



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE  
CHIMBOTE  
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES  
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL  
CLIENTE, EN LAS MYPES SECTOR SERVICIO, RUBRO  
RESTAURANTES EN EL DISTRITO DE LA CRUZ –  
TUMBES, AÑO 2021**

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

**AUTORA**

**ESTRADA COTRINA, MILAGRITOS CLARIBEL**

**ORCID: 0000-0002-2317-7867**

**ASESOR**

**ESCOBEDO GÁLVEZ, JOSÉ FERNANDO**

**ORCID: 0000-0002-6443-1497**

**TUMBES – PERÚ**

**2021**

## **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**

Escobedo Gálvez, José Fernando

ORCID: 0000-0002-6443-1497

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

### **JURADO**

Rosillo De Purizaca, María del Carmen

ORCID: 0000-0003-2177-5676

Salinas Gamboa, José German

ORCID: 0000-0002-8491-0751

Mino Asencio, María Isabel

ORCID: 0000-0003-1132-2243

## HOJA DE FIRMA DEL JURADO Y ASESOR

---

José German Salinas Gamboa

Miembro

---

María Isabel Mino Asencio

Miembro

---

María Del Carmen Rosillo de Purizaca

Presidente

---

José Fernando Escobedo Gálvez

Asesor

## **AGRADECIMIENTO**

Quiero agradecer a mis docentes, que gracias a su paciencia, conocimientos y enseñanzas me permitieron poder realizar este trabajo de investigación.

A las Mypes, por brindarme toda la información necesaria para la culminación de esta investigación.

## **DEDICATORIA**

Dedico esta 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.

## RESUMEN

El estudio tuvo como objetivo determinar las características de la calidad de servicio y satisfacción del cliente en las Mypes del sector servicios, rubro restaurantes en el distrito de La Cruz, año 2021; como problema de investigación ¿Cuáles son las características de calidad de servicio y satisfacción del cliente de las Mypes sector servicios, rubro restaurantes en el distrito de La Cruz, año 2021? se utilizó la metodología de tipo descriptivo, nivel cuantitativo y diseño no experimental, la muestra estuvo constituida por 68 encuestados; la recolección de datos fue a través de la técnica de encuesta y se aplicó un cuestionario. Encontrando los siguientes resultados: en las características calidad de servicio el 59% refiere que es adecuada y la satisfacción del cliente el 62% está satisfecho, respecto a las dimensiones de la calidad de servicio, el 63% es empático, 54% está seguro, capacidad de repuesta el 65% es adecuada, 53% presenta elementos tangibles, accesibilidad y confiabilidad el 59% y 51% respectivamente es adecuada; en las dimensiones de satisfacción; los clientes están satisfechos el 79% es fiable, 71% cubre expectativas, 60% fidelización, 66% presenta productos adecuados y el 62% calidad técnica. Se concluyendo: la calidad de servicio; los clientes indican que el personal es agradable, conoce y comprende al cliente, cumplen con la seguridad del establecimiento; respecto a la satisfacción, los clientes están satisfechos, reciben atención e información oportuna, los productos son los requeridos por su calidad y confianza, lo recomiendan por ser clientes constantes.

***Palabras Clave: Calidad de Servicio, Satisfacción, Mypes, Restaurantes.***

## ABSTRACT

The objective of the study was to determine the characteristics of the quality of service and customer satisfaction in the Mypes of the service sector, restaurant category in the district of La Cruz, year 2021; As a research problem, what are the characteristics of service quality and customer satisfaction of the Mypes service sector, restaurant category in the district of La Cruz, year 2021? Descriptive, quantitative level and non-experimental design methodology was used. The sample consisted of 68 respondents; the data collection was through the survey technique and a questionnaire was applied. Finding the following results: in the characteristics quality of service, 59% say that it is adequate and customer satisfaction, 62% are satisfied, regarding the dimensions of quality of service, 63% are empathetic, 54% are sure, response capacity 65% is adequate, 53% presents tangible elements, accessibility and reliability, 59% and 51% respectively is adequate; in the dimensions of satisfaction; Customers are satisfied, 79% are reliable, 71% meet expectations, 60% loyalty, 66% present appropriate products and 62% technical quality. Concluding: The quality of service; customers indicate that the staff is pleasant, knows and understands the customer, complies with the security of the establishment; Regarding satisfaction, customers are satisfied, receive timely attention and information, the products are those required for their quality and trust, they recommend it because they are constant customers.

***Keywords: Quality of Service, Customer Satisfaction, Mypes, Restaurants.***

## 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
INDICE DE TABLAS .....	x
INDICE DE FIGURAS.....	xi
I. INTRODUCCIÓN .....	1
II. REVISIÓN DE LITERATURA.....	5
2.1.1. Antecedentes Internacionales.....	5
2.1.2. Antecedentes Nacionales.....	6
2.1.3. Antecedentes Locales.....	7
2.2.1. Calidad de Servicio .....	9
2.2.2. Satisfacción del Cliente.....	16
III. HIPÓTESIS.....	20
IV. METODOLOGÍA .....	21
4.1. Diseño de la investigación.....	21
4.2. Población y muestra .....	21
4.2.1. Población.....	21
4.2.2. Muestra.....	21
4.3. Definición y operacionalización de variables .....	23
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	25
4.5. Plan de análisis.....	25
4.6. Matriz de consistencia.....	26
4.7. Principios éticos .....	27
V. RESULTADOS.....	28
5.1. Resultados .....	28
5.2. Análisis de resultados.....	40
VI. CONCLUSIONES .....	43
ASPECTOS COMPLEMENTARIOS .....	45
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	46
ANEXOS.....	53



Anexo 1: Encuesta.....	53
Anexo 2: Validación de la encuesta, juicio de expertos.....	56
Anexo 3: Turnitin.....	62
Anexo 4: Matriz de datos .....	63

## INDICE DE TABLAS

Tabla 4: Caracterización de la Calidad de Servicio y Satisfacción del Cliente.....	39
Tabla 5: Empatía.....	41
Tabla 6: Seguridad.....	43
Tabla 7: Capacidad de respuesta .....	45
Tabla 8: Elementos tangibles.....	47
Tabla 9: Dimension accesibilidad.....	49
Tabla 10: Confiabilidad .....	51
Tabla 11: Fiabilidad.....	53
Tabla 12: Dimensión expectativas.....	55
Tabla 13: Fidelización .....	57
Tabla 14: Producto adecuado .....	59
Tabla 15: Calidad Técnica.....	61

