró que la satisfacción era una reacción emocional del consumidor en respuesta a la experiencia con un producto o servicio, esta satisfacción incluía la última relación con un producto o servicio, la experiencia relativa a la satisfacción desde el momento de la compra y la satisfacción en general.

DEFINICION Y OPERACIONALIZACION DE LAS VARIABLES

Operacionalización de las variables.

VARIABLES	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS (PREGUNTA)	ESCALA DE DIMENSION
CALIDAD DEL SERVICIO	Alvarado Florero (2015), considera que la calidad de servicio y la satisfacción del cliente deben estar unidos para que la organización pueda lograr satisfacer todas las expectativas por parte de los clientes teniendo en cuenta el producto o servicio que se proporciona logrando así un gran prestigio por el excelente servicio ofrecido.	Se pretenderá determinar y describir las características de la calidad de servicio de las MYPES sector servicios, rubro restaurantes, donde se aplicará una serie de interrogantes indicadores formuladores de preguntas.	EMPATÍA	El grado de empatía que se presenta en el servicio del restaurante del Distrito de La Cruz	La atención que te brinda el propietario es con respeto. El propietario te brinda una buena atención	NOMIAL NOMINAL
			SEGURIDAD	El nivel de seguridad que existe a través de la infraestructura en los restaurantes del Distrito de La Cruz.	La infraestructura del local cuenta con los requerimientos mínimos de seguridad. Se siente usted seguro en el establecimiento donde va adquirir el servicio.	NOMINAL NOMINAL
			CAPACIDAD DE RESPUESTA	La calidad de la capacidad de respuesta que percibes por parte de los propietarios de los restaurantes del Distrito de La Cruz	El propietario te da una respuesta inmediata a un problema que se te presenta.	NOMINAL
					Cuando pides información de un producto la respuesta que recibes es inmediata	NOMINAL
			ELEMENTOS TANGIBLES	El estado de los elementos tangibles son de última generación en los restaurantes del Distrito de La Cruz	El establecimiento cuenta con zonas de estacionamiento.	NOMINAL
					El establecimiento cuenta con equipos modernos	NOMINAL
					El estacionamiento tiene buena estructura moderna.	NOMINAL
					El estacionamiento cuenta con cámaras de vigilancia.	NOMINAL
			ACCESIBILIDAD	La capacidad de accesibilidad que tienen los trabajadores en los restaurantes del Distrito de la Cruz.	En el establecimiento los trabajadores son eficientes	NOMINAL
					La ayuda que pides es brindada con eficiencia.	NOMINAL
			CONFIABILIDAD	El nivel de confiabilidad que se presenta en los restaurantes del Distrito de La Cruz	Te sientes segura (o) en el establecimiento donde adquieres el producto.	NOMINAL
					El producto que te expenden es de buena calidad.	NOMINAL

VARIABLE	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS (PREGUNTA)	ESCALA DE DIMENSION
SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	Bachelet (2016) consideró que la satisfacción era una reacción emocional del consumidor en respuesta a la experiencia con un producto o servicio, esta satisfacción incluía la última relación con un producto o servicio, la experiencia relativa a la satisfacción desde el momento de la compra y la satisfacción en general	Se pretenderá determinar y describir las características de la satisfacción del cliente de las MYPES sector servicios, rubro restaurantes, donde se aplicará una serie de interrogantes indicadores formuladores de preguntas.	FIABILIDAD	La disposición de la fiabilidad que tiene los restaurantes del Distrito de La Cruz.	El servicio que te brindan es óptimo.	NOMINAL
			EXPECTATIVA	La eficacia de la expectativa que ofrece el restaurante para sus clientes en el Distrito de La Cruz.	El restaurante cuenta con libro de reclamaciones.	NOMINAL
					Brindan una atención rápida.	NOMINAL
			FIDELIZACIÓN	La confianza de la fidelización que refleja en el restaurante del Distrito de La Cruz.	El producto ofrecido cumple con las expectativas requeridas.	NOMINAL
					Usted recomendaría un restaurante a un amigo o familiares.	NOMINAL
			PRODUCTO ADECUADO	La seguridad del producto adecuado que se presenta en el restaurante del Distrito de La Cruz	Cambiaría este restaurante por otro.	NOMINAL
					El producto que utilizan en el restaurante siempre se encuentra en buenas condiciones.	NOMINAL
			CALIDAD TECNICA	La satisfacción de la calidad técnica es la adecuada por parte del restaurante del Distrito de La Cruz	Los restaurantes prestan buenas condiciones de salubridad de producto y servicio	NOMINAL
					Considera usted que un producto de calidad se ve reflejado en su costo.	NOMINAL
					Cree usted que el propietario brinda una respuesta rápida y buena a sus clientes.	NOMINAL
					Cree que la buena atención satisface su necesidad.	NOMINAL
					Los trabajadores informan a sus clientes cuales son exactamente los servicios que ofrecen.	NOMINAL

Fuente: *Elaboración propia*

4.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCION DE DATOS

Para desarrollar la presente investigación se aplicó la técnica de la encuesta, mediante la cual se recolectó datos haciendo uso del instrumento cuestionario diseñado con anticipación, el mismo que no modificará ni controlará el proceso en observación y que será aplicado a los clientes de las MYPES en estudio es decir a una muestra significativa. Los datos se obtienen a partir de la realización de una serie de preguntas con el fin de conocer opiniones, características o hechos específicos.

Para el procesamiento de los datos y elaboración de las tablas y gráficos estadísticos se utilizó el software Excel 2016.

4.5 PLAN DE ANÁLISIS

Se utilizará la estadística descriptiva para poder sacar la frecuencia, promedio y gráficos con la finalidad de poder analizarlos y sacar conclusiones, además utilizaremos el Excel.

4.6 MATRIZ DE CONSISTENCIA

ENUNCIADO DEL PROBLEMA	OBJETIVOS DE INVESTIGACION	HIPOTESIS	METODOLOGÍA	PROCESAMIENTO DE DATOS
¿Cómo se caracteriza la atención al cliente y su satisfacción, de las MYES sector servicio, rubro restaurantes en el Distrito de La Cruz, 2018”	OBJETIVO GENERAL	No va hipótesis por ser una investigación descriptiva	TIPO	En el análisis se aplicará la tabulación de acuerdo a cada dimensión e indicadores de la matriz de operacionalización para luego determinar las cantidades numéricas y porcentajes e interpretación de los resultados obtenidos utilizando para ello el programa de Excel del sistema operativo Windows 7 y la estadística descriptiva.
	Determinar la caracterización de atención al cliente y su satisfacción de las MYPES, sector servicios, rubro restaurantes en el Distrito de La Cruz, 2018.		Cuantitativo	
	OBJETIVOS ESPECÍFICOS		NIVEL	
	PRIMERA VARIABLE CALIDAD DE SERVICIO		DESCRIPTIVO	
	1. Determinar la empatía del cliente de las MYPES, sector servicios, rubro restaurantes en el Distrito de La Cruz 2018. 2. Conocer la seguridad del cliente de las MYPES, sector servicios, rubro restaurantes en el Distrito de La Cruz, 2018. 3. Determinar las capacidades de respuesta de los representantes legales de las MYPES, sector servicios, rubro restaurantes en el Distrito de La Cruz, 2018. 4. Determinar los elementos tangibles de las MYPES, sector servicios, rubro restaurantes en el Distrito de La Cruz, 2018. 5. Determinar la accesibilidad de las Mypes, sector servicios, rubro restaurantes en el Distrito de La Cruz, 2018. 6. Determinar la confiabilidad que demuestran las Mypes para sus clientes en el sector servicio rubro restaurantes en el Distrito de La Cruz, 2018.		DISEÑO	
	SEGUNDA VARIABLE: SATISFACCION DEL CLIENTE		No experimental sección transversal	
	1. Determinar la fiabilidad de la Mypes, sector servicio, rubro restaurantes en el Distrito de La Cruz, 2018. 2. Determinar las expectativas de cliente de las Mypes, sector servicio, rubro restaurantes en el Distrito de La Cruz, 2018. 3. Determinar la fidelización que tienen las Mypes, sector servicio rubro restaurante en el Distrito de La Cruz, 2018. 4. Determinar el producto adecuado que brinda las Mypes del sector servicio, rubro restaurante en el Distrito de La Cruz, 2018. 5. Determinar la calidad técnica que se establecen en las Mypes de sector servicio, rubro restaurante en el Distrito de La Cruz, 2018.		POBLACION	
			Los clientes de los 5 restaurantes turísticos del Distrito de la Cruz.	
			MUESTRA	
			$n = \frac{z^2 * p * q}{e^2}$	
			$N = \frac{1.645^2 * 0.5 * 0.5}{0.1^2}$	
			$n = 67.65$	
			$n = 68$	

Fuente: Elaboración propia

4.7 PRINCIPIOS ÉTICO

Entendiendo los principios éticos como las reglas que sirven como guía para orientar la conducta, existen, sin embargo, numerosos principios éticos compartidos a nivel social. Pérez Porto y Merino (2013). En la presente investigación se tomarán en cuenta los siguientes principios éticos:

- ✓ **Accesibilidad:** Acercamiento o trato a las personas entrevistadas
- ✓ **Búsqueda de la verdad:** Forman la mente, con lo que se dice o se siente.
- ✓ **Coherencia:** Relación de una cosa con otra.
- ✓ **Perseverancia:** Firmeza en la consecuencia de los propósitos.

V. RESULTADOS

Después de haber aplicado el instrumento de la encuesta, se organizaron los datos y se procedió.

