



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

**CALIDAD DE SERVICIO DE LAS MYPES, SECTOR
SERVICIO, RUBRO RESTAURANTES: CASO “EL
CARACOLITO DEL MAR” – PUERTO PIZARRO –
TUMBES, AÑO 2020.**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

AUTOR

RUEDA PORRAS CRUZ ISABEL

ORCID: 0000-0001-7330-2614

ASESOR

ESCOBEDO GÁLVEZ, JOSÉ FERNANDO

ORCID: 0000-0002-6443-1497

TUMBES – PERÚ

2020

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

Rueda Porras, Cruz Isabel

ORCID: 0000-0001-7330-2614

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

ASESOR

Escobedo Gálvez, José Fernando

ORCID: 0000-0002-6443-1497

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de ciencias
contables financieras y Administración, Escuela Profesional de
Administración, Tumbes, Perú

JURADO

Guerrero García, Galvani

ORCID: 0000-0003-1038-1866

Aguilar Chuquizuta, Darwin Ebert

ORCID: 0000-0001-6721-620X

Villarreyes Guerra, Domingo Miguel

ORCID: 0000-0001-6769-1959

HOJA DE FIRMA DEL JURADO Y ASESOR

MGTR. GALVANI GUERRERO GARCÍA
PRESIDENTE

MGTR. DARWIN EBERT AGUILAR CHUQUIZUTA
MIEMBRO

MGTR. DOMINGO MIGUEL VILLARREYES GUERRA
MIEMBRO

MGTR. JOSÉ FERNANDO ESCOBEDO GÁLVEZ
ASESOR

AGRADECIMIENTO

A la ULADECH – Católica por formarnos como profesionales.

A las MyPes, por permitirme realizar mi investigación.

Al DTI Escobedo Gálvez, José F. por sus enseñanzas y su involucramiento en mi investigación.

DEDICATORIA

A mi esposa, mis hijas, por ser mi motivo,
impulso de superación.

RESUMEN

El estudio tuvo por objetivo de investigación determinar el nivel de calidad de servicio de las MyPes, sector servicio, rubro restaurantes: Caso “El Caracolito del Mar” – Puerto Pizarro – Tumbes, año 2020. Con un problema de investigación: ¿Cómo se caracteriza la calidad de servicio de las MyPes, sector servicio, rubro restaurantes: Caso “El Caracolito del Mar” – Puerto Pizarro – Tumbes, año 2020? Con una metodología de investigación de tipo cuantitativo, nivel descriptivo y diseño no experimental, con una población de 1 MyPes dedicada al servicio de restaurantes - Tumbes, 2020, y una muestra de 14 trabajadores, aplicando encuestas como instrumento de recolección de datos mediante utilización de la escala SERVQUALING; la cual presenta fiabilidad general tiene un Alfa de Cron Bach de 0.935, el cual consta de 22 preguntas y 5 dimensiones (*dimensión instalaciones = 5 preguntas; dimensión personal = 5 preguntas; dimensión satisfacción = 4 preguntas; dimensión servicios = 4 preguntas; y dimensión imagen = 4 preguntas*), las cuales tienen 5 opciones de respuesta en escala de Likert (1= muy malo, 2 = malo, 3 = regular, 4 = bueno, 5 = muy bueno), se concluyó los niveles que muestra cada trabajador fueron necesarios por lo que por ello muestran satisfacción de ejercer su trabajo de forma grupal estando a disposición de dar solución a cada problema, en la que ejercen cada función eficientemente, con eficacia y que muestran niveles altos de comunicación para solucionar cada queja y aporte sugerencia.

Palabras claves: Calidad de servicio y MyPes.

ABSTRACT

The objective of the study was to determine the level of service quality of the MyPes, service sector, restaurant category: Case of “El Caracolito del Mar ”- Puerto Pizarro - Tumbes, year 2020. With a research problem: How is the quality of service of the MyPes, service sector, restaurant category: Case of El Caracolito del Mar ”- Puerto Pizarro - Tumbes, year 2020? With a quantitative research methodology, descriptive level and non-experimental design, with a population of 1 MyPes dedicated to the service of restaurants - Tumbes, 2020, and a sample of 14 workers, applying surveys as an instrument of data collection using the SERVQUALING scale; which presents general reliability, has a Cron Bach Alpha of 0.935, which consists of 22 questions and 5 dimensions (facilities dimension = 5 questions; personal dimension = 5 questions; satisfaction dimension = 4 questions; services dimension = 4 questions; and dimension image = 4 questions), which have 5 response options on a Likert scale (1 = very bad, 2 = bad, 3 = fair, 4 = good, 5 = very good), the levels that each worker shows were necessary so they therefore show satisfaction in carrying out their work as a group being available to solve each problem, in which they carry out each function efficiently, effectively and who show high levels of communication to solve each complaint and provide suggestions.

Keywords: Quality of service and MyPes.

ÍNDICE

TÍTULO.....	i
EQUIPO DE TRABAJO	ii
HOJA DE FIRMA DEL JURADO Y ASESOR	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DEDICATORIA.....	v
RESUMEN.....	vi
ABSTRACT	vii
ÍNDICE.....	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. REVISIÓN DE LITERATURA.....	5
2.1. Antecedentes	5
2.1.1. Antecedentes internacionales	5
2.1.2. Antecedentes nacionales.....	7
2.1.3. Antecedentes locales.....	8
2.2.1. Calidad de servicio	10
2.2.2. MyPes	15
2.2.3. Restaurantes.....	16
2.2.4. Trabajador.....	17
III. HIPÓTESIS	18
IV. METODOLOGÍA.....	19
4.1. Diseño de investigación	19
4.2. Población y muestra.....	19
4.3. Definición y operacionalización de variables	19
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	21
4.5. Plan de análisis.....	21

4.6.	Matriz de consistencia	21
4.7.	Principios éticos	24
V.	RESULTADOS	25
5.1.	Resultados	25
5.2.	Análisis de resultados	32
5.2.1.	Respecto a las características sociodemográficas de los propietarios:	32
5.2.2.	Respecto a las características las MyPes:	32
5.2.3.	Respecto a las características de calidad de servicio:	32
VI.	CONCLUSIONES	35
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	36
	ANEXOS	41
	Anexo 01: Encuesta	41
	Anexo 02: Matriz de ítems	44
	Anexo 03: Turnitin	45

I. INTRODUCCIÓN

En México se realizó una investigación respecto a la calidad de servicio en los restaurantes generando satisfacción al cliente interno, lo que impacta es su productividad, competitividad, posición en el mercado; la calidad de colaboradores para brindar el servicio. (Paredes, Acle, Sosa, & Vega, 2019)

En Colombia se realizó una investigación respecto a la calidad de servicio en restaurantes, esto fortalecerá cuando se presente dificultades, lo que conllevará perder cliente, por eso la propuesta de como optimizar la calidad de servicio en un negocio completamente competitivo. (Clavijo, 2017)

En Venezuela se realizó una investigación respecto a la calidad de servicio en los restaurantes han determinado el comportamiento de calidad en niveles, recomendando estrategias de optimizar tiempos antes y durante la venta de servicio; la competencia ayuda captar clientes.(Morillo & Landaeta, 2016)

En Colombia se realizó una investigación respecto a la calidad de servicio, sabiendo es mucha importancia la calidad del producto o servicio ofrecido logrando cumplir necesidades y satisfacción del cliente; para lograr calidad es un proceso exigente que debería cumplirse. (Villalba, 2016)

Cabe mencionar que en Lima – Perú se realizó un estudio de calidad de servicio de restaurantes afectando a los clientes, por deficiencia en el servicio, sistemáticamente la empresa no está bien formada, no aplicando factores que le llevara al éxito. (Sánchez, Erazo, Casariego, & Encinas, 2015)

En Lima – Perú se realizó un estudio de calidad de servicio de restaurantes, con el propósito de cómo se determinan a través de procesos; pilar importante en el negocio es el cliente; por la comercialización productos o servicios. (Salazar & Cabrera, 2016)

Además, en Huancayo – Perú se realizó un estudio de calidad de servicio de restaurantes su objetivo es integrar y aplicar en su negocio la calidad enfocado al cliente, deberá medir como se percibe la calidad del servicio internamente, sometiendo a los trabajadores. (Pahuacho, 2015)

En Huánuco – Perú se realizó un estudio de calidad de servicio lo que influye en los restaurantes por el servicio que brindan, y hace que sus clientes regresen a su negocio a consumir, siempre la organización debe capacitar a sus trabajadores. (Bueno & Cervera, 2015)

En Tumbes se realizó un estudio de calidad de servicio de restaurantes orientada al compromiso que tienen los colaboradores y dueño; hacia al cliente, presentan deficiencia al no brindar servicio de calidad, percibiendo un nivel bajo de satisfacción. (Cuenca, 2019)

En Tumbes se realizó un estudio gestión de calidad en relación al servicio que se brinda en restaurantes, teniendo alta demanda en estos servicios, logrando posición en el mercado gracias al servicio ofrecido, mostrando calidad de servicio al consumidor. (Ortiz, 2018)