## INDICE DE FIGURAS

Figura 1: Caracterización de la Calidad de Servicio y Satisfacción del Cliente .....	39
Figura 2: Empatía .....	41
Figura 3: Seguridad .....	43
Figura 4: Capacidad de respuesta .....	45
Figura 5: Elementos tangibles .....	47
Figura 6: Dimension accesibilidad .....	49
Figura 7: Confiabilidad.....	53
Figura 8: Fiabilidad .....	51
Figura 9: Dimensión expectativas .....	55
Figura 10: Fidelización.....	57
Figura 11: Producto adecuado .....	59
Figura 12: Calidad Técnica .....	61

## I. INTRODUCCIÓN

El turismo ha aportado a la economía de las regiones de todos los países grandes desarrollos, esto es mencionado en los reportes publicados por la Naciones Unidas en sus conferencias de comercio y desarrollo del año 2013, en el cual denotan que el turismo es parte fundamental de la sostenibilidad de una región, como crecimiento empresarial, económico y social, trayendo consigo incremento de oferta laboral, beneficios económicos. Para el fortalecimiento del turismo se necesita de lugares gastronómicos que proporcionen la infraestructura y los servicios que colmen las expectativas de los clientes esto a su vez permitirán el destino sostenible de las empresas. El sector de restaurantes es considerado como parte esencial del valor, puesto que su infraestructura, contar con una adecuada capacidad, y el servicio que ofrece posiciona al lugar un destino de demanda para ser visitado. Por lo tanto, la calidad de servicio que ofrecen dichos restaurantes se convierte en elementos con mayor relevancia en el factor económico, es decir al mencionar calidad de servicio, estamos frente a la satisfacción de los clientes, lo que favorece la sostenibilidad determinando el incremento en el número de clientes de origen local, nacional e internacional, atraídas por su servicio.

En el ámbito Político, facilidades para la creación de negocios. “Ventajas de ofrecer un producto o servicio de calidad”. Según el artículo muestra que en el Perú existen muchas personas que tienen la iniciativa de crear nuevos negocios dependiendo del sector que ellos decidan que puede ser productos o servicios y del rubro. La gestión de calidad cumple un papel muy importante en todas las organizaciones ya sea las que inician o las que están establecidas, su papel que cumple la gestión es de contribuir en todos los procesos dentro la organización, con la finalidad de lograr una mayor competitividad dentro del mercado laboral, no debemos de pensar que la calidad solo se

basa en un atributo innecesario si no en la competencia de dichos productos y servicios y el margen de ganancias que obtendrán al transcurrir el tiempo. (Perú21, 2019)

En el ámbito económico, situación económica “Facilitan acceso de Mypes a compras públicas”. De acuerdo a la noticia el Gobierno concede al Ministerio de la Producción brindar las facilidades a las Mypes para la realización de las compras públicas, con la finalidad de poder aumentar los grados de utilidad, calidad y gestión. Dentro de este ámbito se encuentran los núcleos ejecutores de compras que tienen en su custodia la importación de bienes de los sectores, así mismo estos núcleos se encuentran plasmados en las diversas labores económicas divididas por departamentos como: departamentos de textil, departamentos de muebles y el departamento de metalmecánica, sus actividades en función son: la selección, la contratación, y adquisición de materiales manufacturados especializados por las compañías. (La República, 2018).

Hoy en día las micro y pequeñas empresas son de gran importancia dentro de la economía de un país, promoviendo mayor oportunidad de trabajo. También se toma en cuenta que muchas empresas optan por retirarse en el mercado laboral por falta de asesoramiento y capacitaciones al emprender no ofrecen un servicio de calidad a la demanda de clientes de exquisitas exigencias.

En Tumbes se analizó las características de la calidad del servicio al cliente y la rentabilidad en el rubro restaurantes del distrito de Pampas de Hospital en el que se puede apreciar que cuentan con adecuados materiales de comunicación para ofertar sus productos a los clientes, así mismo oferta una buena capacidad de respuesta en la atención y entrega de pedidos, lo que le da credibilidad al ser respetar los tiempos y precios prometidos; además, cuenta con un buen sistema de seguridad, adecuada comunicación

con los clientes, atención personalizada demostrando que comprende las necesidades de sus clientes lo que representa un gran profesionalismo en la atención volcándose en una adecuada calidad, por lo tanto el cliente se encuentre satisfecho. (Córdova, 2019)

Por lo contextualizado en párrafos anteriores surge el interrogante de conocer ¿Cuáles son las características de la calidad de servicio y satisfacción del cliente en las Mypes sector servicio rubro restaurantes en el distrito de La Cruz, año 2021? A fin de responder la interrogante planteada, se formuló los objetivos de la investigación: como objetivo general: Determinar la calidad de servicio y satisfacción del cliente en las Mypes sector servicio rubro restaurantes en el distrito de La Cruz, año 2021; y como objetivos específicos: Identificar las características de las dimensiones la calidad de servicio de las Mypes sector servicio rubro restaurantes en el distrito de La Cruz, año 2021. Identificar las características de las dimensiones la satisfacción del cliente en las Mypes sector servicio rubro restaurantes en el distrito de La Cruz, año 2021.

La importancia de la presente investigación radica en la obtención de nuevos conocimientos que permitirán desarrollar nuevas estrategias en relación a ofertar servicios de calidad en cuanto a la prestación de los servicios de restaurantes; manifestándose en la satisfacción del cliente, también la investigación tiene un impacto en el aspecto social, al promover responsabilidad en los propietarios al mejorar o renovar los servicios ofrecidos por sus restaurantes, beneficiando a los clientes de dicho distrito en la satisfacción del servicio prestado y así atraer clientes de otros sectores y lugares, esto se verá reflejado en la sostenibilidad y rentabilidad de la empresa de restaurantes. Metodológicamente la investigación se sustenta, porque proporciona datos estadísticos confiables a través de tablas y gráficos respecto a las características de la calidad del servicio en los restaurantes del distrito La Cruz, haciendo eso de la investigación descriptiva, nivel cuantitativo y

diseño no experimental, por ser una investigación factible podrá servir de base para cualquier otro investigador interesado en este rubro.

Se obtuvieron los resultados respecto a la calidad de servicio que ofrecen los restaurantes del distrito de La Cruz, el 59% de los clientes refieren que es adecuada y el 41% inadecuada, respecto a la satisfacción el 62% de los clientes están satisfecho y el 38% insatisfecho; resultados que se encuentran en un punto medio tendiente a mejorar o declinar, toda vez que la satisfacción de un cliente esta referidas a la calidad de servicio que se brinda. Tal como se corrobora con la investigación de (Vásquez, 2019) en el que concluyó que existe relación significativa entre calidad de servicio y grado de satisfacción del cliente. Por lo que es necesario mejorar las particularidades que determinan brindar un servicio de calidad para mantener a los clientes satisfechos.