5.1. PRESENTACION DE RESULTADOS

VARIABLE: CALIDAD DE SERVICIO

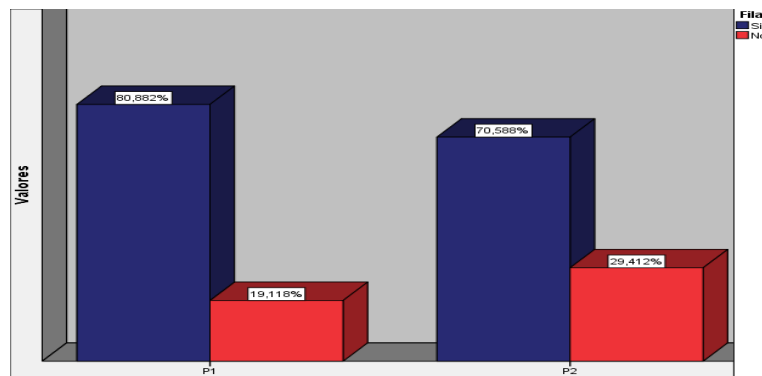
DIMENSIÓN: EMPATÍA

TABLA 1: EMPATÍA

	P1		P2	
	f_i	h_i	f_i	h_i
Si	55	80.9%	48	70.6%
No	13	19.1%	20	29.4%
Total	68	100.0%	68	100.0%

Fuente: Elaboración propia datos obtenidos, por la aplicación de la encuesta en las mypes, sector servicio, rubro restaurantes en el Distrito de La Cruz.

GRÁFICO 1: EMPATÍA



Fuente: Elaboración propia datos obtenidos, por la aplicación de la encuesta en las mypes, sector servicio, rubro restaurantes en el Distrito de La Cruz.

Comentario:

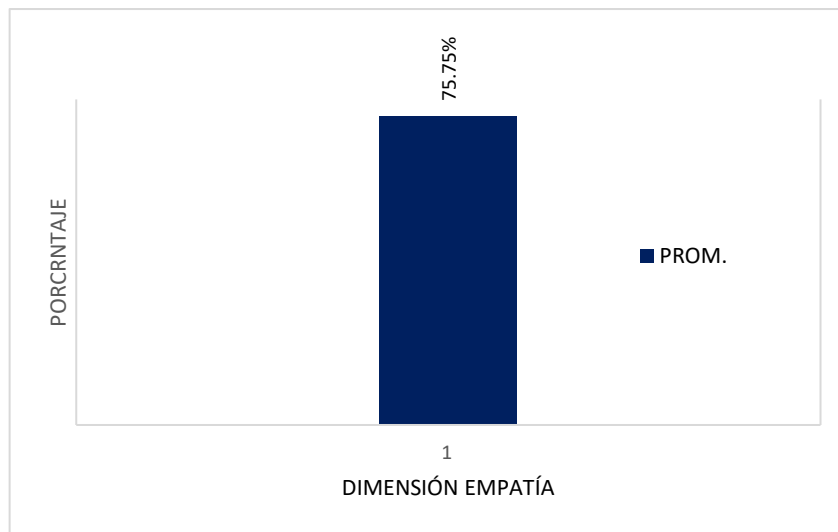
En el gráfico N° 1 de la dimensión empatía se aprecia que en el ítem P1 el 80.9% de los encuestados manifiesta que la atención que brinda el propietario es con respeto y el 19.1% comenta lo contrario, en el ítem P2, se puede apreciar que el 70.6% de los encuestados dicen que el propietario si brinda una buena atención, así mismo el 29.4% dice que el propietario no brinda buena atención.

TABLA 2. DIMENSIÓN EMPATÍA

	P1	P2	PROM.
Si	80.90%	70.60%	75.75%

Fuente: Elaboración propia datos obtenidos, por la aplicación de la encuesta en las mypes, sector servicio, rubro restaurantes en el Distrito de La Cruz.

GRÁFICO 2: DIMENSIÓN EMPATÍA



Fuente: Elaboración propia datos obtenidos, por la aplicación de la encuesta en las mypes, sector servicio, rubro restaurantes en el Distrito de La Cruz.

Comentario:

Resumiendo, la dimensión empatía, se observa que en promedio el 75.75% dice que la atención que brinda el propietario es con respeto y brinda una buena atención, manteniéndose en una calificación buena.

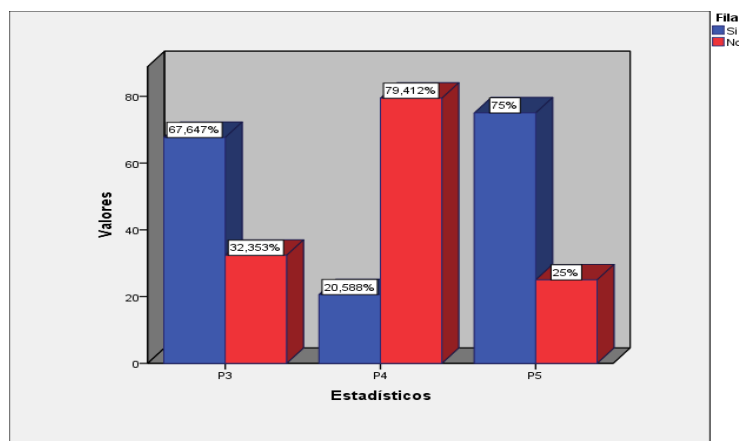
DIMENSIÓN: SEGURIDAD

TABLA 3: SEGURIDAD

	P3		P4		P5	
	f_i	h_i	f_i	h_i	f_i	h_i
Si	46	67.6%	14	20.6%	51	75.0%
No	22	32.4%	54	79.4%	17	25.0%
Total	68	100.0%	68	100.0%	68	100.0%

Fuente: Elaboración propia datos obtenidos, por la aplicación de la encuesta en las mypes, sector servicio, rubro restaurantes en el Distrito de La Cruz.

GRÁFICO 3: SEGURIDAD



Fuente: Elaboración propia datos obtenidos, por la aplicación de la encuesta en las mypes, sector servicio, rubro restaurantes en el Distrito de La Cruz.

Comentario:

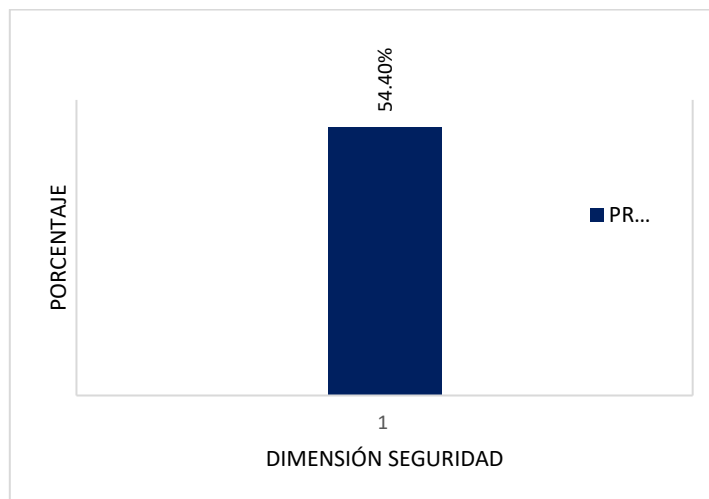
En el gráfico N° 3 se observa que en el ítem P3 el 67.6% de los encuestados dicen que la infraestructura del local si cuenta con los requerimientos mínimos de seguridad, y el 32.4% manifiesta lo contrario; en el ítem P4 se puede observar que el 20.6% de las personas que fueron encuestadas dicen sentirse seguros en el establecimiento donde van adquirir el servicio, pero el 79.4% dice que no, así mismo en el ítem P5 se aprecia que el 75.0% manifiesta que el establecimiento si cuenta con seguridad y el 25.0% respondieron que no cuentan con seguridad.

TABLA 4: DIMENSIÓN SEGURIDAD

	P3	P4	P5	PROM
SI	67.60%	20.60%	75.00%	54.40%

Fuente: Elaboración propia datos obtenidos, por la aplicación de la encuesta en las mypes, sector servicio, rubro restaurantes en el Distrito de La Cruz.

GRÁFICO 4: DIMENSIÓN SEGURIDAD



Fuente: Elaboración propia datos obtenidos, por la aplicación de la encuesta en las mypes, sector servicio, rubro restaurantes en el Distrito de La Cruz.

Comentario:

Se puede contemplar en el gráfico N° 4 que el promedio referido a la dimensión seguridad es de un 54.4% lo que da a entender que se encuentra dentro de una escala de malo.

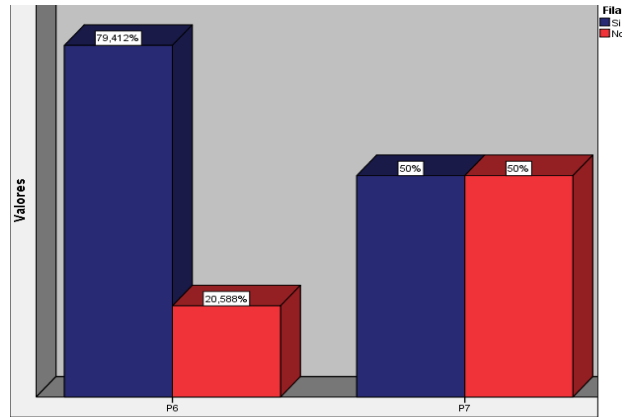
DIMENSIÓN: CAPACIDAD DE RESPUESTA

TABLA 5: CAPACIDAD DE RESPUESTA

	P6		P7	
	f_i	h_i	f_i	h_i
Si	54	79.4%	34	50.0%
No	14	20.6%	34	50.0%
Total	68	100%	38	100%

Fuente: Elaboración propia datos obtenidos, por la aplicación de la encuesta en las mypes, sector servicio, rubro restaurantes en el Distrito de La Cruz.

GRÁFICO 5: CAPACIDAD DE RESPUESTA



Fuente: Elaboración propia datos obtenidos, por la aplicación de la encuesta en las mypes, sector servicio, rubro restaurantes en el Distrito de La Cruz.