En Zorritos se realizó un estudio de calidad de servicio, se determinó para lograr una buena gestión respecto a la calidad es seguir principios resaltante que se enfocan a los clientes, por lo que ellos manifestaran su satisfacción al ser atendidos (Noel, 2018)

En Tumbes se realizó un estudio de calidad de servicio de restaurante; el negocio que cumple con todos los estándares logra éxito así este poco tiempo en el mercado, el equipamiento, infraestructura ayuda a presentar calidad ante los consumidores. (Delgado, 2015)

Para definir el problema se planteó la siguiente interrogante de investigación ¿Cuál es nivel de calidad de servicio de las MyPes, sector servicio, rubro restaurantes: Caso El Caracolito del Mar” – Puerto Pizarro – Tumbes, año 2020? Así mismo, se formuló el objetivo general de investigación: Determinar el nivel de calidad de servicio de las MyPes, sector servicio, rubro restaurantes: Caso El Caracolito del Mar” – Puerto Pizarro – Tumbes, año 2020. Y objetivos específicos: Determinar el nivel que se encuentran las instalaciones de las MyPes, sector servicio, rubro restaurantes: Caso El Caracolito del Mar” – Puerto Pizarro – Tumbes, año 2020. Determinar el nivel que presenta el personal docente en las MyPes, sector servicio, rubro restaurantes: Caso El Caracolito del Mar” – Puerto Pizarro – Tumbes, año 2020. Determinar el nivel de satisfacción de los docentes en las MyPes, sector servicio, rubro restaurantes: Caso El Caracolito del Mar” – Puerto Pizarro – Tumbes, año 2020. Determinar el nivel de los servicios educativos en las MyPes, sector servicio, rubro restaurantes: Caso El Caracolito del Mar” – Puerto Pizarro – Tumbes, año 2020. Determinar el nivel que presenta la imagen de las MyPes, sector servicio, rubro restaurantes: Caso El Caracolito del Mar” – Puerto Pizarro – Tumbes, año 2020.

El trabajo se ha de justificar en los fundamentos teóricos por lo que nos permite que amplíemos nuestro conocimiento en cuanto a calidad de los servicios; se justifica metodológicamente, por lo que proporciona instrumentos que recolectan información para posterior a ello la aplicada el método estadístico al momento de elaborar cada tabla y grafico; a través de tipos descriptivos, niveles cuantitativos y diseños no experimentales. Se justifica socialmente lo que hará que se beneficie cada dueño de cada MyPe ya que, es desarrollado

responsablemente hacia los ámbitos empresariales en búsqueda de poder obtener ingresos rentables.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. Antecedentes

2.1.1. Antecedentes internacionales

(Lopez, 2018) En su investigación “*Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy’s de la ciudad de Guayaquil*” Tuvo como objetivo general determinar la relación de la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes del restaurante Rachy’s de la ciudad de Guayaquil.; con una metodología se basó en un enfoque mixto, en lo cuantitativo se seleccionó un modelo Servqual; aplicando la obtención de la información se la realizó a través de encuestas dirigidas a los clientes que consumen en el restaurante Rachy’s como instrumento de recolección de datos; se concluyó que existe una insatisfacción con las dimensiones respuesta inmediata y empatía. Se pudo evidenciar que existe una correlación positiva entre la calidad de servicio y la satisfacción al cliente. no se encuentran capacitados y el restaurante cuenta con pocos empleados y esto hace que el servicio no sea rápido.

(Aviles & Cedeño, 2018) En su investigación “*Diseño de un Modelo de Gestión de Calidad de Servicio al Cliente para el restaurante “La Finquita”.*” Tuvo como objetivo general Diseñar un modelo de Gestión de calidad de servicio al cliente mediante estrategias que permitan incrementar las ventas del restaurante “La Finquita” en la Ciudad de Guayaquil”; con una metodología que se usa en esta investigación es de tipo descriptiva y correlacional, ya que se debe determinar de una forma específica como se desarrollan las actividades en el local y como se relacionan las variables entre sí. El enfoque de esta tesis es mixto, ya que incluye la investigación cualitativa

y cuantitativa puesto que se necesita analizar la calidad percibida por los clientes; Mediante encuestas se conoce la calidad percibida por el cliente, una población y muestra de 121 personas, como instrumento de recolección de datos; se concluyó que Finalmente, mediante el análisis de los resultados y conociendo que las ventas dependen muy estrechamente con la calidad del servicio al cliente, se determina que el modelo de gestión de calidad aplicado al restaurante será una contribución significativa para la mejora continua y el crecimiento de las ventas a futuro en este establecimiento.

(Da Silva, 2014) En su investigación “*Satisfacción del cliente con la calidad de servicio del Restaurante O Navegante del Club Centro Portugués, ubicado en Caracas – Venezuela* ” Tuvo como objetivo general es evaluar la satisfacción del cliente con la calidad de servicio del Restaurante O Navegante del Club Centro Portugués, ubicado en Caracas–Venezuela.; con una metodología con diseño de investigación mixto, que es tanto de campo como documental, y a su vez no experimental, teniendo como muestra representativa, a los clientes internos y externos del Restaurant, seleccionados intencionalmente. Los mismos fueron sometidos a las diferentes técnicas de recolección de datos, como instrumento de recolección de datos; se concluyó Finalmente y se formuló como propuesta, un programa de mejora continua para optimizar la calidad de servicio del Restaurante O Navegante, por medio de diferentes fases, controladas y administradas por expertos, con el objetivo de mejorar y mantener una buena calidad de servicio, superando las expectativas del cliente. (Cardenas, 2016)

2.1.2. Antecedentes nacionales

(Modesto, 2017) En su investigación “*Calidad de servicio y su relación con la satisfacción de los clientes de la empresa de transporte terrestre de pasajeros GM internacional SAC – Huánuco. 2017.*” Tuvo como objetivo general es determinar la relación de la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la empresa de Transportes terrestres de pasajeros GM Internacional SAC – Huánuco. 2017; con una metodología de tipo nivel cuantitativo, y diseño transaccional – correlacional; aplicando encuesta por cuestionario a una población y muestra que fue 282 clientes., como instrumento de recolección de datos; se concluyó que Se determinó la relación significativa entre la calidad de servicio y satisfacción de los clientes de la empresa de Transportes terrestres de pasajeros GM Internacional SAC, debido a la sofisticación de cliente en satisfacer cada vez nuevas necesidades.

(Coronel, 2016) En su investigación “*Calidad de Servicio y grado de Satisfacción del cliente en el Restaurant Pizza Hut en el centro comercial Mega plaza Lima; 2016*” Tuvo como objetivo general Determinar la calidad del servicio y el grado de satisfacción del cliente en el Restaurant Pizza Hut del centro comercial Mega plaza-lima 2016; con una metodología de tipo descriptiva – correlacional; aplicando un instrumento de elaboración propia a una población y muestra de un total de 356 comensales, como instrumento de recolección de datos; se concluyó que existe relación significativa entre calidad de servicio y grado de satisfacción del cliente en el restaurant Pizza Hut en el centro comercial Mega Plaza Lima.

(Redhead, 2015) En su investigación “*Calidad de servicio y satisfacción del usuario en el Centro de Salud Miguel Grau Distrito de Chaclacayo 2013.*”

Tuvo como objetivo general de establecer la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario del centro de salud “Miguel Grau” de Chaclacayo, en el año 2013; con una metodología de tipo transeccional y, nivel descriptivo correlacional. Para y diseño de investigación no experimental; aplicando el cuestionario de satisfacción del cliente externo a una población y muestra de 317 de clientes externos del Centro de Salud “Miguel Grau” de Chaclacayo, como instrumento de recolección de datos; se concluyó que con esta tesis que sí existe una relación directa y significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario, de los usuarios del Centro de Salud “Miguel Grau” de Chaclacayo, 2013.

2.1.3. Antecedentes locales

(Leon, 2020) En su investigación *“Calidad de Servicio de las Mypes, Sector Servicio, Rubro Restaurantes - Caso: “Restaurant Cevichería Gabino” – Distrito De Corrales, Tumbes 2019.”* Tuvo como objetivo general Determinar la calidad de servicio de las MyPes, sector servicio, rubro restaurantes - caso: “Restaurante Cevichería Gabino” – distrito de Corrales, Tumbes 2019; con una metodología de investigación de tipo cuantitativo, nivel descriptivo y diseño no experimental, con una población de 1 MyPes dedicada al servicio de alimentación en Corrales - Tumbes, 2019, y una muestra de 5 trabajadores, aplicando encuestas como instrumento de recolección de datos mediante utilización de la escala SERVQUALING, como instrumento de recolección de datos; se concluyó que se concluyó que el personal que labora en el restaurant cevichería “Gabino” no recibe capacitaciones para poder brindar una calidad de atención personalizada e idónea para los clientes, no cuentan con preparaciones previas respecto a los platos ofrecidos a los comensales, no

visten un uniforme determinado que los diferencie de cada área de trabajo dentro de la organización y un carnet de identificación.