Concluyendo lo siguiente los restaurantes del distrito de La Cruz, es adecuada, los restaurantes muestran amabilidad, respeto, información oportuna, seguridad que confiere el local; en cuanto a la satisfacción, se determinó que los clientes se encuentra satisfecho, caracterizado por una atención oportuna, cubren las expectativas en producto y de costo, no obstante, los resultados se encuentran en un punto medio de mejorar la calidad de servicio para obtener la satisfacción mayoritaria del cliente.

## **II. REVISIÓN DE LITERATURA**

### **2.1. Antecedentes**

#### **2.1.1. Antecedentes Internacionales**

Alcantara (2019) En su investigación “Calidad del servicio y la satisfacción del cliente en la empresa Sipecom S.A. de la ciudad de Guayaquil-Ecuador, período 2018”. Tuvo como objetivo general: Determinar la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en la empresa Sipecom S.A. de la ciudad de Guayaquil; con una metodología de tipo cuantitativo, nivel descriptivo y diseño no experimental; con un población y muestra de 12 clientes; aplicando como instrumento de recolección de datos la encuesta; concluyó que existe una relación directa media entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente en la empresa Sipecom S.A. de la ciudad de Guayaquil–Ecuador, período 2018. La investigación de Alcántara se tomó como referente de investigación de trabajos realizados similares al de la presente investigación, en cuanto a la calidad de servicio y satisfacción del cliente.

Gutiérrez (2018) En su investigación "Calidad del servicio y satisfacción del cliente del casino New York, 2018" Tuvo como objetivo general: Determinar la relación que existe entre la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes del casino New York 2018; con una metodología de tipo cuantitativo, nivel descriptivo y diseño no experimental; con una población y muestra de 384 clientes; aplicando como instrumento de recolección de datos la encuesta; concluyó que existe una relación significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes del casino New York 2018. La investigación de Gutiérrez sirvió como base para reforzar el análisis en cuanto a la calidad y satisfacción de la investigación.



### **2.1.2. Antecedentes Nacionales**

Vaásquez (2019) En su investigación “Calidad de servicio y satisfacción del cliente del restaurante Azu Maki, distrito del Callao, 2017-2018” Tuvo como objetivo general: Determinar la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente del restaurante Azu Maki en el distrito del Callao, 2017-2018; con una metodología de tipo cuantitativo nivel descriptivo y diseño no experimental; con una población muestra de 320 clientes; aplicando como instrumento la recolección de datos la encuesta; concluyó que existe relación significativa entre calidad de servicio y grado de satisfacción del cliente en el restaurant Azu Maki, distrito del Callao. La investigación sirvió como aporte de análisis para la discusión de resultados por la similitud de la investigación en el rubro aplicado.

Fuentes (2019) En su investigación "Calidad de servicio y satisfacción del cliente de las Mypes del sector servicio del Perú: Caso restaurante “Buenazo”, distrito San Vicente, provincia Cañete, año 2018" Tuvo como objetivo general: Determinar la relación entre la calidad servicio y satisfacción del cliente de las Mypes del sector servicio del Perú: Caso restaurante “Buenazo”, distrito de San Vicente, provincia de Cañete, año 2018; con una metodología de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental transversal; con una población muestra de 376 clientes; aplicando como instrumento la recolección de datos la técnica de la encuesta. Concluyó que existe una relación positiva entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente de las Mypes. La satisfacción del cliente está dada de la forma como percibe el servicio, una buena atención, las condiciones son adecuadas cumpliendo sus expectativas, la investigación de fuentes, sirvió como datos de contrastación para realizar el análisis de resultados con los obtenidos en cuanto a la satisfacción del cliente de la investigación en estudio.

Arapa (2017) En su investigación "Calidad de servicio e influencia en la satisfacción de clientes en los restaurantes de la ciudad de Ayacucho, 2017" Tuvo como objetivo general: Realizar un estudio acerca de la situación actual de los restaurantes de la ciudad de Ayacucho, respecto a la influencia de la calidad de servicio sobre la satisfacción de sus consumidores (clientes); con una metodología de tipo descriptivo y correlacional; con una población muestra de 35 restaurantes; aplicando como instrumento la recolección de datos la técnica de la encuesta. Concluyendo que existe la influencia en la calidad de servicio en la satisfacción de los clientes de restaurantes en la ciudad de Ayacucho, que permitirá detectar las falencias en la calidad de servicio que ofrecen los restaurantes, para corregirlas y lograr mejorar la satisfacción de los clientes y por ende incrementar su participación en el mercado. La presente investigación se tomó las conclusiones como base para el análisis de resultados, que permitieron relacionar los puntos de mejora en cuanto la calidad y satisfacción del cliente en rubro restaurantes.

### **2.1.3. Antecedentes Locales**

León (2020) En su investigación "Calidad de servicio de las Mypes, sector servicios, 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: "Restaurant cevichería Gabino"—distrito de Corrales, Tumbes 2019; con una metodología de tipo cuantitativo, nivel descriptivo y diseño no experimental; con una población muestra de 5 trabajadores; aplicando como instrumento la recolección de datos la técnica de la encuesta. En el que 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 lo que no permite diferenciar el área de trabajo dentro de la organización. Investigación que contribuyó en la construcción del análisis y discusión de resultados al ofrecer datos que determinan los puntos críticos a mejorar en cuanto a la calidad de servicio.

Córdova (2019) En su investigación “Caracterización de la calidad del servicio al cliente y rentabilidad en las Mypes en el sector servicio, rubro restaurantes del distrito de Pampas de Hospital-Tumbes, 2017” Tuvo como objetivo general: Determinar y describir la caracterización de la calidad del servicio al cliente y rentabilidad de las Mypes en el sector servicio, rubro restaurantes del distrito de Pampas de Hospital – Tumbes, 2017; con una metodología de tipo descriptiva, de nivel cuantitativo, diseño no experimental y de corte transversal; con una población muestra de 13 Mypes; aplicando como instrumento la recolección de datos la técnica de la encuesta; concluyó que son buenos los servicios brindados por los restaurantes del distrito de Pampas de Hospital, ya que emplean adecuadamente los elementos tangibles como materiales de comunicación para ofertar sus productos a los clientes. Asimismo, muestran accesibles a la absolución de dudas e inquietudes, contando con buena capacidad de respuesta en la atención y entrega de pedidos, mostrando, por consiguiente, credibilidad en los tiempos y precios prometidos; además, cuenta con un buen sistema de seguridad, adecuada comunicación con los clientes, brinda atención individualizada, comprensión a sus necesidades, profesionalismo y cortesía durante la atención. De la investigación de Córdova también se tomó las conclusiones de su investigación para contrastar con los resultados obtenidos en cuanto a las dimensiones de la calidad de servicio.