Comentario:

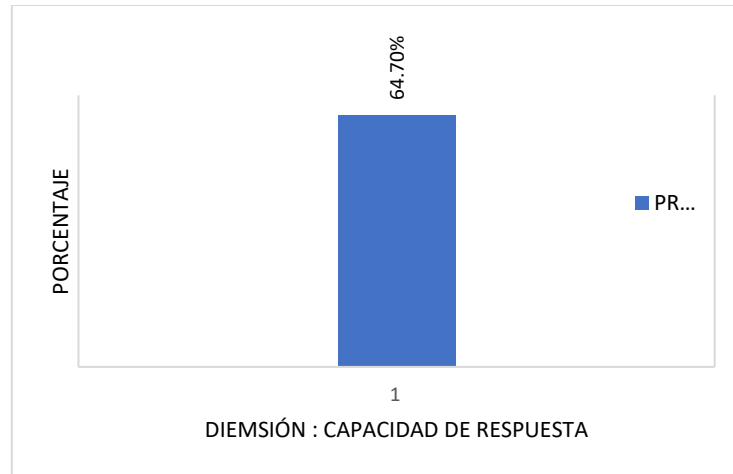
Se observa en el gráfico N° 5 que en el ítem P6 el 79.40% de las personas encuestadas respondieron que el propietario si da una respuesta inmediata a un problema que se presenta, y el 20.60% respondieron que no dan una respuesta inmediata al problema que se presenta; por otro lado, en el ítem P7 el 50.0% de los encuestados respondieron que siempre cuando piden información de un producto la respuesta que reciben es inmediata, mientras que el otro 50.0% respondió que no.

TABLA 6: DIMENSION CAPACIDAD DE RESPUESTA

	P6	P7	PROM.
Si	79.40%	50.00%	64.70%

Fuente: Elaboración propia datos obtenidos, por la aplicación de la encuesta en las mypes, sector servicio, rubro restaurantes en el Distrito de La Cruz.

GRÁFICO 6: DIMENSION CAPACIDAD DE RESPUESTA



Fuente: Elaboración propia datos obtenidos, por la aplicación de la encuesta en las mypes, sector servicio, rubro restaurantes en el Distrito de La Cruz.

Comentario:

Se aprecia en el grafico N° 6, que el promedio de la dimensión Respuesta es del 64.7%, ubicándose en el rubro de Regular.

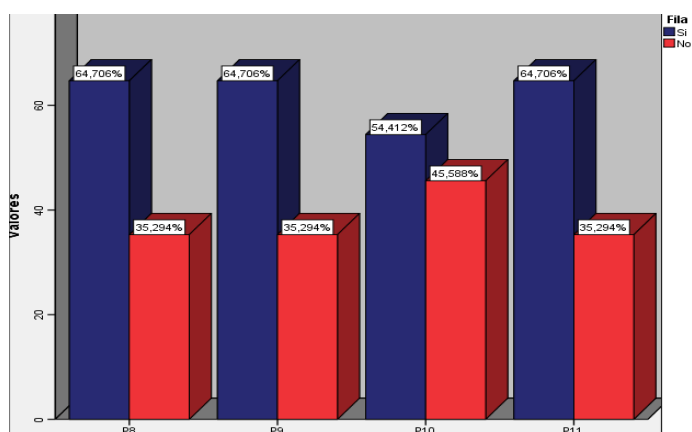
DIMENSION: ELEMENTOS TANGIBLES

TABLA 7: ELEMENTOS TANGIBLES

	P8		P9		P10		P11	
	f_i	h_i	f_i	h_i	f_i	h_i	f_i	h_i
Si	44	64.7%	44	64.7%	37	54.4%	44	64.7%
No	24	35.3%	24	35.3%	31	45.6%	24	35.3%
Total	68	100.0%	68	100%	68	100%	68	100%

Fuente: Elaboración propia datos obtenidos, por la aplicación de la encuesta en las mypes, sector servicio, rubro restaurantes en el Distrito de La Cruz.

GRÁFICO 7: ELEMENTOS TANGIBLES



Fuente: Elaboración propia datos obtenidos, por la aplicación de la encuesta en las mypes, sector servicio, rubro restaurantes en el Distrito de La Cruz.

Comentario:

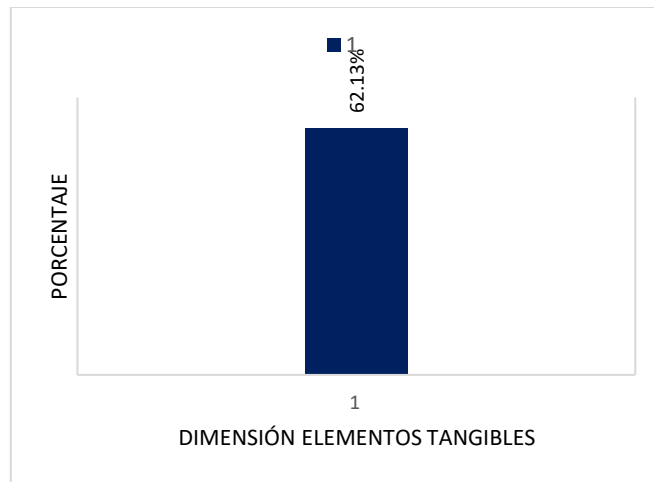
Se observa en el Gráfico N° 7 que en el ítem P8 el 64.7% respondió que el establecimiento si cuenta con zona de estacionamiento, y el 35.3% dijo que no cuentan con estacionamiento, así mismo se observa en el ítem P9 que el 64.70% de los entrevistados afirma que el establecimiento si cuenta con equipos modernos, mientras que el 35.3% respondieron que no, en el ítem P10 el 54.4% afirmó que el establecimiento si tiene estacionamiento con buena estructura moderna y el 45.6% manifestó que no la tiene; observamos que en el ítem P11 el 64.7% respondió que el estacionamiento si cuenta con cámaras de vigilancia y el 35.3% comentó que no cuenta con cámaras de vigilancia.

TABLA 8: DIMENSIÓN ELEMENTOS TANGIBLES

	P8	P9	P10	P11	PROM.
Si	64.70%	64.70%	54.40%	64.70%	62.13%

Fuente: Elaboración propia datos obtenidos, por la aplicación de la encuesta en las mypes, sector servicio, rubro restaurantes en el Distrito de La Cruz.

GRÁFICO 8: DIMENSIÓN ELEMENTOS TANGIBLES



Fuente: Elaboración propia datos obtenidos, por la aplicación de la encuesta en las mypes, sector servicio, rubro restaurantes en el Distrito de La Cruz.

Comentario:

Se observa en el grafico N° 8 que el promedio de la dimensión de elementos tangibles es de 62.13% lo que indica que se encuentra en un nivel regular.

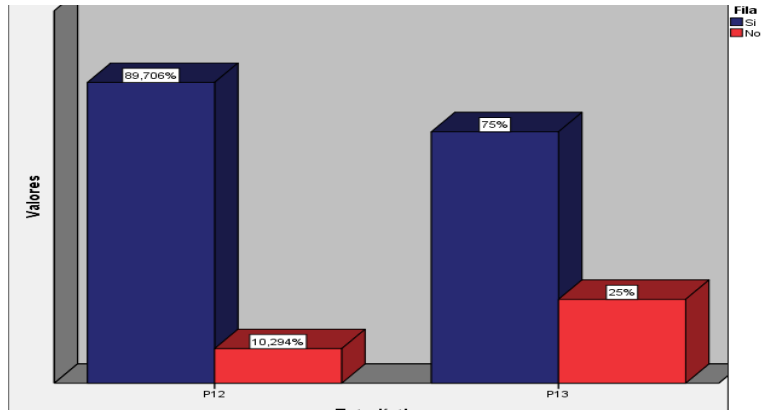
DIMENSIÓN: ACCESIBILIDAD

TABLA 9: ACCESIBILIDAD

	P12		P13	
	f_i	h_i	f_i	h_i
Si	61	89.7%	51	75.0%
No	7	10.3%	17	25.0%
Total	68	100.0%	68	100.0%

Fuente: Elaboración propia datos obtenidos, por la aplicación de la encuesta en las mypes, sector servicio, rubro restaurantes en el Distrito de La Cruz.

GRÁFICO 9: ACCESIBILIDAD



Fuente: Elaboración propia datos obtenidos, por la aplicación de la encuesta en las mypes, sector servicio, rubro restaurantes en el Distrito de La Cruz.

Comentario:

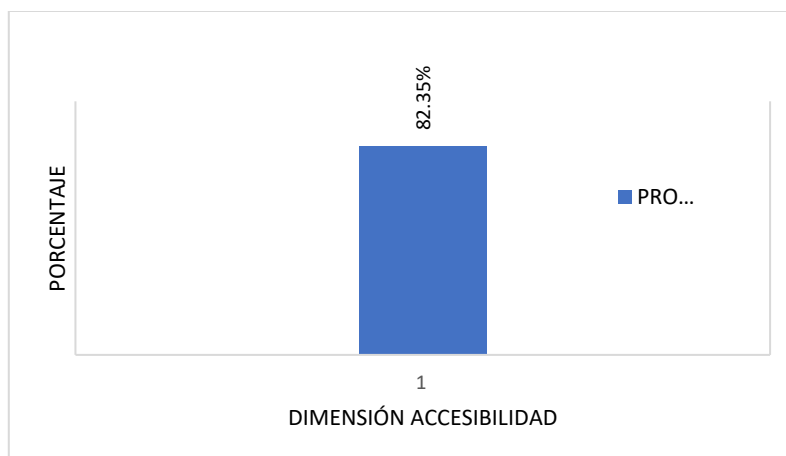
En el gráfico N° 9 se observa que en el ítem P12 el 89.70% de los encuestados respondieron que los trabajadores si son accesibles, mientras que el 10.3% dijeron que no; en el ítem P13 se muestra que el 75.0% respondieron que la ayuda que se pide es brindada con eficiencia

TABLA 10: DIMENSIÓN ACCESIBILIDAD

	P12	P13	PROM.
Si	89.70%	75.00%	82.35%

Fuente: Elaboración propia datos obtenidos, por la aplicación de la encuesta en las mypes, sector servicio, rubro restaurantes en el Distrito de La Cruz.

GRÁFICO 10 : DIMENSIÓN ACCESIBILIDAD



Fuente: Elaboración propia datos obtenidos, por la aplicación de la encuesta en las mypes, sector servicio, rubro restaurantes en el Distrito de La Cruz.

Comentario:

Se observa en el grafico N° 10, que el promedio de los que respondieron positivamente es del 82.35% lo que muestra que el establecimiento cumple con la dimensión de accesibilidad ubicándose en un nivel de bueno.