(Mondragon & Silva, 2019) En su investigación “*Calidad de servicio, como estrategia de marketing en el Restaurant campestre "El Huerto del sabor" de la localidad de San Juan de la virgen - Tumbes - 2016.*” Tuvo como objetivo general mejorar la calidad del servicio como estrategia de marketing; con una metodología de diseño No Experimental - Transversal. A nivel Descriptiva y se aplicó los métodos Inductivo- Deductivo y Analítico- Sintético. Se aplicó la técnica de cuestionario a través de una encuesta a 80 comensales aleatoriamente, de diferentes edades y estatus social, como instrumento de recolección de datos; se concluyó que cuyos resultados han servido como pilar para brindar soluciones en la elaboración de una propuesta de gestión en la cual se plantean se debe de dar énfasis en temas puntuales que marcan diferencia; como el uniforme de los trabajadores, una carta impresa, merchandising, publicidad en los diferentes medios y una serie de estrategias efectivas para el restaurante en este proyecto de tesis.

(Chiquinta, 2015) En su investigación “*Evaluación de la Calidad de servicio del restaurante "Globo Negocios" de la ciudad de Tumbes, Utilizado estándares derivados de las buenas prácticas, en el año 2014*” Tuvo como objetivo general evaluar la calidad y servicio del restaurante “Globo Negocios” de la ciudad de Tumbes utilizando estándares derivados de las buenas prácticas; con una metodología de tipo cuantitativa se realizó a través del cuestionario aplicado al personal que labora en la empresa;, como instrumento de recolección de datos; se concluyó que el personal que conforma el equipo de trabajo de la empresa, no cuenta con la preparación

necesaria para desempeñarse en un restaurante eso debido a la escasa capacitación que se les brinda, y por lo que en su mayoría su formación llega hasta la educación secundaria, y solo en un 44 % cuenta con estudios superiores. Por otro lado no existe una supervisión y dirección constante y se llevan a cabo capacitaciones en forma permanente a cargo del administrador. Al ser evaluado de forma global, el restaurante “Globo negocios” cumple con un porcentaje bastante significativo; 80.22 % de los estándares son cumplidos en la empresa, lo que hace de éste restaurante, brinde un servicio y productos de calidad a sus clientes; quedando solo algunos estándares que mejorar en lo referente a algunos estándares de calidad sobre todo en el aspecto administrativo, ambiental y socio cultural.

2.2. Bases teóricas y conceptuales

2.2.1. Calidad de servicio

2.2.1.1. Definición:

Definimos la calidad de servicio como la presentación de un producto intangible ofrecido a los clientes, es un conjunto de funciones que son importantes para la satisfacción total del cliente, en primer lugar, la calidad de servicio se considera como la buena relación entre el cliente y el colaborador, es una parte importante ya que ayuda al crecimiento económico de la organización. (Izquierdo, 2019)

La calidad de servicio es un parte fundamental dentro del desarrollo y progreso de actividades, existen diferentes grupos de personas que brindan calidad de servicio en los diferentes rubros económicos los más conocidos como: Servicio hotelero, servicio comercial, servicio de restaurantes, lo que hace cada empresa es dirigir un área para realizar una constante capacitación y

evaluación para conocer la productividad de cada uno de sus empleados. (Cardenas, 2016)

El termino de calidad de servicio es definido como un aspecto positivo donde se realizan actividades con el fin de mejorar su servicio y brindar a los clientes una satisfacción total con la idea que se genere una cadena de recomendaciones y la empresa obtenga el apoyo económico de cada uno de sus clientes. Los empleados muchas veces realizan funciones en el rubro comercial para mejorar su calidad. Y siempre requieren capacitación. (Onton, Mendoza, & Ponce, 2010)

2.2.1.2. Características:

Algunas de las características que mencionamos a continuación son: que el servicio debe ser un producto intangible, también el empleado debe mostrar una imagen agradable, siendo amables y brindando la información correspondiente al cliente para que exista comunicación durante o después de adquirir el servicio, si se afirma que debe existir competencia con el fin de posicionarse y brindar sus habilidades para un mejor servicio, también debe existir confiabilidad es una parte importante para que debe ir libre que cualquier error, finalmente la calidad de servicio tiene como objetivo brinda satisfacción total a sus clientes. (López & Serrano, 2001)

2.2.1.3. Principios

Si hablamos de principios los principales dentro de calidad de servicio serian; que la empresa debe gestionar cuales son las expectativas que desea el cliente, como todos conocemos la calidad de servicio es un producto intangible que logra generar nuevos objetivos, en segundo lugar, toda empresa debe conocer

cuales es competencia, mejorando su servicio capacitando constantemente a sus empleados, en tercer lugar debe mostrar un buen nivel de calidad es decir su servicio debe ser excelente, y por ultimo realiza constantes encuestas a sus clientes ya sean virtuales o físicas para conocer mejor su productividad, esto ayudara a estudiar y conocer mejor su competencia. (Martinez, 2006)

2.2.1.4. Teoría

La calidad de servicio cuenta con una teoría que menciona que la definición e calidad de servicio es fundamental, por es l parte que encarga de medir el nivel de satisfacción de los clientes, técnicamente existen varios estudios que menciones es su objetivo principal es evitar que existan errores, unos de los modelos que se usan para medir la calidad de servicio es SERVQUAL, el cual actualmente se utiliza mucho con el fin de estudiar cuál es su nivel de satisfacción en los clientes. (Saavedra, 2007)

2.2.1.5. Dimensiones:

2.2.1.5.1. Infraestructura

Teóricamente el termino instalación se conoce como el verbo instalar, pero en este caso lo definimos como una base solidad que es vista por muchos y conoedora por ser un establecimiento donde existen grupos de personas llevando a cabo diversas actividades. (Perez, 2018)

El termino instalación se define como un aspecto tecnológico que está en conjunto con aparatos que sirven para la creación de nuevos inventos y to caso es una parte sólida para la empresa. Se manifiesta como un lugar que sirve para brindar servicios a todo público. (Martín, 2006)

Instalación nos referimos a un compuesto de masa en la superficie, cuenta con distintos tamaños y formas para evaluar y crear proyectos, en la actualidad están equipados tecnológicamente y estilizados con el fin de lograr grandes descubrimientos ya sean médicos o para uso comercial. También se conoce como un verbo que plantea el termino instalar es una parte importante en el término instalación. (Bembibre, 2010)

2.2.1.5.2. Personal

El termino Recurso humano va de la mano con una con el área que se formó en la empresa con la finalidad de evaluar y controlar cuales con los seleccionados para ingresar a trabajar en dicha empresa. Su función de suma importancia ya que capacita contantemente a su equipo de trabajo. (Alles, 2011)

Recursos humanos más que un área es un equipo de trabajo, un conjunto que impone normas para y fundamenta requisitos para una contratación limpia de sus empleados. Su empleador o gerente lleva la constante comunicación con el fin de seleccionar un candidato acto para el puesto de trabajo. (Noe & Wayne, 2005)

También podemos llamarlo con talento humano por que se determina como una disciplina dentro de una empresa, la administración es quien toma a cargo esa área y solo brinda información necesaria cuando se generan dudas, siempre y cuando el trabajador no esté completamente capacitado. Requerirá de los conocimientos de dicha área. (Granjo, 2008)

2.2.1.5.3. Servicios

El servicio es una ventaja competitiva, pero son siempre es considera de esa forma transformar un buen trato, va de la mano con distintos componentes

como calidad del producto, ampliación de servicios, esto contribuye que el desarrollo de la empresa crezca de manera consecutiva. (Vargas & Aldana, 2007)

También el termino servicio lo definimos como un procedimiento jerárquico que cuenta la iniciativa de brindar productos intangibles para cubrir las necesidades de las personas, requiere de una interacción entre cliente y determina su nivel de satisfacción. (Atencio & Gonzales, 2007)

Servicio muy conocido como un proceso de brindar ayuda ya sea comercial o industrial, que esta de la mano con constante capacitación lo que genera que el proceso sea eficiente y con un resultado positivo también es remunerado es por ellos que siempre es visto como un proceso económico. (Paz, 2005)

2.2.1.5.4. Imagen

La definición de imagen es fundamental dentro de la empresa por que define como la propia imagen del producto o servicio, es más utilizado en el plano de marketing se evalúan propuestas con el fin de llamar la atención del cliente y este mismo de familiarice con la empresa. (Pérez & Rodriguez del Bosque, 2014)

La definición de imagen es muy debatida ya que más relaciona con la imagen personas de un sujeto, pero ya con el avance tecnológico se ha visto influenciado a ser parte de una evolución en el proceso de ventas de un producto. La calidad también es apreciada por la imagen que muestra cada producto ya sea tangible e intangible. (Duque & Carvajal, 2015)

La imagen es una parte principal que sobresale por que todo entra por los ojos lo que ocasiona que las empresas y personas requieran de mejorar su imagen.