Yarleque (2018) En su investigación “Caracterización de la capacitación y la

calidad de servicio al cliente de las Mypes del sector servicio, rubro restaurante del cercado de Tumbes, 2018” Tuvo 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; con una metodología de tipo descriptivo, nivel de investigación es cuantitativo y el diseño de investigación es no experimental, de corte transversal; con una población muestra 10 Mypes; aplicando como instrumento la recolección de datos la técnica de la encuesta; concluyó que la mayoría de las Mypes rubro restaurantes no realizan capacitaciones a sus trabajadores, los empleados consideran que necesitan capacitarse ya que presentan inconvenientes al momento de tomar decisiones, desarrollo de sus funciones, para mejorar el trabajo en equipo, en el manejo de atención al cliente. De la presente investigación se hizo uso de sus conclusiones para el análisis y discusión de resultados en cuanto a las dimensiones de la calidad de servicio rubro restaurantes del distrito de La Cruz.

## **2.2. Bases teóricas y conceptuales**

### **2.2.1. Calidad de Servicio**

#### **2.2.1.1. Definición**

Los clientes son la base fundamental en la organización de ellos depende si el servicio es de calidad o no iniciando desde sus expectativas y el nivel de cumplimiento de las mismas, es muy frecuente que la empresa manifieste que ofrece productos y servicios de calidad, y lo hacen a través de los diferentes medios de transmisión, desde ese momento los empresarios precisan un nivel de calidad y los clientes son los encargados de cancelar dicho servicio obtenido; es por ello que la organización debe enfocarse mucho en estos dos puntos que son de vital importancia, además no solo los productos y los servicios deben de contribuir en la organización, si no también se debe

tomar en cuenta la buena atención, el ambiente, la higiene y diversos factores que van a influir para que la organización pueda lograr el éxito (Hurtado, 2019).

Existen muchos autores que definen conceptos relacionados a la terminología la calidad de servicio que se define como: La calidad de servicio y la satisfacción del cliente deben estar entrelazados logrando que la organización pueda satisfacer las expectativas de los consumidores, el servicio tiene que ser exclusivo como también los productos ofrecidos para los clientes, de esta manera la empresa logrará que sus clientes visiten de manera constante dicho restaurante. Es por ello que deducimos que la calidad es todo aquel resultado de un proceso de gestión integral que engloba todas las fases para lograr producir un producto o un servicio. (Pintado, 2018).

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 de los productos o servicios de calidad cuando sus características sean tangibles e intangibles para el servicio ofrecido al cliente.

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 empresa depende mucho de sus consumidores, siendo su única finalidad entender las necesidades actuales y también futuras de los consumidores, satisfaciendo los requisitos de los clientes y las expectativas logrando la satisfacción y generar mayores ingresos y una gran rentabilidad para la organización. Se

deduce que la calidad de servicio hoy en día no es un problema para resolver, si no se rige como la gran oportunidad para poder la aprovechar y lograr el éxito empresarial. (Noel, 2018).

Una excelente atención se inicia desde el momento que los consumidores ingresan al restaurante, debe ser atendido de manera extraordinaria, de esta manera se logrará una excelencia en el servicio, el personal que labora en la organización es la esencia de la empresa y también su total compromiso adecua con sus habilidades, destrezas, principios, valores, seguridad y empatía sean usadas para lograr que los recursos económicos de la empresa aumenten. Hoy en día los clientes buscan lograr una satisfacción de distintas maneras como el sentido del gusto, la vista, el oído, el olfato, el tacto, esta atención debe ser minuciosa y muy cuidadosa, para poder brindar un servicio de primera categoría y si existieran clientes exigentes llegar hacia ellos con la manera de perfeccionar el servicio logrando su satisfacción. (Revoredo, 2017)

#### **2.2.1.2. Características**

La calidad de servicio tiene diversas características tomando en cuenta que es el eje fundamental para poder detener y aumentar los consumidores, de esta manera deducimos que es la mejor alternativa de ventas que puede haber. Así mismo decimos que los consumidores se logran a convencer con la razón, pero también se le conmueve con las emociones de poder adquirir ese servicio, teniendo claro esos puntos explicaremos ciertas características que son muy importantes conocerlas como: Se debe ser honesto en la manera como vender el producto o brindar el servicio, teniendo en cuenta sin extremar dichas características, puede ser que los clientes se sientan tan agrumados que ya no desean nuevamente adquirir el producto. Seguidamente es el poder cumplir con lo

ofrecido si indicas al cliente ciertas cualidades que tiene el producto tiene que ser verídico de esta manera el cliente no se sentirá decepcionado. Además, se debe ser transparente, únicos si te expresas al cliente de esa manera se logrará que el consumidor se sienta satisfecho por el servicio y/o producto adquirido. Y finalmente es ofrecer productos y/o servicios de calidad de esta manera se logrará a obtener clientes fieles, y satisfechos, obteniendo grandes logros económicos para la empresa y permitiéndola ser competitiva en el ámbito laboral. (Zapata, 2019).

### **2.2.1.3. Principios**

Los principios fundamentales referente a la calidad de servicio son los siguientes: En primer lugar se toma en cuenta el enfoque al cliente, se refiere que las organizaciones dependen muchos de los consumidores y de esta manera ayudar a cumplir sus necesidades y expectativas tanto actuales como futuras, además las empresas deben considerar en ofrecer soluciones en caso que se pueda presentar dificultades en la hora de escoger un producto y esforzarse constantemente para que el servicio sea de excelente calidad, permitiendo que el consumidor sienta que cumplen todas sus inquietudes y logran satisfacer todas sus perspectivas concerniente con los ofrecido por parte de la organización. Seguidamente la participación del personal cumple un principio fundamental referente a la calidad, se toma en cuenta todas las habilidades y destrezas por parte de la organización para sus clientes, así mismo para que la participación sea realizada de manera exitosa la empresa debe establecer ciertos incentivos y reconocimientos que contribuyan como motivación para que los trabajadores se desarrollen de manera eficiente dentro de la organización. (Carrillo, 2016)

#### **2.2.1.4. Tipos**

Para conceder garantía sobre la calidad del servicio o producto se debe de tener en cuenta todas las acciones correspondientes, iniciándose desde la entrega del producto a los consumidores hasta lograr la satisfacción de los mismos, esto va a determinar si los servicios ofrecidos son de calidad. Para tener una idea más clara y precisa se toma en cuenta ciertos puntos que va a favorecer de manera extraordinaria a la organización:

La calidad del diseño en el producto: Para poder llegar hasta la satisfacción de los consumidores primero se tiene que realizar un pequeño estudio a los clientes y de esta manera se va a conocer sus requerimientos y necesidad, la finalidad es que el cliente pueda interesarle el producto y de esta manera adquirirlo y si es en el caso del servicio si el cliente se siente satisfecho por la atención entonces también va a obtener en acceder a dicho servicio en mención. Seguidamente se encuentra la calidad en las compras en donde tiene un vínculo muy particular con el resultado final de los productos, es indispensable que los materiales utilizados para el termino final de los productos sean de mejor calidad, garantizando la fiabilidad por parte de los consumidores y obteniendo un alto índice de ganancias y reconocimiento a nivel nacional e internacional. Finalmente se encuentra la calidad en la producción, se tiene que dar resultados positivos al momentos de hacer la entrega de los productos a los consumidores, porque no decir que dentro de la calidad en la producción tiene que ver mucho la eficiencia, eficacia y responsabilidad por parte de las empresas que se dedican a diversas actividades que de una u otra manera contribuye a la sociedad, es por ellos que los consumidores son los que dan la aprobación final si el producto o servicios ofrecidos fueron de calidad.



### **2.2.1.5. Dimensiones de la calidad de servicio**

#### **2.2.1.5.1. Empatía**

Cuando hablamos de empatía es la capacidad y habilidad que tienen los trabajadores de las empresas para conocer y poder comprender a los clientes cuando estos requieren de algo y no logran su completa satisfacción, es por ello que decimos que las empresas hoy en día buscan personas empáticas para que puedan atender de manera eficiente a los clientes, estas personas deben demostrar ser muy pasivos, cortés, amables a la hora de relacionarse con los consumidores, no olvidar que los clientes siempre tienen la razón. (Castillo, 2019)

#### **2.2.1.5.2. Seguridad**

La palabra seguridad puede estar enfocada en dos formas: La primera sería que el cliente se sienta seguro por el producto o servicio ofrecido por parte de la empresa, la siguiente es que el cliente se sienta seguro por el lugar donde adquiere el servicio, todas las organizaciones deben de cumplir con ciertas normas de protección que permitan que los clientes puedan sentirse muy seguros, creo que la seguridad es fundamental para toda organización, si una empresa no cumple con este requisito debería ser sancionada de manera drástica. (Camones, 2018)

#### **2.2.1.5.3. Capacidad de respuestas**

Hoy en día las empresas deben de capacitar de manera constante a sus colaboradores referente al producto y servicio que ofrecen, permitiendo resolver todas las inquietudes por parte de sus clientes, además la respuesta debe darse de manera clara, breve y precisa, teniendo en cuenta los protocolos que se establecen en la organización. Si un cliente necesita de una atención más explícita, los colaboradores están en la

obligación de realizarlo sin tener alguna molestia, de esta manera se contribuirá que la organización sea reconocida ante la sociedad por la buena atención para sus clientes. (Alvarez y Corac, 2015)

#### **2.2.1.5.4. Elementos tangibles**

Cuando se habla de elementos tangibles se tiene en cuenta la infraestructura de la organización, los colaboradores, los materiales, etc. Todos estos elementos son de vital importancia para que se lleve a cabo una buena organización, se puede decir que sin ellos es imposible que la organización se realice. Se tiene que tomar en cuenta que no solo es tener estos materiales sino de que en la organización exista un personal calificado que pueda cumplir con todas las expectativas por parte de los clientes, de esta manera se llevará a cabo una buena organización. (Tejada, 2019)

#### **2.2.1.5.5. Accesibilidad**

Las empresas deben de cumplir con todos los requerimientos por parte de los clientes tanto productos como servicios y ser equitativos para todos, sin discriminar a ninguna persona ya sea por raza, sexo, económico, etc. Es indispensable que todos los consumidores accedan de manera fácil todo lo ofrecido por parte de la organización. (Nobario, 2018)

#### **2.2.1.5.6. Confiabilidad**

La confiabilidad se debe dar en ambos lados tanto la empresa como los consumidores, las empresas deben brindar productos de calidad tomando en cuenta todos los protocolos y controles necesarios para ofrecer un excelente producto, y por parte de los consumidores ellos confían plenamente por los productos o servicios utilizados dentro

la organización, se deduce que la empresa como los clientes deben estar unidos para que la organización pueda lograr grandes logros. (González y Brea, 2016)

### **2.2.2. Satisfacción del Cliente**

El cliente es el eje fundamental de toda compañía y lograr la satisfacción es el triunfo de la misma y para ello se debe ofrecer los mejores productos y servicios, entonces deducimos que una empresa sin clientes no sería lo apropiado, tendría como resultado el fracaso, a través de los clientes podemos llegar a conocer sus gustos, deseos, necesidades, preferencias, entre otros, conllevando a generar mejores recursos económicos para la organización, la empresa para lograr cumplir con todos los puntos en mención tiene que contar con un personal personalizado, demostrando amabilidad, empatía, buen trato y estando acorde con un servicio de calidad.(Cunó, 2019)

Ofrecer una excelente atención al cliente en los restaurantes es un punto clave, en especial cuando los clientes son la única fuente de ingresos, la satisfacción e insatisfacción de los consumidores se fija después de una experiencia vivida, para que los restaurantes puedan lograr la satisfacción de los usuarios, deben cumplir con todas las necesidades y expectativas que se puedan presentar en ese momento o más adelante, 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, entonces se les recuerda a los restaurantes que un buen estado de ánimo por parte de los trabajadores, propietarios y clientes va a determinar si el servicio adquirido fue el correcto y si se logró satisfacer con lo solicitado. (De la Cruz, 2019).

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

obtener la fidelidad de los consumidores logrando mayor rentabilidad para la empresa. 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, este tipo de problemas va a dar como resultado que la empresa pierda ganancias y por ende no ser reconocida a nivel local, nacional y porque no decir internacionalmente; es por ello que toda empresa debe utilizar estrategias, métodos que contribuya la fidelidad de los consumidores.(Campos, 2019).

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 ha 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.(Albildo, 2019)

La satisfacción de nuestros consumidores, se encuentra en función al trabajo, esfuerzo y esmero realizado por la empresa, tomando en cuenta las diversas dimensiones con la finalidad de medir la calidad de la prestación de los servicios ofrecidos y desde ese momento fijar las mejores alternativas que se encuentran dirigidas a una mejora continua, es por ello que la satisfacción es un logro muy importante que la empresa debe conocer, un cliente satisfecho va a permitir que la empresa sea competitiva en el ámbito laboral, la meta de toda empresa es lograr que sus clientes satisfagan todas sus inquietudes, sobre el servicio ofrecido. Podemos deducir que un cliente satisfecho va a generar muchas

ganancias para la organización permitiendo así su reconocimiento ante la sociedad logrando que la organización crezca de manera exitosa. (Valdiviezo, 2019).