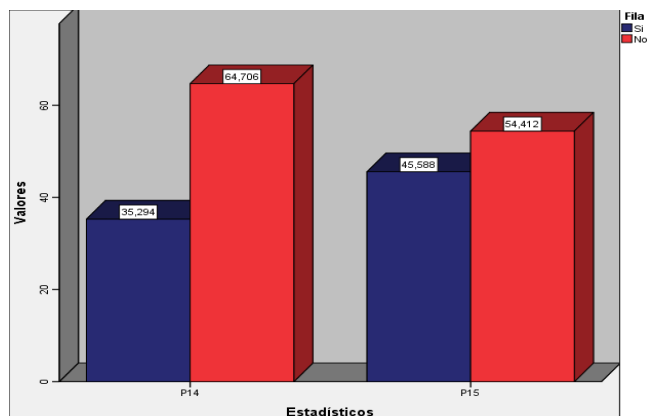
DIMENSIÓN: CONFIABILIDAD

TABLA 11: CONFIABILIDAD

	P14		P15	
	f_i	h_i	f_i	h_i
Si	24	35.3%	31	45.6%
No	44	64.7%	37	54.4%
Total	68	100.0%	68	100.0%

Fuente: Elaboración propia datos obtenidos, por la aplicación de la encuesta en las mypes, sector servicio, rubro restaurantes en el Distrito de La Cruz.

GRÁFICO 11: CONFIABILIDAD



Fuente: Elaboración propia datos obtenidos, por la aplicación de la encuesta en las mypes, sector servicio, rubro restaurantes en el Distrito de La Cruz.

Comentario:

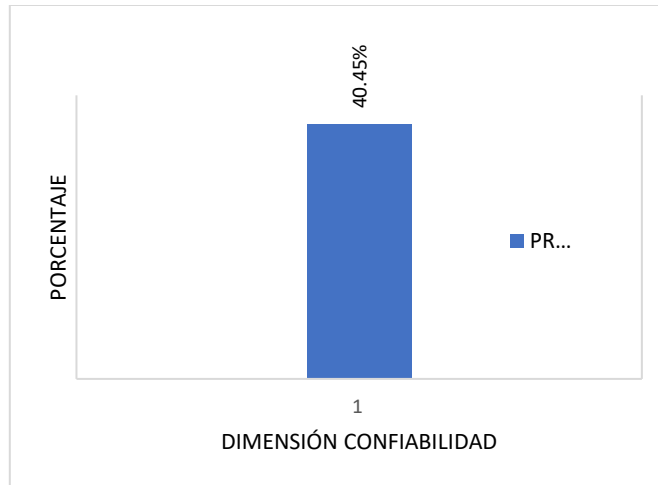
Se observa en el gráfico N° 11 que en el ítem P14 los encuestados respondieron que si se sienten seguros en establecimiento donde adquieren su producto, mientras que el 64.7% respondieron que no se sienten seguros, así mismo se observa que en el ítem P15 que el 45.6% dijeron que el producto que expenden es de buena calidad, el 54.4% respondieron que el producto que expenden no es de buena calidad.

TABLA 12: DIMENSIÓN CONFIABILIDAD

	P14	P15	PROM.
Si	35.30%	45.60%	40.45%

Fuente: Elaboración propia datos obtenidos, por la aplicación de la encuesta en las mypes, sector servicio, rubro restaurantes en el Distrito de La Cruz.

GRÁFICO 12: DIMENSIÓN CONFIABILIDAD



Fuente: Elaboración propia datos obtenidos, por la aplicación de la encuesta en las mypes, sector servicio, rubro restaurantes en el Distrito de La Cruz.

Comentario:

Se observa en el grafico N° 12 que el promedio de las respuestas positivas es del 40.45% lo que indica que se encuentra en un nivel muy malo.

VARIABLE: SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

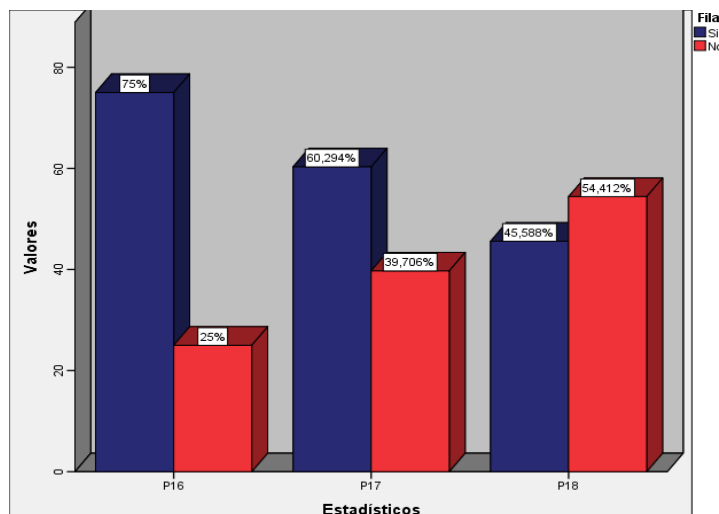
DIMENSIÓN: FIABILIDAD

TABLA 13: FIABILIDAD

	P16		P17		P18	
	f_i	h_i	f_i	h_i	f_i	h_i
Si	51	75.0%	41	60.3%	31	45.6%
No	17	25.0%	27	39.7%	37	54.4%
Total	68	100.0%	68	100.0%	68	100.0%

Fuente: Elaboración propia datos obtenidos, por la aplicación de la encuesta en las mypes, sector servicio, rubro restaurantes en el Distrito de La Cruz.

GRÁFICO 13: FIABILIDAD



Fuente: Elaboración propia datos obtenidos, por la aplicación de la encuesta en las mypes, sector servicio, rubro restaurantes en el Distrito de La Cruz.

Comentario:

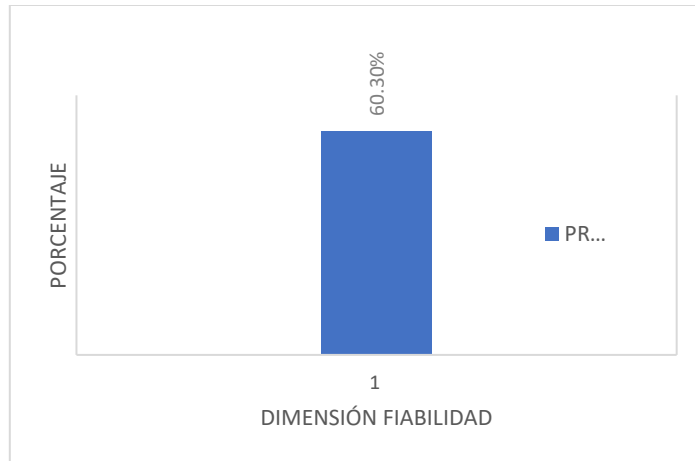
Se observa en el gráfico N° 13 que en el ítem P16 el 75.0% respondieron que el servicio que brinda si es óptimo, mientras que el 25.0% manifiesta que no es óptimo el servicio que brindan; así mismo se observa en el ítem P17 que el 60.3% afirmaron que el restaurante si cuenta con libros de reclamaciones y el 39.7% manifestaron que no cuentan con libro de reclamaciones. También observamos que en el ítem P19 el 45.6% respondieron que el restaurante si brinda una atención rápida, y el 54.4% dijeron que no cuenta con una atención rápida.

TABLA 14: DIMENSIÓN FIABILIDAD

	P16	P17	P18	PROM
SI	75.00%	60.30%	45.60%	60.30%

Fuente: Elaboración propia datos obtenidos, por la aplicación de la encuesta en las mypes, sector servicio, rubro restaurantes en el Distrito de La Cruz.

GRÁFICO 14: DIMENSIÓN FIABILIDAD



Fuente: Elaboración propia datos obtenidos, por la aplicación de la encuesta en las mypes, sector servicio, rubro restaurantes en el Distrito de La Cruz.

Comentario:

Se observa en el gráfico N° 14 que el promedio de las afirmaciones de la Dimensión fiabilidad es de 60.30% encontrándose en un nivel regular.

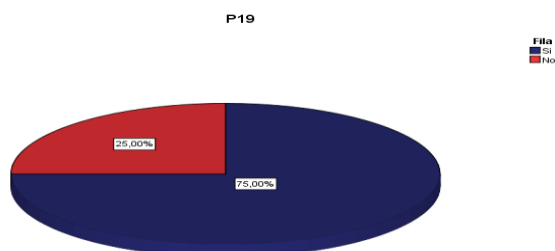
DIMENSIÓN: EXPECTATIVAS

TABLA 15: EXPECTATIVAS

	P19	
	f_i	h_i
Si	51	75,0%
No	17	25,0%
Total	68	100

Fuente: Elaboración propia datos obtenidos, por la aplicación de la encuesta en las mypes, sector servicio, rubro restaurantes en el Distrito de La Cruz.

GRÁFICO 15: EXPECTATIVAS



Fuente: Elaboración propia Fuente: Elaboración propia datos obtenidos, por la aplicación de la encuesta en las mypes, sector servicio, rubro restaurantes en el Distrito de La Cruz.

Comentario:

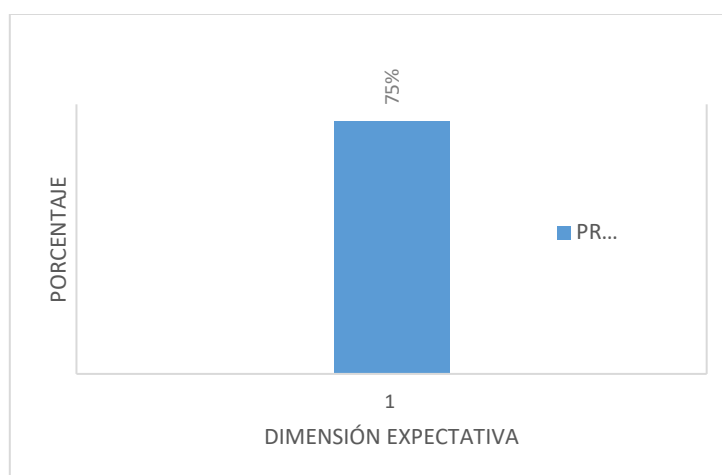
En el gráfico N° 15 se observa que en el ítem P19 el 75% de las personas encuestadas manifiestan que el producto brindado si cumplen con las expectativas ofrecidas, mientras que el 25% respondieron que no cumple con las expectativas ofrecidas.