Es muy vista como tema de marketing, pero muchas veces genera conflictos si se trata de evaluarla como un arma competitiva. (Currás, 2016)

2.2.1.5.5. Satisfacción

Satisfacción como su término lo menciona es un buscador de emociones para los clientes, se basa en procedimientos donde existen pequeños comparativos de un producto o servicio pero en su totalidad solo es un término que define como termina el trato entre el cliente y el proveedor, lo que conlleva a que exista la fidelidad (Leonardo, 2003)

La satisfacción tiene relación con la manera en que se manejan algunos sistemas que permite la medición de satisfacción en los clientes, muchas veces también relación con la satisfacción laboral que en toda la empresa ofrecerá componentes motivadores para satisfacer necesidades a sus empleados. Esto ayuda al rendimiento de dicha empresa. (Rey, 2000)

En la actualidad tiene asociación psicológica ya que se realizan estudios a todo empleado que necesita o requiere de motivación constante eso va de la mano con algunas emociones que tuvieron en su vida personal. De todas maneras, es de mucha importancia evaluar el nivel de satisfacción en los colaboradores. (Caballero, 2002)

2.2.2. MyPes

Es una ley creada por uno de los poderes del Estado con el fin de que se establezca impulsar las competencias y se promueva el aspecto desarrollante de las micro y pequeñas empresas, de igual manera lograr poder formalizarlas, siendo así que en cada aspecto se cuenta con varios beneficios laborales y tributarios con el fin de contribuir en el crecimiento y exponer novedosas

formas de oportunidades de trabajo, brindando aportes al PBI del país, la ley 28015 dentro de su articulado el 2° en la define a cada MyPe como una unidad económica constituidas por personas naturales o jurídicas. La ley que se encuentra en vigor se encuentra bajo D. Supremo N° 013-2013-PRODUCE, mediante esta ley se ha aprobado el TUO norma que ha impulsado a desarrollar la producción y el desarrollo de la empresa. Cada micro, pequeña y mediana empresa se considera que ha de estar en cada gestión empresarial: La Microempresa cuenta con venta anuales de 150 UIT (S/592,500); la pequeña empresa constata con ventas al año superiores a 150 UIT (S/ 592,500) y hasta un máximo de 1700 UIT (S/6715,00); y la mediana empresa contiene ventas anuales mayores a 1700 UIT (S/6715,000), y aspectos máximos de 2300 UIT (S/ 9'085,000).La ley 30056 deroga la cantidad máxima de un trabajador como algún factor que califica a la MyPe. (Congreso de la República del Perú, 2013)

2.2.3. Restaurantes

Restaurante es aquel lugar donde que brinda servicio de alimentación con una buena atención al cliente, lo que al mismo tiempo hace que se incluyan todo tipo de eventos para uso comercial o festivo, cuanta con una lista de platos para deleitar a sus comensales, siendo parte importante para la vida cotidiana. (Barrera, 2018)

En su mayor parte los restaurantes son determinados con uso de primera necesidad para que existen muchas personas que no cuenta con tiempo para preparar sus alimentos lo que conlleva a que estos se desplacen s los locales de venta de comida y satisfacer sus necesidades. Llevado consigo un aporte económico a dicho restaurante. (Amorin, 2016)

Los restaurantes también son vistos dentro de los establecimientos de hospedaje los cuales son adicionales al monto que se paga por estadía, tiene como primordial objetivo facilitarle al cliente el no salir y arriesgar su integridad, hoy en día existen muchos locales que son usados como restaurantes para contribuir ecoicamente en sus hogares. (Gonzales & Porras, 2012)

2.2.4. Trabajador

La definición de empleado es una persona que brinda sus servicios para uso constante de servir para una empresa, es una persona natural que cuenta con un salario ya sea este diario, semanal o mensual. Lo cual le ayuda a vivir un mejor estilo de vida es recomendable que cuenta con buena salud para evitar un mal clima laboral. (Carrasco & Suárez, 2017)

El trabajador tiene como característica llevar un mejor estilo de vida. Pero tienen desventajas debido a que muchos de ellos de tanto trabajo enferman y puedes trabajar como se debe. El trabajador recibe indicaciones para llevar realizar un buen trabajo y ayudar en el crecimiento de la empresa. (Actis, De Prada, & Pereda, 2010)

Toda persona que brinda servicios es considerada un trabajador. Dado que ocupa su tiempo en brindar o dar conocer un producto ya sea tangible e intangible. Dando un buen trato y un poder de satisfacción al cliente, esto genera que la empresa desarrolle sus actividades, existen muchas empresas que brindar trabajo con la finalidad de crecer y solventar económicamente. (Sanhueza & Silva, 2004)

III. HIPÓTESIS

Las investigaciones de tipo descriptiva no necesariamente se formula hipótesis.

(Hernández, Fernández, & Baptista, 2017)

IV. METODOLOGÍA

4.1. Diseño de investigación

El estudio fue de diseño descriptivo transversal, centrada en la determinación de las características de los contenidos de las dimensiones de calidad de servicio. (Hernández et al., 2017)

4.2. Población y muestra

La población es finita y estuvo constituida por trabajadores del restaurante en Puerto Pizarro – Tumbes. La muestra está constituida a criterio del investigador considerando la totalidad de trabajadores. Desempeñando sus funciones de acuerdo a los criterios de inclusión.

Cuadro 1. Población

Detalle	REGIMEN	# Dueño	# Trabajadores
Restaurant: El Caracolito del Mar”	MYPE	1	14

Fuente: Elaboración propia.

4.3. Definición y operacionalización de variables

Cuadro 02. Operacionalización de variables.

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Calidad de servicio	Es el resultado de comparar lo que el cliente, trabajador espera de un servicio con lo que recibe. (Cadena, Vega, Real, & Vásquez, 2016)	Se describirá la variable calidad de servicio de acuerdo a sus dimensiones e indicadores permitiendo determinar sus características respecto al grupo de estudio.	Instalaciones	Máquinas y equipos	Likert
				Instalaciones físicas	
				Apariencia	
				Materiales	
			Personal	Elementos tangibles	
				Solución de problemas	
				Eficiencia	
				Eficacia	
			Satisfacción	Quejas y sugerencias	
				Comunicación	
				Puntualidad	
				Disponibilidad	
			Servicios	Nivel de atención	
				Comportamiento	
				Trámites	
				Amabilidad del servicio	
Imagen	Conocimiento de funciones				
	Atención				
	Percepción				
	Personalización				
	Necesidades del cliente				
	Compromiso				

Fuente: Elaboración propia.

4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para el estudio se recolectaron los datos durante el año 2020. Para ello, se solicitó la autorización de los dueños de las MyPes, para la aplicación de las encuestas a los trabajadores; una vez autorizado se presentó el estudio, sus objetivos y se solicitó el consentimiento informado, previa firma del consentimiento se procedió a realizar el recojo de los datos. Para la recolección de datos se empleó la técnica de la entrevista, donde el investigador realizó las preguntas y resolvió la encuesta en función a las respuestas que el propietario manifestó.

4.5. Plan de análisis

Se recolectaron las siguientes covariables de *características de los docentes* como edad, sexo (femenino/masculino), grado de instrucción (Educación básica/Técnico/Universitaria/Posgrado); además las *características de las MyPes* como el número de p por MyPe, los regímenes tributarios (Nuevo Régimen Único Simplificado/Régimen MyPe/Régimen Especial/Régimen General); y *características de la calidad de servicio* (instalaciones, personal, satisfacción, servicios, imagen)

4.6. Matriz de consistencia

Cuadro 03. Matriz de consistencia.

Formulación del problema	Hipótesis	Objetivos	Variables	Metodología	Escala de medición
<p>¿Cuál es nivel de calidad de servicio de trabajadores de las MyPes, sector servicio, rubro Restaurantes: Caso “El Caracolito del Mar” – Puerto Pizarro – Tumbes, año 2020?</p>	<p>Las investigaciones de tipo descriptiva no necesariamente se formula hipótesis. (Hernández, Fernández, & Baptista, 2017)</p>	<p>Objetivo general: Determinar el nivel de calidad de servicio de los trabajadores de las MyPes, sector servicio, rubro Restaurantes: Caso “El Caracolito del Mar” – Puerto Pizarro – Tumbes, año 2020.</p> <p>Objetivos específicos: Determinar el nivel que se encuentran las instalaciones de las MyPes, sector servicio, rubro Restaurantes: Caso “El Caracolito del Mar” – Puerto Pizarro – Tumbes, año 2020. Determinar el nivel que presenta el personal en las MyPes, sector servicio, rubro Restaurantes: Caso “El Caracolito del Mar” – Puerto Pizarro – Tumbes, año 2020. Determinar el nivel de satisfacción de los trabajadores en las MyPes, sector servicio, rubro Restaurantes: Caso “El Caracolito del Mar” – Puerto Pizarro – Tumbes, año 2020. Determinar el nivel</p>	<p>V1: Calidad de servicio.</p>	<p>Tipo: Cuantitativo. Nivel: Descriptivo. Diseño: No Experimental.</p>	<p>Likert</p>

de los servicios en las MyPes, sector servicio, rubro Restaurantes: Caso “El Caracolito del Mar” – Puerto Pizarro – Tumbes, año 2020. Determinar el nivel que presenta la imagen de las MyPes, sector servicio, rubro Restaurantes: Caso “El Caracolito del Mar” – Puerto Pizarro – Tumbes, año 2020.