### **2.2.2.1. Dimensiones de la satisfacción del cliente**

#### **2.2.2.1.1. Fiabilidad**

Concerniente a la fiabilidad podemos decir que es la habilidad que pone en práctica la empresa para ejecutarse cierto servicio o producto ofrecido de manera fiable y sobre todo muy cuidadosa, si la empresa ofrece a través de sus anuncios publicitarios ciertas características del servicio y/o producto, estos mismos deben ser ofrecidos al cliente sin modificar absolutamente nada, teniendo en cuenta que si traicionas al cliente y ofreces productos de mala procedencia automáticamente quedas descalificado y ya no habrá más rentabilidad y por ende la empresa se viene a la bancarrota. (Benitez, 2019).

#### **2.2.2.1.2. Expectativas**

Referente a las expectativas podemos decir que son todas las inquietudes dadas por los clientes, además la organización es la encargada de cumplir con estas expectativas y tratar de que el cliente se sienta como en casa, teniendo todas las comodidades correspondientes y si hubiera alguna queja por el servicio tratar de mejorar, demostrando siempre que la organización es la encargada de satisfacer de manera carismática a los clientes.(Cien fuentes, 2018).

#### **2.2.2.1.3. Fidelización**

Este término es muy conocido, se refiere en que los clientes se vuelvan fieles en concurrir de manera constante la misma empresa, para que un cliente muestre fidelización la empresa debe de plantear ciertas estrategias que contribuyen de manera favorable, la

meta de la organización es que cada día aumenten clientes fieles, esto va a contribuir que la organización sea competitiva en la sociedad. (Torres, 2020)

#### **2.2.2.1.4. Producto adecuado**

El producto es de vital importancia al momento de ofrecer un servicio o producto, las clientes son el eje fundamental de la organización es por ello que las atenciones tienen que ser únicas. Muchas empresas en la actualidad pierden clientes al ofrecer productos en mal estado o simplemente no es igual al producto o servicio que el cliente solicita, entonces deducimos que el producto adecuado en una organización es indispensable de esta manera la organización contribuye en la salud de sus clientes, y la satisfacción por el servicio. (Suing, 2019)

#### **2.2.2.1.5. Calidad técnica**

Todas las empresas hoy en día deben de considerar mucho la calidad técnica y esto se ve reflejado en el buen uso de los recursos, tanto humanos como materiales, la eficacia y eficiencia que demuestran al momento de atender a sus clientes, toman en cuenta el correcto uso de las normas y procedimientos, la seguridad es lo indispensable que debe de existir dentro de la organización evitando riesgos posteriores. (Chuquimamani, 2017)

### **III. HIPÓTESIS**

La investigación es descriptiva por lo tanto no necesariamente se establece hipótesis. (R. Hernández, Fernández, y Baptista, 2017)

## IV. METODOLOGÍA

### 4.1. Diseño de la investigación

El estudio de investigación fue de tipo cuantitativo de diseño descriptivo transversal, no experimental, permitiendo determinar la calidad de servicio y satisfacción del cliente. (Hernández, 2017)

### 4.2. Población y muestra

#### 4.2.1. Población

La población para ambas variables fueron los clientes de las 5 Mypes en estudio.

**Tabla 1.** *Población de investigación*

Nº Orden	Nombre / Razón Social	Propietario	Nº de trabajadores
1	Restaurante Turístico Sol Luna	Espinoza Inga, Juan Carlos	3
2	Restaurante Turístico Olaya	Olaya Yacila, Roberth	3
3	Restaurante Turístico Nino	Becerra Ortiz, Nino	4
4	Restaurante Turístico Antaño	Pérez Olivos, Manuel	6
5	Restaurante Turístico El Callejón	Rivera Gonzales, Ana	3

Nota: Elaboración propia.

#### 4.2.2. Muestra

La muestra es de tipo no probabilística y para determinarla se utilizó la siguiente formula estadística de poblaciones infinitas.

$$n_o = \frac{(z)^2 N.pq}{(z)^2 pq + (e)^2 (N-1)}$$



Donde:

N: N° elementos de la población en estudio (N = 82)

no: Tamaño inicial de muestra

n: Tamaño final de muestra

Z: Valor estandarizado (Z=1.96 para 95% de confianza)

p: Probabilidad de éxito o proporción de elementos con la característica en estudio (se asumen que p=0.5)

q: 1 – p (q=0.5)

e: error de estimación o error máximo permisible (e=0.09)

Reemplazamos los valores:  $n_o = \frac{1.96^2 \cdot 82 \cdot 0.5^2}{1.96^2 \cdot 0.5^2 + 0.09^2 (82-1)}$

$$n_o = 68$$

### 4.3. Definición y operacionalización de variables

**Tabla 2.** Operacionalización de variables.

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	ITEMS (PREGUNTA)	ESCALA DE DIMENSIÓN
<b>CALIDAD DEL SERVICIO</b>	Pintado (2018), 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, formuladores de preguntas.	Empatía	La atención que te brinda el propietario es con respeto. El propietario te brinda una atención con amabilidad	Adecuada Inadecuada
			Seguridad	La infraestructura del local cuenta con los requerimientos mínimos de seguridad. Se siente usted seguro en el establecimiento donde va adquirir el servicio.	
			Capacidad de Respuesta	El propietario te da una respuesta inmediata a un problema que se te presenta. Cuando pides información de un producto la respuesta que recibes es inmediata	
			Elementos tangibles	El establecimiento cuenta con zonas de estacionamiento. El establecimiento cuenta con equipos modernos	
				El estacionamiento tiene una estructura moderna. El estacionamiento cuenta con cámaras de vigilancia.	
				En el establecimiento los trabajadores son eficientes	
			Accesibilidad	La ayuda que pides es brindada con eficiencia.	
			Confiabilidad	Te sientes segura (o) en el establecimiento donde adquieres el producto. El producto que te expenden es de buena calidad.	

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	ITEMS (PREGUNTA)	ESCALA DE DIMENSIÓN
SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	Campos (2019) consideró que el cliente es el eje fundamental de toda compañía y para ello se debe ofrecer los mejores productos y servicios, a través de los clientes podemos llegar a conocer sus gustos, deseos, necesidades y preferencias.	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	El servicio que te brindan es óptimo. El restaurante cuenta con libro de reclamaciones. Brindan una atención rápida.	Satisfecho Insatisfecho
			Expectativa	El producto ofrecido cumple con las expectativas requeridas.	
			Fidelización	Usted recomendaría un restaurante a un amigo o familiares. Cambiaría este restaurante por otro.	
			Producto adecuado	El producto que utilizan en el restaurante siempre se encuentra en buenas condiciones. Los restaurantes prestan buenas condiciones de salubridad de producto y servicio. Considera usted que un producto de calidad se ve reflejado en su costo.	
			Calidad técnica	Cree usted que el propietario brinda una respuesta rápida y buena a sus clientes. Cree que la buena atención satisface su necesidad. Los trabajadores informan a sus clientes cuales son exactamente los servicios que ofrecen.	