TABLA 16: DIMENSIÓN EXPECTATIVA

	P19	PROM
SI	75%	75%

Fuente: Elaboración propia datos obtenidos, por la aplicación de la encuesta en las mypes, sector servicio, rubro restaurantes en el Distrito de La Cruz.

GRÁFICO 16: DIMENSIÓN EXPECTATIVA



Fuente: Elaboración propia datos obtenidos, por la aplicación de la encuesta en las mypes, sector servicio, rubro restaurantes en el Distrito de La Cruz.

Comentario:

En el gráfico N° 16 observamos que el promedio de la dimensión expectativa es del 75%, es decir que se ubica dentro del rango bueno.

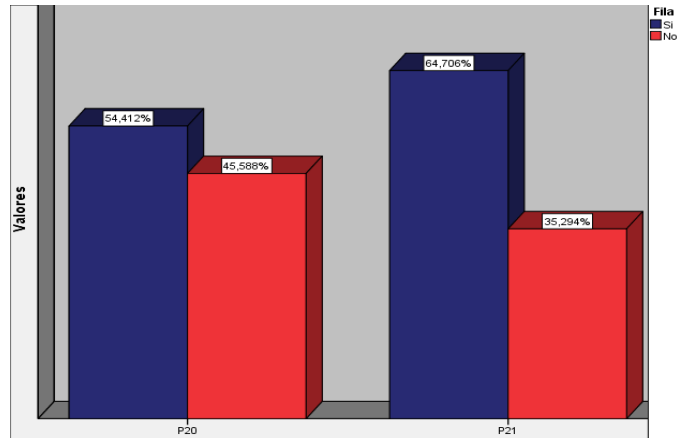
DIMENSIÓN: FIDELIZACIÓN

TABLA 17: FIDELIZACIÓN

	P20		P21	
	f_i	h_i	f_i	h_i
Si	37	54.4%	44	64.7%
No	31	45.6%	24	35.3%
Total	68	100.0%	68	100.0%

Fuente: Elaboración propia datos obtenidos, por la aplicación de la encuesta en las mypes, sector servicio, rubro restaurantes en el Distrito de La Cruz.

GRÁFICO 17: FIDELIZACIÓN



Fuente: Elaboración propia datos obtenidos, por la aplicación de la encuesta en las mypes, sector servicio, rubro restaurantes en el Distrito de La Cruz.

Comentario:

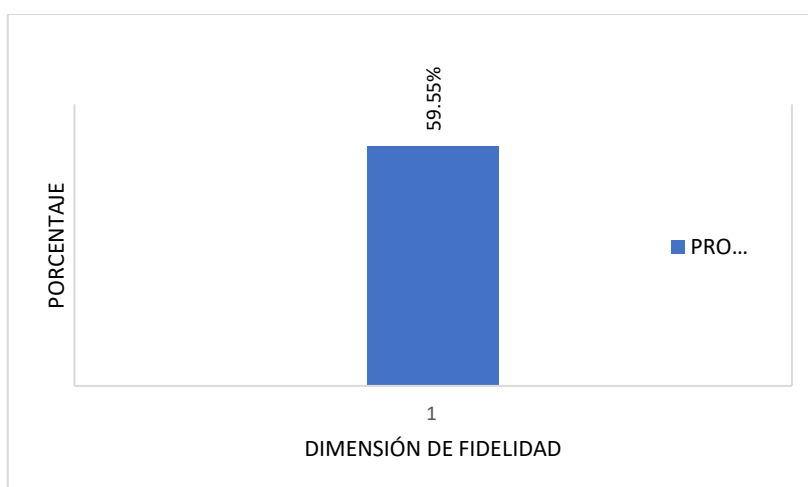
En el gráfico N° 16 se observa en el ítem P20 que el 54.4% de los encuestados respondieron si recomendaría el establecimiento a un amigo o familiar, y el 45.6% dijeron que no lo recomendarían, en el ítem P21 se observa que el 64.70% de las personas encuestadas respondieron que, si cambiarían este restaurante por otro, mientras que el 35.3% expresaron que no.

TABLA 18: DIMENSIÓN DE FIDELIZACIÓN

	P20	P21	PROM.
Si	54.40%	64.70%	59.55%

Fuente: Elaboración propia datos obtenidos, por la aplicación de la encuesta en las mypes, sector servicio, rubro restaurantes en el Distrito de La Cruz.

GRÁFICO 18: DIMENSIÓN DE FIDELIZACIÓN



Fuente: Elaboración propia datos obtenidos, por la aplicación de la encuesta en las mypes, sector servicio, rubro restaurantes en el Distrito de La Cruz.

Comentario:

Se observa que en el grafico N° 17 el promedio de la dimensión de Fidelización es de un 59.55% encontrándose en un nivel regular.

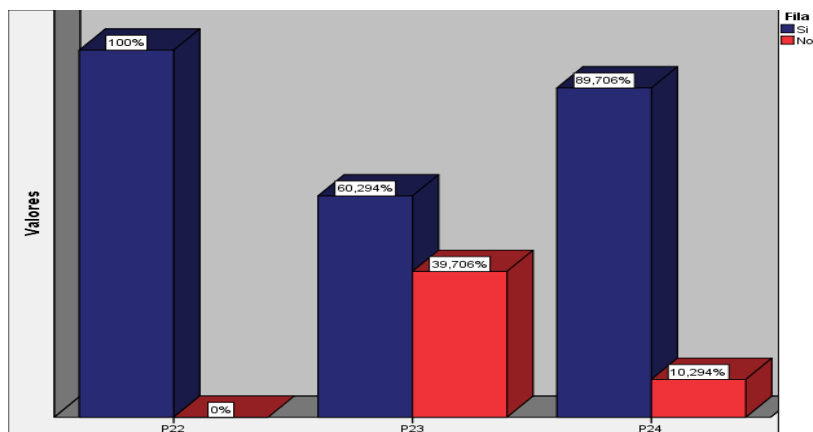
DIMENSIÓN: PRODUCTO ADECUADO

TABLA 19: PRODUCTO ADECUADO

	P22		P23		P24	
	f_i	h_i	f_i	h_i	f_i	h_i
Si	68	100.0%	41	60.3%	61	89.7%
No	0	0.0%	27	39.7%	7	10.3%
Total	68	100.0%	68	100.0%	68	100.0%

Fuente: Elaboración propia datos obtenidos, por la aplicación de la encuesta en las mypes, sector servicio, rubro restaurantes en el Distrito de La Cruz.

GRÁFICO 19: PRODUCTO ADECUADO



Fuente: Elaboración propia datos obtenidos, por la aplicación de la encuesta en las mypes, sector servicio, rubro restaurantes en el Distrito de La Cruz.

Comentario:

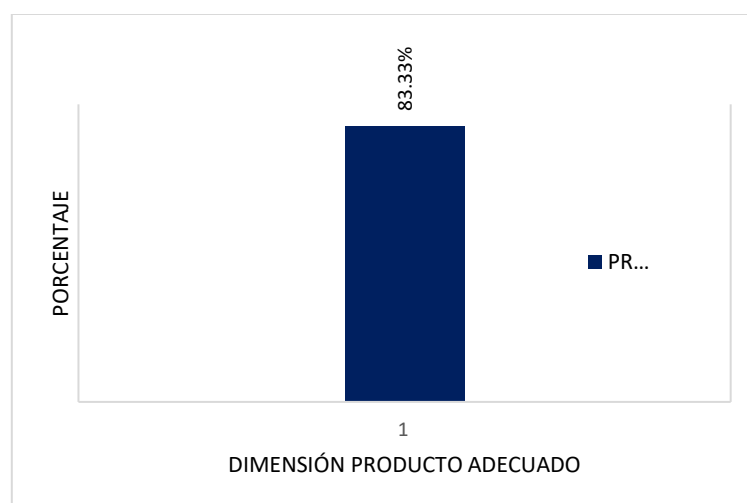
Observamos en el gráfico N° 18, en el ítem P22 el 100% de los encuestados expresaron que el producto que utilizan en el restaurante siempre se encuentra en buenas condiciones, así mismo en el ítem P23 el 60.3% respondieron que el restaurante si presta buenas condiciones de salubridad de producto y servicio, mientras que el 39.7% dijeron que no presta buenas condiciones de salubridad de producto y servicio, en el ítem P24 el 89.70% expresaron que si considera que un producto de calidad se ve reflejado en su costo, por otro lado el 10.3% manifestaron que no.

TABLA 20: DIMENSIÓN PRODUCTO ADECUADO

	P22	P23	P24	PROM
SI	100.00%	60.30%	89.70%	83.33%

Fuente: Elaboración propia datos obtenidos, por la aplicación de la encuesta en las mypes, sector servicio, rubro restaurantes en el Distrito de La Cruz.

GRÁFICO 20: DIMENSIÓN PRODUCTO ADECUADO



Fuente: Elaboración propia datos obtenidos, por la aplicación de la encuesta en las mypes, sector servicio, rubro restaurantes en el Distrito de La Cruz.

Comentario:

Se observa en el gráfico N° 19 que el promedio de la dimensión producto adecuado es de 83.33% lo que indica que se encuentra en un nivel bueno.