4.7. Principios éticos

Durante la ejecución del presente estudio se respetaron los principios para investigación en humanos, autonomía, justicia y confidencialidad (Organización de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la Cultura, 2017); velando por el cumplimiento de las expectativas que presenta la investigación; se aplicó principios éticos como la protección a las personas, cuidado del medio ambiente y la biodiversidad, libre participación y derechos a estar informado, beneficencia no maleficencia y justicia (Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, 2019).

V. RESULTADOS

5.1. Resultados

Tabla 1. Características sociodemográficas.

Características	n (%)
Edad	32.0 ± 4.02
Sexo	
Femenino	13 (93.0)
Masculino	1 (7.0)
Estado civil	
Soltero	8 (57.0)
Casado	6 (43.0)
Viudo	0 (0.0)
Divorciado	0 (0.0)
Grado de instrucción	
Educación básica	13 (93.0)
Técnico	1 (1.0)
Superior	0 (0.0)
Posgrado	0 (0.0)

* Media ± desviación estándar

Tabla 2. Características de la MyPes.

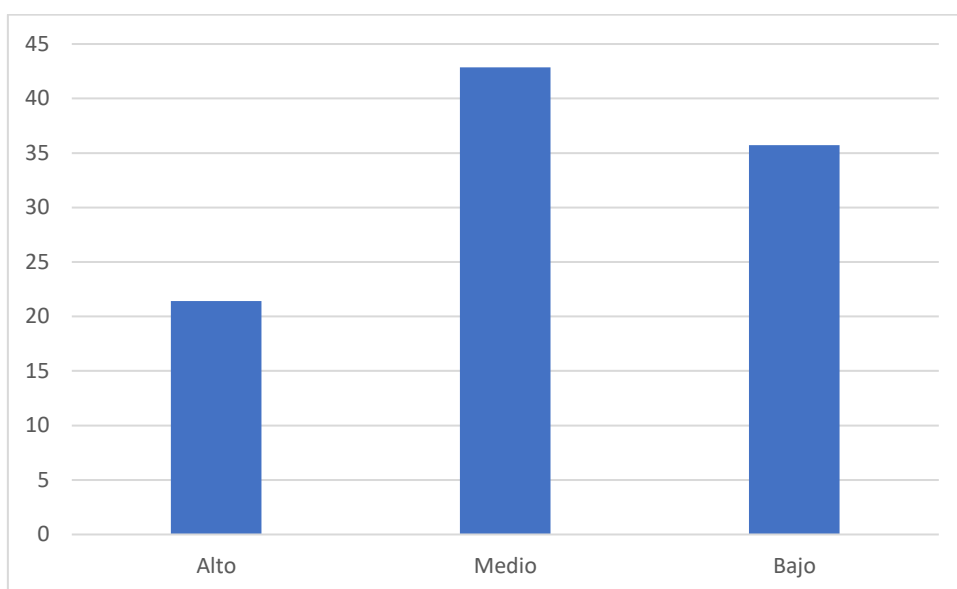
Características	n (%)
Régimen	
Nuevo Régimen Único Simplificado	0 (0.0)
Régimen Especial	0 (0.0)
Régimen MyPe	14 (100.0)
Régimen General	0 (0.0)
Años constituido	19 años
Modalidad	
Restobar	0 (0.0)
Picantería	0 (0.0)
Cevichería	0 (0.0)
Restaurante	14 (100.0)

Tabla 3. Nivel de las instalaciones y materiales.

Instalaciones y materiales			
Nivel	Rango	Total	Porcentaje
Alto	(20 - 25)	3	21
Medio	(13 - 19)	6	43
Bajo	(5 - 12)	5	36

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores del restaurante “El Caracolito del Mar” – Tumbes, 2020.

Gráfico 1. Nivel de las instalaciones y materiales.



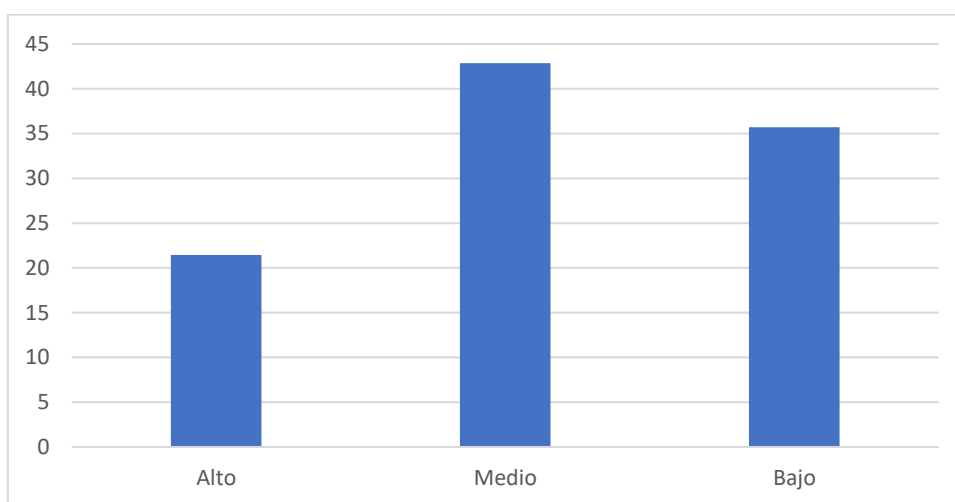
Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4. Nivel del personal.

Personal			
Nivel	Rango	Total	Porcentaje
Alto	(20 - 25)	3	21
Medio	(13 - 19)	6	43
Bajo	(5 - 12)	5	36

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores del restaurante “El Caracolito del Mar” – Tumbes, 2020.

Gráfico 2. Nivel del personal.



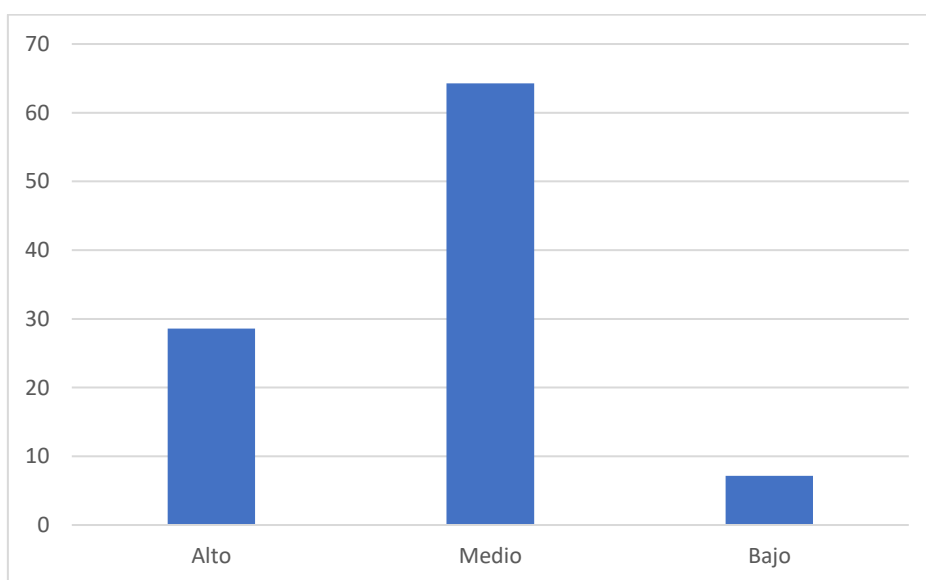
Fuente: Elaboración propia.

Tabla 5. Nivel de satisfacción.

Satisfacción			
Nivel	Rango	Total	Porcentaje
Alto	(15 - 20)	4	29
Medio	(10 - 14)	9	64
Bajo	(4 - 9)	1	7

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores del restaurante “El Caracolito del Mar” – Tumbes, 2020.

Gráfico 3. Nivel de satisfacción.