Nota: Elaboración propia.

#### **4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

Para desarrollar la presente investigación se hizo uso de la técnica de la encuesta y se aplicó un cuestionario (anexo 02) a los clientes de las Mypes rubro restaurantes del distrito de La Cruz, que constó de 14 ítems para la calidad de servicio y 12 ítems para la satisfacción de los clientes, debidamente validado por juicios de expertos (anexo 03). Para el procesamiento de los datos y elaboración de las tablas y figuras estadísticas se utilizó el software Excel 2016.

#### **4.5. Plan de análisis**

El plan de análisis se detalló las medidas de la variable calidad de servicio, satisfacción del cliente y su presentación, indicando técnicas estadísticas utilizadas. Se escogió los datos mediante el instrumento (Cuestionario), se tabularon y se graficaron de muestra ordenada de acuerdo a cada variable y sus dimensiones. Se empleó la estadística descriptiva, calculando las frecuencias y porcentajes, se usó el programa de hojas de cálculo Excel 2016. Luego se realizó el análisis de instrumento, valido por expertos mediante la técnica (método de juicio por experto) por especialistas.

#### 4.6. Matriz de consistencia

ENUNCIADO	OBJETIVOS	VARIABLES	METODOLOGÍA	ESCALA DE MEDICIÓN
¿Cuáles son las características de la calidad de servicio y satisfacción del cliente, en las Mypes sector servicio, rubro restaurantes en el distrito de La Cruz, año 2021?	<p><b>Objetivo General:</b> Determinar las características de la calidad de servicio y satisfacción del cliente, en las Mypes sector servicio, rubro restaurantes en el distrito de La Cruz, año 2021.</p> <p><b>Objetivos Específicos:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Identificar las características de las dimensiones la calidad de servicio de las Mypes sector servicio rubro restaurantes en el distrito de La Cruz, año 2021.</li> <li>2. Identificar las características de las dimensiones la satisfacción del cliente en las Mypes sector servicio rubro restaurantes en el distrito de La Cruz, año 2021.</li> </ol>	<p>V1. Calidad de servicio.</p> <p>V2. Satisfacción del cliente</p>	<p><b>TIPO</b> cuantitativo</p> <p><b>NIVEL</b> descriptivo</p> <p><b>DISEÑO</b> no experimental.</p> <p>La población para ambas variables fueron los clientes de las 5 Mypes en estudio, determinando una muestra de 68 clientes.</p> <p>Se aplicó la siguiente formula:</p> $n_o = \frac{(z)^2 N.pq}{(z)^2 pq + (e)^2 (N-1)}$	<p><b>Calidad de servicio:</b></p> <p>Si:1 No:2</p> <p>Adecuada Inadecuada</p> <p><b>Satisfacción del cliente:</b></p> <p>Si:1 No:2</p> <p>Satisfecho Insatisfecho</p>

Nota: Elaboración propia.

#### 4.7. Principios éticos

Durante la ejecución del presente estudio se respetaron los principios para investigación en este punto se mencionan los principios éticos que rigen a la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote son:

Principio a la confidencialidad: respetar su intimidad y cumplan con el deber de secreto y sigilo de la información recibida, a menos que se autorice lo contrario por la persona o representante de la institución involucrada; o en circunstancias extraordinarias, por las autoridades competentes

Principio de respeto a la dignidad humana: Todo hombre merece respeto puesto que es digno de ello. Esto como fundamento de una sociedad justa, lo que incluye su proceso de crecimiento en la sociedad donde se desarrolla.

Principio del consentimiento informado: Proceso por el cual se informa al potencial participante u organización involucrada en la investigación, entre otros aspectos, de sus derechos, duración de la investigación, nombre de la investigación, objetivos, daños potenciales, riesgos, beneficios, tratamiento alternativo, confidencialidad de los datos e información a ser colectada, tiempo que se guardará esta información, acceso a la misma, derecho a retirarse en cualquier momento de la investigación.

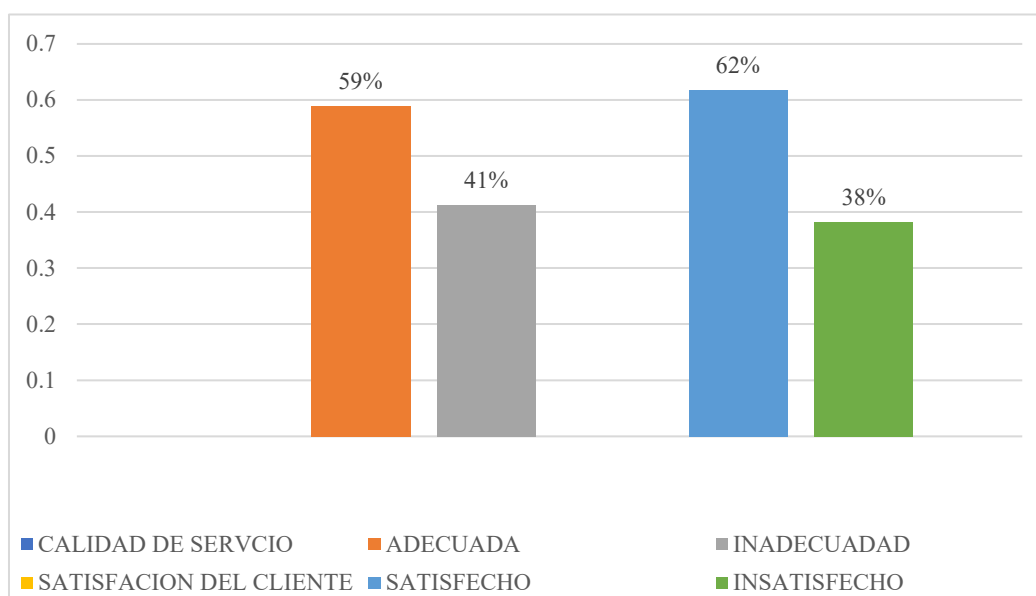
El cumplimiento de las expectativas que presenta la investigación; se aplicó principios éticos como la protección a las personas, cuidado del medio ambiente y la biodiversidad, libre participación y derechos a estar informado, beneficencia no maleficencia, justicia e integridad científica. (Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, 2019)