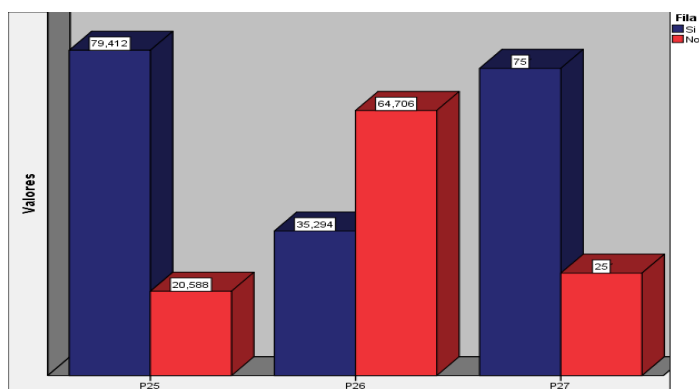
DIMENSION: CALIDAD TÉCNICA

TABLA 21: CALIDAD TÉCNICA

	P25		P26		P27	
	f_i	h_i	f_i	h_i	f_i	h_i
Si	54	79.4%	24	35.3%	51	75.0%
No	14	20.6%	44	64.7%	17	25.0%
Total	68	100.0%	68	100.0%	68	100.0%

Fuente: Elaboración propia datos obtenidos, por la aplicación de la encuesta en las mypes, sector servicio, rubro restaurantes en el Distrito de La Cruz

GRÁFICO 21: CALIDAD TÉCNICA



Fuente: Elaboración propia datos obtenidos, por la aplicación de la encuesta en las mypes, sector servicio, rubro restaurantes en el Distrito de La Cruz.

Comentario:

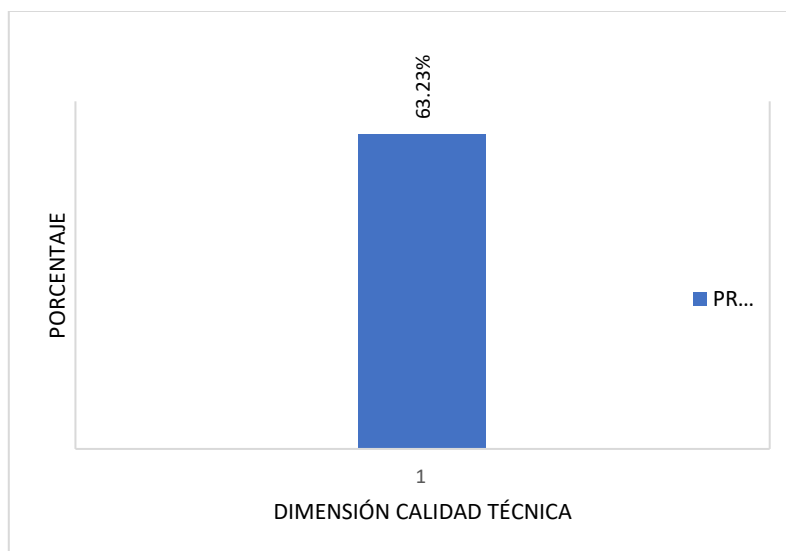
Observamos en el gráfico N° 20, que en el ítem P25 el 79.4% de las personas que fueron encuetadas expresaron que el propietario si brinda una respuesta rápida y buena a sus clientes, mientras que el 20.6% dijeron que no brinda una respuesta buena y rápida, en el ítem P26 se puede apreciar que el 35.3% si cree que la buena atención satisface su necesidad, pero el 64.7% manifiesta lo contrario no cree que la buena atención satisface su necesidad; según el ítem P27 el 75% respondieron que los trabajadores si informan a sus clientes cuales son exactamente los servicios que ofrecen, mientras que el 25% expresaron lo contrario.

TABLA 22: DIMENSIÓN CALIDAD TÉCNICA

	P25	P26	P27	PROM
SI	79.40%	35.30%	75.00%	63.23%

Fuente: Elaboración propia datos obtenidos, por la aplicación de la encuesta en las mypes, sector servicio, rubro restaurantes en el Distrito de La Cruz.

GRÁFICO 22: DIMENSIÓN CALIDAD TÉCNICA



Fuente: Elaboración propia datos obtenidos, por la aplicación de la encuesta en las mypes, sector servicio, rubro restaurantes en el Distrito de La Cruz.

Comentario:

Se puede apreciar en el gráfico N° 21 que el promedio de la dimensión calidad técnica es de 63.23% encontrándose en un nivel Regular.

5.1. ANÁLISIS DE RESULTADOS

VARIABLE: CALIDAD DE SERVICIO

OBJETIVO ESPECIFICO 1

Determinar la empatía del cliente de las MYPES, sector servicios, rubro restaurantes en el Distrito de La Cruz, 2018.

Según los resultados obtenidos y como se aprecia en la Variable Calidad de Servicio

En el gráfico N° 2 la dimensión de la Empatía respecto a la atención que brinda los trabajadores se observa que en promedio el 75.75% se da la empatía con los clientes, manteniéndose en una calificación buena, que trae consecuencias de confraternizar entre los trabajadores y clientes.

Según Kohlberg (2007) hace referencia una actitud moral por la que se aprecia la dignidad de una persona y se considera su libertad de acuerdo con sus intereses, opiniones, sin tratar de imponer una determinada forma de ser y de pensar, esto nos da a entender que debemos brindar un buen servicio sin afectar la actitud del cliente.

OBJETIVO ESPECIFICO 2

Conocer la seguridad del cliente de las Mypes, sector servicio, rubro restaurantes en el Distrito de La Cruz, 2018.

Por otro lado, observamos en el grafico N° 4 la dimensión seguridad tiene como promedio un 54.4% de acuerdo a nuestra escala valorativa se encuentra calificado como malo, por lo tanto, no existe una buena infraestructura en los restaurantes, impidiendo un crecimiento en el ámbito laboral.

Los restaurantes deben brindar un buen servicio para ser competitivos y sus ingresos aumentarían, va a conllevar que los trabajadores se encuentren satisfechos y puedan promocionar por la buena atención y el buen servicio que brindan. Es importante conocer que necesitan los clientes, para poder lograr su satisfacción, una persona puede valorar de diferente forma los diversos atributos del producto o servicio. Las investigaciones fundamentalmente se han enfocado en la calidad y la satisfacción, quedando el valor como el concepto con más bajo nivel de estudio (Duque, 2005).

OBJETIVO N° 3

Determinar las capacidades de respuesta de los representantes legales de las Mypes, sector servicio, rubro restaurante en el Distrito de La Cruz, 2018.

Se aprecia en el grafico N° 6, el promedio dimensión Capacidad de respuesta es de 64.7%, ubicándose en el rubro Regular, dando como consecuencia que los trabajadores de los restaurantes la información que brindan no es inmediata. Así mismo según Mazariegos (2003) manifestó que los empleados del restaurante deben encontrar el modo de coordinar el servicio y facilitar la buena atención al cliente, con el objetivo de ahorrar tiempo y que el esmero al cliente sea más expedito, de calidad y preponderancia en el servicio.

OBJETIVO ESPECIFICO N° 4

Determinar los elementos tangibles de las Mypes, sector servicio, rubro restaurantes en el Distrito de La Cruz, 2018.

Se puede observar los siguientes resultados:

De acuerdo con los datos obtenidos se observa en el grafico N° 8 el promedio de la dimensión elementos tangibles es de 62.13% indica que es una escala

valorativa de nivel regular, los restaurantes deben de estar de acuerdo con el avance de la tecnología para facilitar y hacer más asequible el buen trato a los clientes en cuanto a la rapidez de cobro de la cuenta por lo consumido y equipos de video, etc. Según Príncipe (2015) la construcción manifiesta la forma y naturaleza del restaurante; siendo esta la primera opinión del cliente, contar con amplias y bellas instalaciones pueden cubrir las perspectivas de los invitados y la decoración este de acuerdo al tipo de restaurante, ayudan de manera fundamental en la calidad del servicio.

OBJETIVO ESPECIFICO N° 5

Determinar la accesibilidad de las Mypes, sector servicio, rubro restaurante en el Distrito de La Cruz, 2018.

Se observa en el grafico N° 10 el promedio de la dimensión accesibilidad, los clientes respondieron positivamente un 82.35% significa que los trabajadores demuestran ser eficientes y brindan un buen servicio ubicándose en un nivel bueno, dando como consecuencia que él restaurante tenga mayor acogida y esto hará mejorar sus ingresos económicos.

OBJETIVO ESPECIFICO N° 6

Determinar la confiabilidad que demuestran las Mypes para sus clientes en el sector servicio, rubro restaurantes en el Distrito de La Cruz, 2018.

Observamos en el gráfico N° 12 el promedio de la dimensión es de 40.45%, donde los clientes manifestaron que si se siente seguros en el establecimiento donde se expende el producto y este es de buena calidad.

VARIABLE: SATISFACCION DEL CLIENTE

OBJETIVO ESPECIFICO N° 1

Determinar la fiabilidad de las MYPES, sector servicios, rubro restaurantes en el Distrito de La Cruz, 2018.

Se observa en el gráfico N° 14 el promedio de las afirmaciones de la Dimensión fiabilidad es un 60.30% encontrándose en una escala valorativa regular, brindar un buen servicio permite mayor acogida en el ámbito laboral , por lo tanto los propietarios de los restaurantes deben tomar en cuenta este factor que es de vital importancia., es indispensable contar con un libro de reclamaciones, permitiendo promover una solución directa e inmediata a los reclamos o quejas que pueden presentarse en las compras o servicios que reciben los clientes.

OBJETIVO ESPECIFICO N° 2

Determinar las expectativas del cliente de las Mypes, sector servicio, rubro restaurantes en el Distrito de La Cruz, 2018.

En el grafico N° 16 se observa que la dimensión expectativa tiene un 75% de aceptación donde los encuestados dijeron que el producto ofrecido si cumple con la expectativa, los restaurantes deben cumplir con lo que ofrecen tanto en servicio como en precio, ya que es un factor de sinceridad ante sus clientes.

OBJETIVO ESPECIFICO N° 3

Determinar la fidelización que tienen las Mypes, sector servicio rubro restaurante en el Distrito de La Cruz, 2018.

Se visualiza en el grafico N° 18 el promedio la dimensión de la Fidelización es un 59.55% encontrándose en un nivel regular, como consecuencia se deduce que

los clientes recomiendan en su entorno al restaurante. Según Harry Gordon (2008), concluye que existen muchas ventajas acerca de la satisfacción del cliente, conllevando a la existencia de generar gratitud por parte de los propietarios de los restaurantes al ser seleccionados como los mejores.