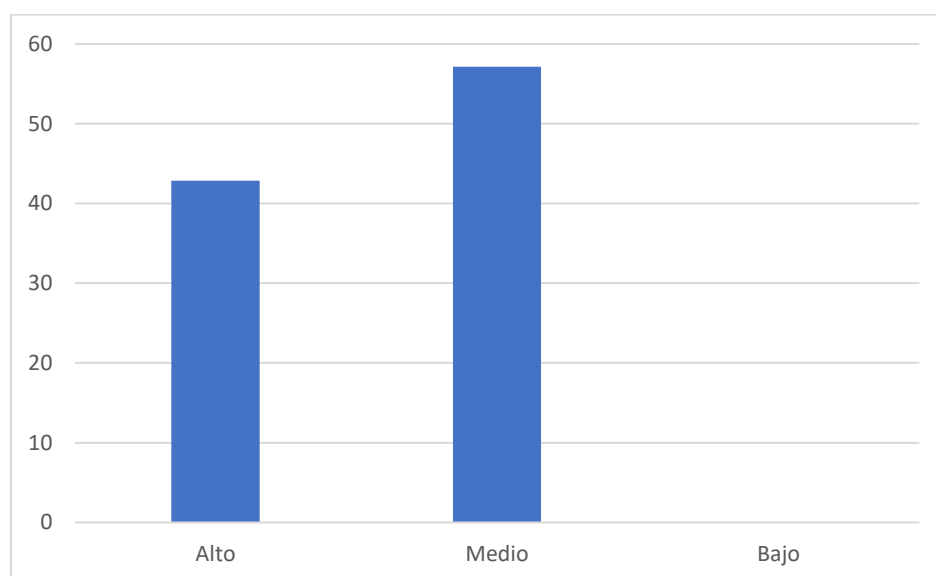
Fuente: Elaboración propia.

Tabla 6. Nivel de servicios y actividades.

Servicios y actividades			
Nivel	Rango	Total	Porcentaje
Alto	(15 - 20)	6	43
Medio	(10 - 14)	8	57
Bajo	(4 - 9)	0	0

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores del restaurante “El Caracolito del Mar” – Tumbes, 2020.

Gráfico 4. Nivel de servicios y actividades.



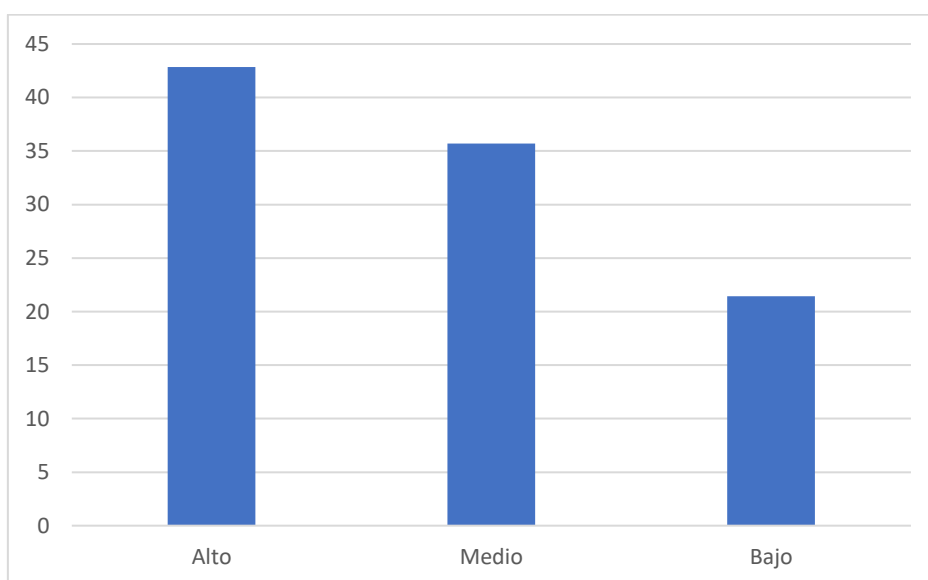
Fuente: Elaboración propia.

Tabla 7. Nivel de imagen.

Imagen			
Nivel	Rango	Total	Porcentaje
Alto	(15 - 20)	6	43
Medio	(10 - 14)	5	36
Bajo	(4 - 9)	3	21

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores del restaurante “El Caracolito del Mar” – Tumbes, 2020.

Gráfico 5. Nivel de imagen.



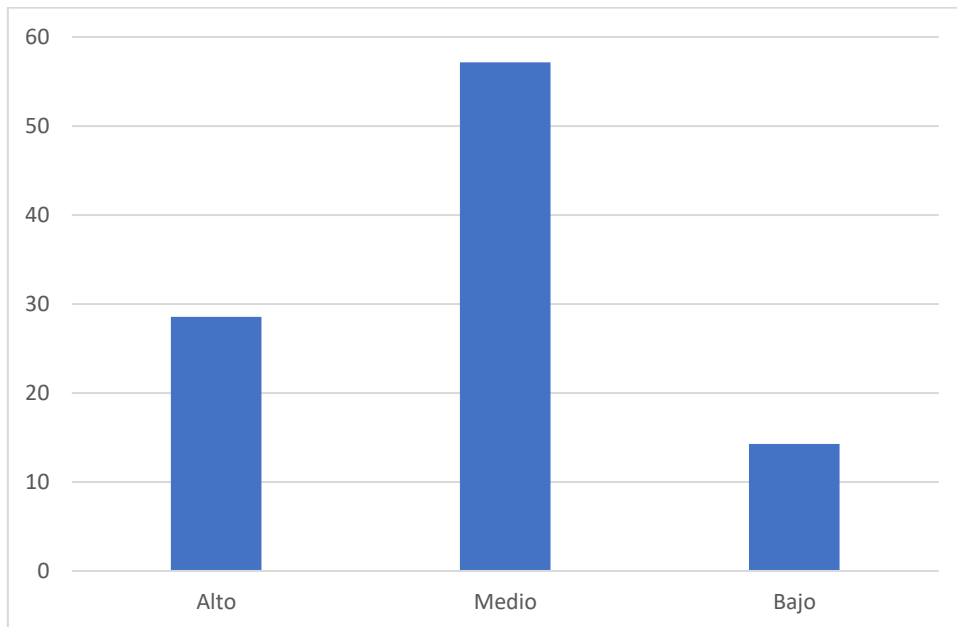
Fuente: Elaboración propia.

Tabla 8. Nivel de calidad de servicio.

Calidad de servicio			
Nivel	Rango	Total	Porcentaje
Alto	(81-110)	4	29
Medio	(52 - 80)	8	57
Bajo	(22 - 51)	2	14

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores del restaurante “El Caracolito del Mar” – Tumbes, 2020.

Gráfico 6. Nivel de calidad de servicio.



Fuente: Elaboración propia.

5.2. Análisis de resultados

5.2.1. Respecto a las características sociodemográficas de los propietarios:

Aplicando preguntas que se relacionan al estudio socio en la que se ha reflejado las edades promedias de cada trabajador oscilando entre 32 años de edad; que son de contexto de mujer en gran parte, promedios altos en cuanto a los datos recopilados por la RENIEC tienen índole de soltero un 75.0% y con estudios básicos (primaria y secundaria).

5.2.2. Respecto a las características las MyPes:

Identificándose que la totalidad de personal del restaurante “El Caracolito del Mar” Puerto Pizarro – Tumbes se encuentra registrada a través de los regímenes MyPes, estando vigente desde que se ha inscrito permaneciendo casi por un tiempo de 19 años en aproximado, y con razón social en su total que se denomina Restaurante.

5.2.3. Respecto a las características de calidad de servicio:

En la que se determina que se identifican niveles altos en general en cuanto a cada instalación utilizada por cada trabajador para que se proporcione los servicios de alimentación de calidad , en la que se recurre a un equipo, material o instalación para que colabore con desarrollar cada función (Aviles & Cedeño, 2018) las ventas dependen muy estrechamente con la calidad del servicio al cliente, se determina que el modelo de gestión de calidad aplicado al restaurante será una contribución significativa para la mejora continua y el crecimiento de las ventas a futuro en este establecimiento, respecto a lo concerniente de los aspectos de fomento en los aspectos de calidad de cada trabajador se han evidenciado en niveles elevados de calidad, y respecto a los servicios ofrecidos siendo que los

niveles proporcionados son por motivos de que se han de establecer factor como el de regularidad, actitud, calidad, esfuerzo, eficacia y eficiencia desempeñando cada actividad, en base a lo precisado por (Da Silva, 2014) un programa de mejora continua para optimizar la calidad de servicio del Restaurante O Navegante, por medio de diferentes fases, controladas y administradas por expertos, con el objetivo de mejorar y mantener una buena calidad de servicio, superando las expectativas del cliente; en cuanto al aspecto comprometedor cada mejora en los conocimientos de cada trabajador y en cada ambiente, en la que se ha de desarrollar cada actividad del trabajador lo ha de considerar como un factor importante evidenciando mayores desempeños, en cuanto al factor de satisfacción de cada trabajador ha existido un nivel elevado, basándonos en estos resultados han de justificarse porque se ha puesto en práctica cada valor ético por parte del trabajador, siendo así que se imparten diversos valores como puntualidad, responsabilidad, disponibilidad, y respeto que es de importancia en la satisfacción del cliente, discrepando con (Lopez, 2018) existe una insatisfacción con las dimensiones respuesta inmediata y empatía. Se pudo evidenciar que existe una correlación positiva entre la calidad de servicio y la satisfacción al cliente. no se encuentran capacitados y el restaurante cuenta con pocos empleados y esto hace que el servicio no sea rápido; en cuanto a desarrollar cada proceso de atención ha de corresponder que se conozca cada función desarrollada, el nivel en que se atiende al cliente ha mostrado orden y responsabilidad que se pueden aplicar lo que se corrobora con lo que han expresado (Modesto, 2017) la relación significativa entre la calidad de servicio y satisfacción de los

clientes de la empresa de Transportes terrestres de pasajeros GM Internacional SAC, debido a la sofisticación de cliente en satisfacer cada vez nuevas necesidades, y en lo que se cuenta con que los clientes puedan satisfacer sus gustos y preferencias; corroborando con (Redhead, 2015) sostiene que existe una relación directa y significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario, de los usuarios del Centro de Salud “Miguel Grau” de Chaclacayo, 2013.

VI. CONCLUSIONES

- En cuanto a los objetivos concretos el 01: Cada instrumento de la instalación que ofrece el restaurante demuestra que cuenta con mecanismos que han de ser importantes para cada trabajador contando ya sea con equipos, materiales suficientes y aparenta estar en las condiciones idóneas.
- En cuanto a los objetivos concretos el 02: La calidad mostrada por cada trabajador es la necesaria ya que por tal motivo se muestra satisfecho de laborar grupalmente con todo el personal del restaurante comprometiéndose a dar solución a cada problema, realizando cada función con eficiencia, eficacia y han mostrado buen nivel de comunicación para a solución de una queja y para que aporten sugerencias.
- En cuanto a los objetivos concretos el 03: En el estudio que se está llevando a cabo se ha mostrado niveles elevados de satisfacción con la labor que desarrollan respecto a que son puntuales, muestran disponibilidad para atender, se desarrollan adecuadamente logrando los aspectos que se propusieron.
- En cuanto a los objetivos concretos el 04: En cuanto a uno de los servicios que se brinda como un trámite, muestran amabilidad en el desarrollo de la función, conocen cada función a desempeñar y muestran atención en el desarrollo del proceso, es por ello que se cumple cada característica propuesta y cumpliendo con el servicio propuesto.
- En cuanto a los objetivos concretos el 05: Respecto a la imagen mostrado por el restaurante ha logrado que el docente se muestre satisfecho por los aspectos mostrados, buena percepción, muestra personalidad cuando atiende las necesidades de los clientes y solucionarlas mostrándose comprometidos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Actis, W., De Prada, M., & Pereda, C. (2010). Inmigrantes, Trabajadores, Ciudadanos. *Colectivo Ioe*, 227.
- Alles, M. (2011). *Diccionario de términos de Recursos Humanos - Martha Alicia Alles - Google Libros*. Argentina.
- Amorin, L. (2016). *La Formalizacion y el financimientos en las mycro y pequeña empresa del serctor, del casco urbano de villa rica, Distrito de villa rica, Provincia de Oxapampa, Departamento de Pasco, Perioso 2015*.
- Atencio, E., & Gonzales, B. (2007). Calidad de servicio en la editorial de la Universidad del Zulia (EDILUZ). *Revista de Ciencias Sociales*, XIII(1), 172–186.
- Aviles, E., & Cedeño, A. (2018). *Diseño de un Modelo de Gestión de Calidad de Servicio al Cliente para el restaurante “La Finquita”*. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.
- Barrera, J. (2018). *Caracterizacion de la Gestion de calidad y la formalizacion de las Mypes sector servicio rubro de restaurantes del distrito de Ferrenafe, Año 2018*. Universidad Catolica los Abgeles de Chimbote.
- Bembibre, C. (2010). Definición de Instalación.
- Bueno, Y., & Cervera, X. (2015). *Calidad de servicio y satisfaccion del clienete en el restaurante Huánuco Perú Burger S.C.R.L. - 2015*.
- Caballero, K. (2002). El concepto de “satisfacción en el trabajo” y su proyección en la enseñanza. *Profesorado, Revista de Currículum y Formación Del Profesorado*, 6((1-2)), 1–10.
- Cadena, J., Vega, A., Real, I., & Vásquez, J. (2016). Medición de la calidad del servicio proporcionado a clientes por Restaurantes en Sonora, México. *Ingeniería Industrial. Actualidad y Nuevas Tendencias*, 5(1856–8327), 41–60.
- Cardenas, A. (2016). *Diseño de un plan de mejora de calidad en el servicio para el restaurante Bambao ubicado en el Distrito Metropolitano de Quito*. Quito: Universidad de las Américas, 2016.
- Carrasco, C., & Suárez, R. (2017). *La satisfacción laboral que tiene el personal del*

departamento de operaciones y el personal del departamento administrativo financiero en relación a la compensación laboral que brinda la organización Grúas Atlas.

- Chiquinta, G. (2015). Evaluación de la Calidad de servicio del restaurante “Globo Negocios” de la ciudad de Tumbes, Utilizado estándares derivados de las buenas prácticas, en el año 2014. Universidad Católica los Angeles de Chimbote.
- Clavijo, A. (2017). Propuesta para optimizar la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes en el restaurante Colombia76.
- Congreso de la República del Perú. *Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial.*, (2013).
- 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.*
- Cuenca, P. (2019). *Caracterización de la gestión de calidad y satisfacción del cliente en la MYPES del sector servicio rubro restaurantes en el Cercado de Tumbes, 2018.*
- Currás, R. (2016). Identidad e imagen corporativas : revisión conceptual e interrelación. *Teoría y Praxis*, 7(2010), 9–34.
- Da Silva, I. (2014). *Satisfacción del cliente con la calidad de servicio del Restaurante O Navegante del Club Centro Portugués, ubicado en Caracas - Venezuela.* Universidad Nueva Esparta.
- Delgado, S. (2015). *“Evaluación de la calidad del servicio del restaurante “Señor Lengua” de la Ciudad de Tumbes, utilizando estándares derivados de las buenas prácticas, en el año 2014”.*
- Duque, E., & Carvajal, L. (2015). La identidad organizacional y su influencia en la imagen: una reflexión teórica. *Suma de Negocios*, 6(13), 114–123. <https://doi.org/10.1016/j.sumneg.2015.08.011>
- Gonzales, C., & Porras, N. (2012). *Satisfacción laboral y calidad de servicio en los restaurantes de la ciudad de Tarma 2012.* Universidad Nacional del Centro del Perú - Huancayo.
- Granjo, J. (2008). *Cómo hacer un Plan Estratégico de Recursos Humanos.* España.

- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2017). *Metodología de la investigación* (Sexta). Retrieved from www.elosopanda.com%7Cjamespoetrodriguez.com
- Izquierdo, C. (2019). La Calidad de servicio y la Satisfacción del cliente de la empresa Burgos"s Restaurant en la ciudad de Puerto Maldonado - 2018 (Universidad Andina del Cusco; Vol. 70). <https://doi.org/10.36888/udual.universidades.2019.80.19>
- Leon, K. (2020). *Calidad de servicio de las mypes, sector servicio, rubro restaurantes - caso: "Restaurant Cevicheria Gabino" - Distrito de corrales, Tumbes 2019* (Universidad Católica los Angeles de Chimbote). <https://doi.org/1>
- Leonardo, L. (2003). *Objetivo: Conocer el Concepto de Satisfacción y encaminar la aplicación del concepto.*
- López, C., & Serrano, A. (2001). Dimensiones y medición de la calidad de servicio en empresas hoteleras. *Revista Colombiana de Marketing*, 2(3), 13.
- Lopez, D. (2018). *Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil.* Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.
- Martín, C. (2006). Las instalaciones y la arquitectura. *Tectónica*, 4–27. <https://doi.org/http://hdl.handle.net/10171/3018>
- Martinez, O. (2006). *Evaluación de la Calidad del Servicio Turístico en las Empresas de Alojamiento del Balneario Las Peñitas – Poneloya, León – Nicaragua.* Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua.
- Modesto, D. (2017). *Calidad de servicio y su relación con la satisfacción de los clientes de la empresa de transporte terrestre de pasajeros gm internacional sac – Huánuco. 2017.* Universidad Católica los Angeles de Chimbote.
- Mondragon, E., & Silva, T. (2019). *Calidad de servicio, como estrategia de marketing en el Restaurant campestre "El Huerto del sabor" de la localidad de San Juan de la virgen - Tumbes - 2016.* Universidad Nacional de Tumbes.
- Morillo, M., & Landaeta, N. del valle. (2016). *Comportamiento de los niveles de calidad del servicio de comida rápida según las características de los usuarios.* <https://doi.org/10.12804/rev.univ.empresa.31.2016.03>
- Noe, R., & Wayne, R. (2005). *Administración de recursos humanos.* Mexico.