OBJETIVO ESPECIFICO N° 4

Determinar el producto adecuado que brinda las Mypes del sector servicio, rubro restaurantes en el Distrito de La Cruz, 2018.

Se observa en el gráfico N° 20 el promedio de la dimensión producto adecuado es de 83.33% lo que indica que se encuentra en un nivel bueno, como consecuencia se deduce que los restaurantes si se encuentran en buenas condiciones de salubridad tanto de productos y servicios. Tal como lo define Oliva (2005), se observa cumplir con todo lo ofrecido hacia el consumidor por parte de los empleados, resulta provechoso para una imagen asociada de calidad y eficacia siendo un componente primordial por el servicio percibido.

OBJETIVO ESPECIFICO N° 5

Determinar la calidad técnica que se establecen en las Mypes del sector servicio, rubro restaurante en el Distrito de La Cruz, 2018.

Se puede apreciar en el gráfico N° 22 el promedio de la dimensión calidad técnica es de 63.23% encontrándose en un nivel Regular. La capacidad de respuesta se refiere a la forma de ayudar a los clientes sobre el servicio o producto requerido en un tiempo preciso; también hacen parte de este punto el desempeño a tiempo de las responsabilidades contraídos, así como lo viable que resulte la formación para el cliente, es decir, las posibilidades de entrar en contacto con ella y la posibilidad de lograrlo.

VI. CONCLUSIONES

- De acuerdo a los resultados obtenidos de la variable en estudio Calidad de servicio los clientes calificaron con un índice de logro del 0.63, está en un nivel de aceptación regular, por lo que los clientes están en un nivel regular de aceptación del servicio recibido, mostrando más de las empresas para poder estar satisfechos.
- Según la variable de satisfacción del cliente, los clientes están satisfechos en general calificando con un índice de logro del 0.68, se puede decir que los clientes de las mypes de este sector si están satisfechos por el producto y servicio obtenido, esto conlleva a que los clientes sean leales y vuelva a consumir y adquirir estos servicios, un cliente satisfecho informa a las personas de su entorno que el restaurante es de excelente calidad, permitiendo que la empresa obtengan grandes beneficios.

VII. RECOMENDACIONES

- ✓ Los propietarios de las MYPES del sector servicio, rubro restaurantes, se les recomienda que deben crear programas para poder fortalecer temas concernientes a la calidad de servicio para sus colaboradores y de esta manera a través de estos programas ayudará que la atención sea la adecuada logrando satisfacer a los consumidores.

- ✓ El personal que labora en estas MYPES, debe ser una persona capacitada que demuestre tener empatía, comunicación, iniciativa, etc. El cual debe estar acorde con el perfil que se requiere.

- ✓ Los propietarios deben de motivar a sus trabajadores a través de incentivos y de esta manera va a contribuir que estos colaboradores demuestren mayor interés al momento de realizar su labor.

- ✓ La MYPE debe contar con un Plan de Negocios que contribuye a la gerencia a tener una visión del negocio planteado que ayudará en poder mejorar ciertos inconvenientes en un futuro.

- ✓ Los propietarios de las MYPES deben de mejorar la infraestructura de sus locales, utilizando la tecnología y herramientas que ayuden a mejorar el aspecto, logrando cumplir las expectativas de los consumidores y de esta manera los usuarios se sentirán satisfechos por el servicio prestado.

VIII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acosta, F. (2016). *Desarrollo de una propuesta de modelo de gestión de calidad de servicio en un estudio de caso de un restaurante del sector turístico de la ciudad de Quito DM* (Pontificia Universidad Católica del Ecuador- Matriz). Retrieved from [http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/12563/TESIS_VLADIMIR ACOSTA 2016.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/12563/TESIS_VLADIMIR_ACOSTA_2016.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Alayo, A., & Varas, L. (2018). *Influencia de la calidad de servicio y satisfacción del cliente en el sector de restaurantes una revisión sistemática en los 20 años*. 37.
- Betancourt Ramírez, José Bernardo; Aldana de Vega, Luzangela; Gómez Betancourt, G. (2014). *Servicio, ambiente y calidad de restaurantes en Bogotá. Estudio comparativo de empresa familiar y empresa no familiar*. 10, 16. Retrieved from <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=265433711005>
- Caracterización de la gestión de calidad bajo el enfoque de las 5s en las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro restaurantes del Distrito de Huaraz*. (2016). Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.
- Cárdenas, M., Mora, N., & Sanchez, A. (2014). "Análisis del servicio al cliente en el restaurante la Riviera y su impacto en la calidad del servicio e imagen del establecimiento" (Universidad de Guayaquil). Retrieved from [http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/10491/1/Análisis de Servicio al cliente en el restaurante la Riviera.pdf](http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/10491/1/Análisis%20de%20Servicio%20al%20cliente%20en%20el%20restaurante%20la%20Riviera.pdf)
- Choque, J., & Ruiz, G. (2018). *Calidad de servicio y su relación con la satisfacción del cliente en la empresa Vestigios Restaurante, Lamas, San Martín, 2018*. (Universidad Peruana Unión). Retrieved from https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/UPEU/1905/Jorge_Tesis_Licenciatura_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Coronel, C. (2016). *Calidad de servicio y grado de satisfacción del cliente en el restaurant Pizza Hut en el centro comercial Mega Plaza Lima, 2016*.
- Febre, C. (2019). *Caracterización de Calidad de Servicio en las mypes del sector comercio rubro tiendas de ropa en el Distrito de Tumbes*. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

- García, J., & Barboza, Y. *Marketing mix y su relación con la calidad de servicio del restaurante Mar Barbaro S.C.L.- Chiclayo.* , (2018).
- Goicochea, K. (2016). *La gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio -rubro restaurantes del Boulevard Gastronómico del Distrito Villa María del Triunfo, provincia de Lima, Departamento de Lima, 2015.*
- Gutiérrez, G. (2018). *Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del restaurante Racha's de la ciudad de Guayaquil.*
- Jauregui Baca, Y. (2014). "Gestión de calidad en las micro y pequeñas empresa del sector servicio, rubro restaurantes de la Urbanización Los Héroes del Distrito de nuevo Chimbote, 2014." Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.
- Martínez, R. (2016). *Calidad del servicio y satisfacción del cliente en restaurantes de comida marina Chimbote, 2016.*
- Monroy, M., & Francisco, U. (2019). *Calidad en el servicio y su incidencia en la satisfacción del comensal en restaurantes de La Paz, México.* 48, 22. Retrieved from <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=456057665005>
- Montalban, M. (2016). *Caracterización de la capacitación y calidad del servicio en las Mypes rubro transporte de pasajeros ciudad de Tumbes, 2016.* Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.
- Moreno, J. (2012). *Medición.*
- Yarleque, T. (2018). *Caracterización de la capacitación y la Calidad de Servicio al cliente de las mypes del sector servicio, rubro restaurantes del mercado Tumbes, 2018.* Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

IX. ANEXO

ANEXO: 01: CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																	
N°	Actividades	Año 2018								Año 2019							
		Semestre I				Semestre II				Semestre I				Semestre II			
		Mes				Mes				Mes				Mes			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Elaboración del Proyecto	X	X	X	X												
2	Revisión del proyecto por el jurado de investigación				X												
3	Aprobación del proyecto por el Jurado de Investigación				X												
4	Exposición del proyecto al Jurado de Investigación				X												
5	Mejora del marco teórico					X											
6	Redacción de la revisión de la literatura.						X										
7	Elaboración del consentimiento informado (*)							X									
8	Ejecución de la metodología								X								
9	Resultados de la investigación									X	X						
10	Conclusiones y recomendaciones											X					
11	Redacción del pre informe de Investigación.												X				
12	Reacción del informe final													X	X		
13	Aprobación del informe final por el Jurado de Investigación																X
14	Presentación de ponencia en jornadas de investigación																X
15	Redacción de artículo científico																X

ANEXO 02 – PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO

Presupuesto desembolsable (Estudiante)				
Categoría		Base	% ó Número	Total (S/.)
Suministros (*)				
• Impresiones				
• Fotocopias				
• Empastado				
• Papel bond A-4 (500 hojas)				
• Lapiceros				
Servicios				
• Uso de Turnitin		50.00	2	100.00
Sub total				
Gastos de viaje				
• Pasajes para recolectar información				
Sub total				
Total de	presupuesto desembolsable			
Presupuesto no desembolsable (Universidad)				
Categoría		Base	% ó Número	Total (S/.)
Servicios				
• Uso de Internet (Laboratorio de Aprendizaje Digital - LAD)		30.00	4	120.00
• Búsqueda de información en base de datos		35.00	2	70.00
• Soporte informático (Módulo de Investigación del ERP University - MOIC)		40.00	4	160.00
• Publicación de artículo en repositorio institucional		50.00	1	50.00
Sub total				400.00
Recurso humano				
• Asesoría personalizada (5 horas por semana)		63.00	4	252.00
Sub total				252.00
Total de presupuesto no desembolsable				652.00
Total (S/.)				

ANEXO 03: ENCUESTA

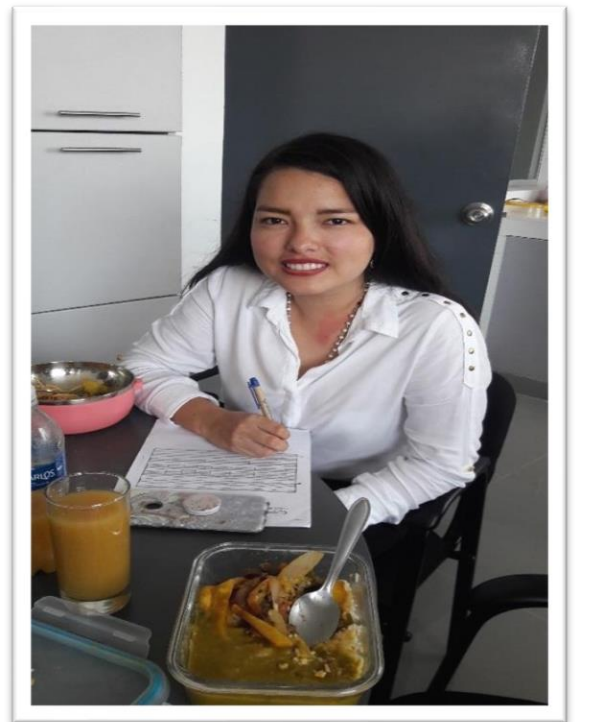
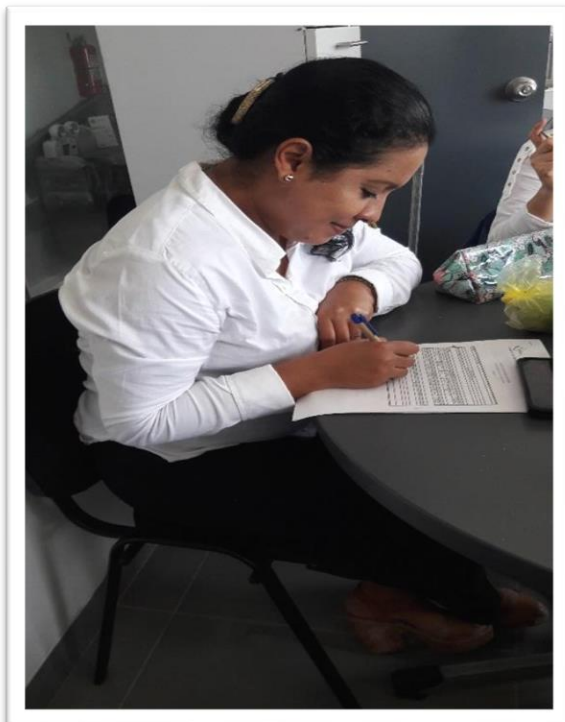
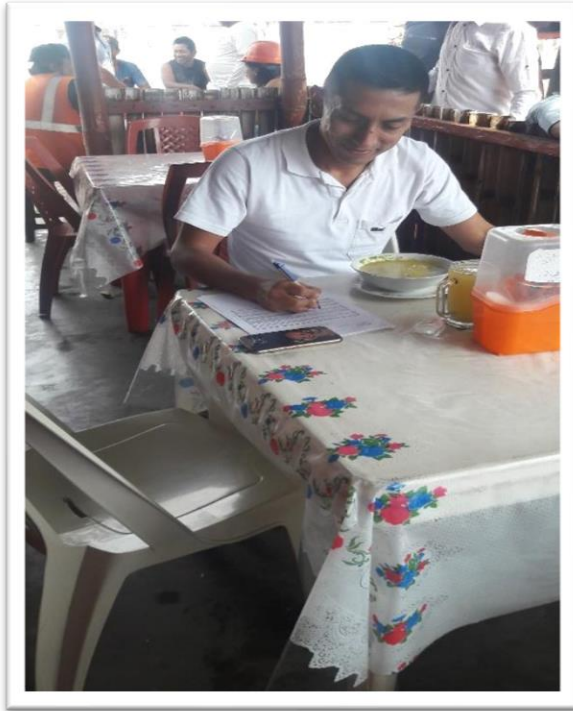
Instrucciones: Estimado Sr. (a) es grato dirigirme a usted para hacerle llegar el presente cuestionario, que tiene por finalidad obtener información sobre la calidad de servicio y satisfacción del cliente en el Distrito de la Cruz, año 2018”.

N°	LEYENDA
SI	1
NO	2

N°	VARIABLE: CALIDAD DE SERVICIO	1	2
DIMENSIÓN: EMPATIA			
1	La atención que te brinda el propietario es con respeto.		
2	El propietario te brinda una buena atención		
DIMENSIÓN: SEGURIDAD			
3	La infraestructura del local cuenta con los requerimientos mínimos de seguridad.		
4	Se siente usted seguro en el establecimiento donde va adquirir el servicio.		
DIMENSIÓN: CAPACIDAD DE RESPUESTA			
5	El propietario te da una respuesta inmediata a un problema que se te presenta.		
6	Cuando pides información de un producto la respuesta que recibes es inmediata		
DIMENSIÓN: ELEMENTOS TANGIBLES			
7	El establecimiento cuenta con zonas de estacionamiento.		
8	El establecimiento cuenta con equipos modernos		
9	El estacionamiento tiene buena estructura moderna.		
10	El estacionamiento cuenta con cámaras de vigilancia.		
DIMENSIÓN: ACCESIBILIDAD			
11	En el establecimiento los trabajadores son eficientes.		
12	La ayuda que pides es brindada con eficiencia.		
DIMENSIÓN: CONFIABILIDAD			
13	Te sientes segura (o) en el establecimiento donde adquieres el producto.		
14	El producto que te expenden es de buena calidad.		

N°	DIMENSIÓN 2: SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	1	2
DIMENSIÓN: FIABILIDAD			
1	El servicio que te brindan es óptimo.		
2	El restaurante cuenta con libro de reclamaciones.		
3	Brindan una atención rápida.		
DIMENSIÓN EXPECTATIVA			
4	El producto ofrecido cumple con las expectativas ofrecidas.		
DIMENSIÓN: FIDELIZACIÓN			
5	Usted recomendaría un restaurante a un amigo o familiares.		
6	Cambiaría este restaurante por otro.		
DIMENSIÓN: PRODUCTO ADECUADO			
7	El producto que utilizan en el restaurante siempre se encuentra en buenas condiciones.		
8	Los restaurantes prestan buenas condiciones de salubridad de producto y servicio		
9	Considera usted que un producto de calidad se ve reflejado en su costo.		
DIMENSIÓN: CALIDAD TÉCNICA			
10	Cree usted que el propietario brinda una respuesta rápida y buena a sus clientes.		
11	Cree que la buena atención satisface su necesidad.		
12	Los trabajadores informan a sus clientes cuales son exactamente los servicios que ofrecen		

ANEXO 04: FOTOGRAFÍAS





ANEXO 05: EVIDENCIA TURNITIN

INFORME FINAL

INFORME DE ORIGINALIDAD

13%

INDICE DE SIMILITUD

10%

FUENTES DE
INTERNET

1%

PUBLICACIONES

12%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

ENCONTRAR COINCIDENCIAS CON TODAS LAS FUENTES (SOLO SE IMPRIMIRÁ LA FUENTE SELECCIONADA)

10%

★ Submitted to Universidad Catolica Los Angeles de
Chimbote

Trabajo del estudiante

ANEXO 06: VALIDACION DE LAS ENCUESTAS

ENCUESTA

Instrucciones: Estimado Sr. (a) es grato dirigirme a usted para hacerle llegar el presente cuestionario, que tiene por finalidad obtener información sobre la calidad de servicio y satisfacción del cliente en el Distrito de la Cruz, año 2018”.

N°	LEYENDA
SI	1
NO	2

N°	VARIABLE: CALIDAD DE SERVICIO	1	2
DIMENSIÓN: EMPATIA			
1	La atención que te brinda el propietario es con respeto.		
2	El propietario te brinda una buena atención		
DIMENSIÓN: SEGURIDAD			
3	La infraestructura del local cuenta con los requerimientos mínimos de seguridad.		
4	Se siente usted seguro en el establecimiento donde va adquirir el servicio.		
DIMENSIÓN: CAPACIDAD DE RESPUESTA			
5	El propietario te da una respuesta inmediata a un problema que se te presenta.		
6	Cuando pides información de un producto la respuesta que recibes es inmediata		
DIMENSIÓN: ELEMENTOS TANGIBLES			
7	El establecimiento cuenta con zonas de estacionamiento.		
8	El establecimiento cuenta con equipos modernos		
9	El estacionamiento tiene buena estructura moderna.		
10	El estacionamiento cuenta con cámaras de vigilancia.		
DIMENSIÓN: ACCESIBILIDAD			
11	En el establecimiento los trabajadores son eficientes.		
12	La ayuda que pides es brindada con eficiencia.		
DIMENSIÓN: CONFIABILIDAD			
13	Te sientes segura (o) en el establecimiento donde adquieres el producto.		
14	El producto que te expenden es de buena calidad.		


 Mgtr. Lic. Adm. CRISTHIAN SOSA ORELLANA
 NÚMERO DE COLEGIATURA 007335
 MAGISTER EN FINANZAS


 Mg. DPO. Gabriela Guerrero Garcia
 CLAD: 09883


 UNIVERSIDAD CATOLICA
 LOS ANGELES DE CHIMBOTE
 Mg. Edita Peris Peneiro
 COORDINADOR DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

Nº	DIMENSIÓN 2: SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	1	2
DIMENSIÓN: FIABILIDAD			
1	El servicio que te brindan es óptimo.		
2	El restaurante cuenta con libro de reclamaciones.		
3	Brindan una atención rápida.		
DIMENSIÓN EXPECTATIVA			
4	El producto ofrecido cumple con las expectativas ofrecidas.		
DIMENSIÓN: FIDELIZACIÓN			
5	Usted recomendaría un restaurante a un amigo o familiares.		
6	Cambiaría este restaurante por otro.		
DIMENSIÓN: PRODUCTO ADECUADO			
7	El producto que utilizan en el restaurante siempre se encuentra en buenas condiciones.		
8	Los restaurantes prestan buenas condiciones de salubridad de producto y servicio		
9	Considera usted que un producto de calidad se ve reflejado en su costo.		
DIMENSIÓN: CALIDAD TÉCNICA			
10	Cree usted que el propietario brinda una respuesta rápida y buena a sus clientes.		
11	Cree que la buena atención satisface su necesidad.		
12	Los trabajadores informan a sus clientes cuales son exactamente los servicios que ofrecen		


 Mgtr. Lic. Adm. CRISTHAN SOSA ORELLANA
 NUMERO DE COLEGIATURA 007322
 MAGISTER EN FINANZAS


 Mg. DPO: Galvani Guerrero Garcia
 CLAD: 09883


 ULADECA
 UNIVERSIDAD CATOLICA
 LOS ANGELES DE QUILIMOTE
 Mg. Scitar Fariña Castro
 COORDINADOR DE RESPONSABILIDAD
 SOCIAL