- Noel, B. (2018). *Caracterización del financiamiento y gestión de calidad de las MyPes, sector servicio rubro restaurantes y cevicherías en el distrito de Zorritos, 2017*. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.
- Onton, I., Mendoza, C., & Ponce, M. (2010). *Estudio de Calidad de servicio en el Areopuerto de Lima: Expectativas y Percepcion del pasajero turista* (Vol. 9). Pontifica Universidad Catolica del Peru.
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la Cultura. (2017). Bioética y Ética en la UNESCO. Retrieved September 21, 2019, from UNESCO website: <http://www.unesco.org/new/es/office-in-montevideo/social-and-human-sciences/bioethics/>
- Ortiz, C. (2018). *Carcaterización de la gestión de calidad y la comeptitividad de las mypes del sector servicio, rubro restaurnat del centro de Tumbes, año 2017*.
- Pahuacho, E. (2015). Percepción de la calidad de servicios en el Restaurante Recreo La Campana de Oro Jauja (Vol. 6). <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Paredes, Y., Acle, R., Sosa, A., & Vega, J. (2019). Efectos de la meditación sobre la calidad en el servicio de colaboradores del área de sala / comedor en restaurantes de Cholula Pueblo Mágico , Puebla . Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla Meditation effects over dining room staff service qu. *Universidad Michoacana de San Nicolas de Hidalgo*, 5, 32–62.
- Paz, R. (2005). Servicio al cliente.
- Pérez, A., & Rodriguez del Bosque, I. (2014). Identidad, imagen y reputación de la empresa: integración de propuestas teóricas para una gestión exitosa. *Cuadernos de Gestion*, 14(1), 97–126. <https://doi.org/10.5295/cdg.130389ap>
- Perez, J. (2018). Definición de instalación - Qué es, Significado y Concepto.
- Redhead, R. (2015). Calidad de servicio y satisfaccion del usuario en el Centro de Salud Miguel Grau distrito de Chaclacayo 2013. Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- Rey, C. (2000). La satisfacción del usuario: Un concepto en alza. *Anales de Documentación: Revista de Biblioteconomía y Documentación*, (3), 138–154. <https://doi.org/10.6018/analesdoc.3.0.2451>

- Saavedra, J. (2007). Aproximación teórica de los modelos conceptuales de la calidad del servicio.
- Salazar, W., & Cabrera, M. (2016). Diagnóstico de la calidad de servicio, en la atención al cliente, en la Universidad Nacional de Chimborazo - Ecuador. *Industrial Data*, 19(2), 13–20. <https://doi.org/10.15381/idata.v19i2.12811>
- Sánchez, G., Erazo, A., Casariego, M., & Encinas, R. (2015). *Calidad del Sector de Restaurantes en Lima Metropolitana*.
- Sanhueza, A., & Silva, F. (2004). Diagnostico de la calidad de vida laboral percibida por los trabajadores de cuatro servicios clinicos del complejo asistencial “DR. Victor Rios Ruiz” de los Angeles (CAVRR). In *Horizonte Empresarial*.
- Vargas, M., & Aldana, L. (2007). *Calidad y servicio: Conceptos y herramientas*. Colombia.
- Villalba, S. (2016). *Análisi de calidad del servicio y atención al cliente en Azuca Beach, Azuca Bistro y Q restaurant, y sugerencia de mejora*.

ANEXOS

Anexo 01: Encuesta



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

La información obtenida en el presente cuestionario tiene como objetivo ser utilizada en la realización de la investigación sobre “**Calidad de servicio de las MyPes, sector servicio, rubro Restaurante: Caso “El Caracolito del Mar” – Puerto Pizarro – Tumbes, año 2020**”, la información que usted proporcionará será utilizada solo con fines académicos y conservados con absoluta confidencialidad, por lo que se agradece su valiosa colaboración.

Características de los trabajadores:

Edad : _____

Sexo : _____

Estado civil :

- a. Soltero
- b. Casado
- c. Viudo
- d. Divorciado

Grado de instrucción :

- a. Educación básica
- b. Técnico
- c. Superior
- d. Posgrado

Características de la MYPE:

¿La empresa tiene RUC?

- a. Si
- b. No

¿En qué régimen tributario se encuentra ubicada su empresa?

- a. Nuevo Régimen Único Simplificado (NRUS)
- b. Régimen Especial
- c. Régimen MYPE
- d. Régimen General

¿Cuántos años de constituida tiene su negocio?

- a. 1 a 3 años
- b. 4 a 6 años
- c. 7 a 10 años
- d. 11 a más años

¿Modalidad de la empresa?

- a. Restobar
- b. Picantería
- c. Cevichería
- d. Restaurante

Características de la Calidad de servicio:

El cuestionario de la medición de la calidad del servicio proporcionado a clientes por Restaurantes en Sonora, México; utilización de la escala SERVQUALING; la cual presenta fiabilidad general tiene un Alfa de Cron Bach de 0.935, el cual consta de 22 preguntas y 5 dimensiones (*dimensión instalaciones = 5 preguntas; dimensión personal = 5 preguntas; dimensión satisfacción = 4 preguntas; dimensión servicios = 4 preguntas; y dimensión imagen = 4 preguntas*), las cuales tienen 5 opciones de respuesta en escala de Likert (1= muy malo, 2 = malo, 3 = regular, 4 = bueno, 5 = muy bueno). Estas variables fueron re categorizadas mediante baremación por percentiles clasificados en tres categorías: (a) Alto, entre 83 – 110 puntos; (b) Medio, entre 53 – 82 puntos y (c) Malo, entre 22 – 52. (Cadena, Vega, Real, & Vásquez, 2016)

Calidad de servicio					
ITEM	1	2	3	4	5
1. ¿La empresa cuenta con máquinas y equipos de apariencia modernos y atractivos?					
2. ¿Las instalaciones físicas de la empresa son visualmente atractivas?					
3. ¿El personal de la empresa tiene apariencia pulcra?					
4. ¿Los elementos materiales (folletos, reportes y similares) son visualmente atractivos?					
5. ¿Cuándo el personal de la empresa promete hacer algo en cierto tiempo, lo hace?					
6. ¿Cuándo tienes un problema, la empresa muestra un sincero interés en solucionártelo?					
7. ¿El personal de la empresa realiza bien el servicio la primera vez?					
8. ¿El personal de la empresa concluye el servicio en el tiempo prometido?					
9. ¿El personal de la empresa insiste en mantener registros exentos de errores?					
10. ¿El personal de la empresa le comunica cuándo concluirá la realización del servicio?					
11. ¿El personal de la empresa ofrece un servicio puntual?					
12. ¿El personal de la empresa siempre está dispuesto a ayudarle?					
13. ¿El personal de la empresa nunca está demasiado ocupado para atenderle?					
14. ¿El comportamiento del personal de la empresa le inspira confianza?					
15. ¿Usted se siente seguro en sus trámites con la empresa?					
16. ¿El personal de la empresa es siempre amable con usted?					
17. ¿El personal tiene conocimientos suficientes para responder a sus preguntas?					
18. ¿La empresa le da una atención individualizada?					
19. ¿La empresa tiene horarios de trabajo convenientes para todos sus clientes?					
20. ¿La empresa tiene personal que le ofrece una atención personalizada?					
21. ¿El personal de la empresa se preocupa por los mejores intereses de sus clientes?					
22. ¿La empresa comprende las necesidades específicas de sus clientes?					

Anexo 02: Matriz de ítems

N°	Ítems																								TOTAL			
	1	2	3	4	5	Total	6	7	8	9	10	Total	11	12	13	14	Total	15	16	17	18	Total	19	20		21	22	Total
1	4	3	3	4	4	18	4	4	3	4	4	19	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	85
2	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	3	4	4	15	4	4	4	3	15	3	4	4	4	15	85
3	1	5	1	1	3	11	3	4	5	4	5	21	4	1	5	5	15	5	5	5	2	17	4	5	5	5	19	83
4	2	3	3	3	3	14	2	2	2	1	2	9	3	3	4	4	14	5	3	4	5	17	3	4	4	4	15	69
5	3	3	3	2	3	14	3	2	3	2	2	12	2	3	3	4	12	4	3	3	4	14	3	4	4	4	15	67
6	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	3	19	2	3	3	3	11	3	3	2	2	10	2	4	4	4	14	74
7	1	2	2	2	1	8	2	2	2	3	3	12	3	2	3	3	11	2	3	2	3	10	2	2	2	2	8	49
8	2	2	2	2	2	10	2	2	3	3	3	13	2	2	2	3	9	3	3	3	2	11	2	2	2	2	8	51
9	2	2	2	2	3	11	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	62
10	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15	3	4	4	3	14	4	4	3	4	15	3	3	3	3	12	71
11	2	2	3	2	2	11	2	2	3	2	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	2	2	2	3	9	56
12	2	3	3	3	3	14	3	2	3	2	2	12	2	3	3	3	11	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	61
13	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	5	4	17	3	3	3	3	12	85
14	3	3	4	3	3	16	4	3	3	3	4	17	3	4	3	3	13	3	3	3	3	12	3	4	4	5	16	74

Anexo 03: Turnitin

Tesis

INFORME DE ORIGINALIDAD

0%

INDICE DE SIMILITUD

0%

FUENTES DE
INTERNET

0%

PUBLICACIONES

%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias < 4%

Excluir bibliografía

Activo