## V. RESULTADOS

### 5.1. Resultados

**Tabla 4.** *Determinar la caracterización de la calidad de servicio y la satisfacción del cliente.*

Calidad de servicio	fi	hi	Satisfacción del cliente	fi	Hi
Adecuada	40	59%	Satisfecho	42	62%
Inadecuada	28	41%	Insatisfecho	26	38%
Total	68	100	Total	68	100%



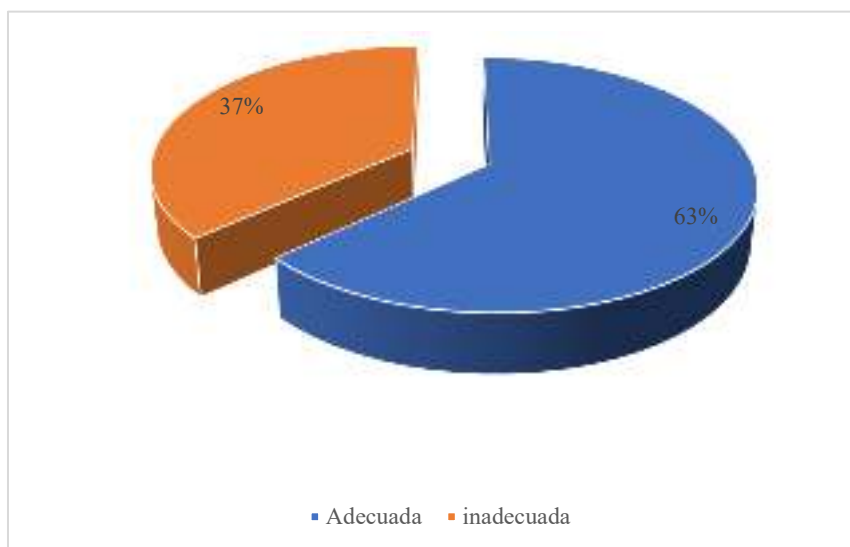
**Figura 1.**

Nota: En la tabla 4 se demuestra la aplicación respecto a la pregunta 1: ¿Considera usted que la calidad de servicio que le ofrece el restaurante es adecuada? para determinar la satisfacción del cliente la pregunta 2: ¿Está usted satisfecho en cuanto al servicio que recibe del restaurante?

Objetivo específico 1: Identificar las características en las dimensiones calidad de servicio, en las Mypes sector servicio, rubro restaurantes en el distrito de La Cruz, año 2021.

**Tabla 5.** *Calidad de servicio según dimensión empatía.*

<b>Escala</b>	<b>fi</b>	<b>hi</b>
Adecuada	43	63%
Inadecuada	25	37%
Total	68	100



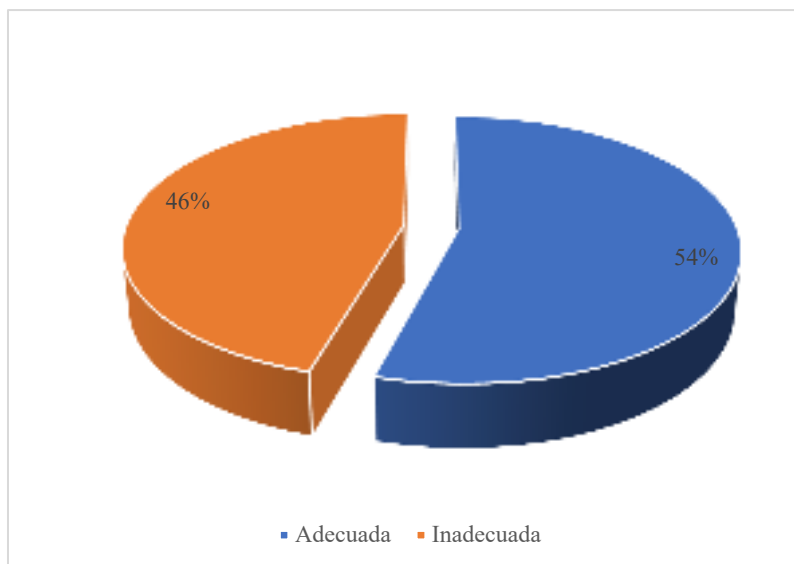
**Figura 2.**

Nota: En la tabla 5 se demuestra la aplicación de la encuesta a los clientes respecto a la dimensión de empatía de la variable calidad de servicio en los restaurantes del distrito de La Cruz, Tumbes, 2021.



**Tabla 6.** *Calidad de servicio según dimensión seguridad*

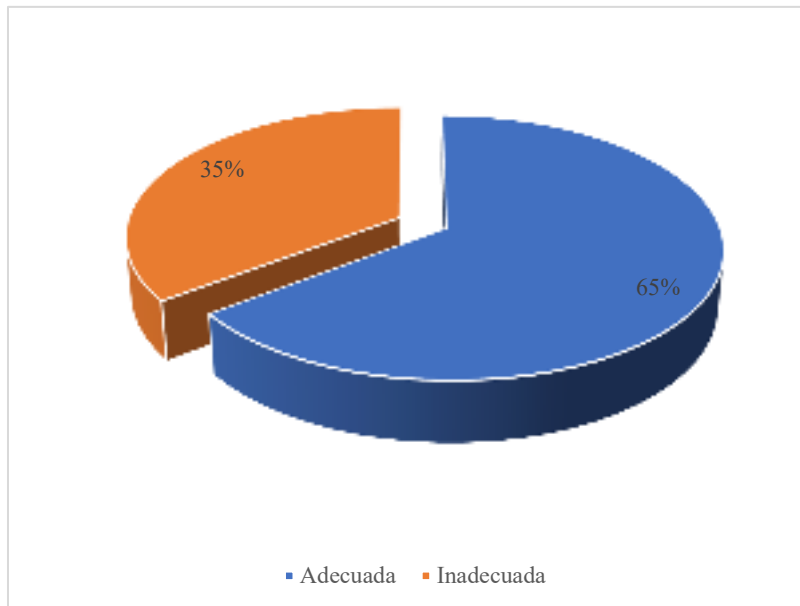
<b>Escala</b>	<b>fi</b>	<b>hi</b>
Adecuada	37	54%
Inadecuada	31	46%
Total	68	100

**Figura 3.**

Nota: En la tabla 6 se demuestra la aplicación de la encuesta a los clientes respecto a la dimensión de seguridad de la variable calidad de servicio en los restaurantes del distrito de La Cruz, Tumbes, 2021.

**Tabla 7.** *Calidad de servicio según dimensión capacidad de respuesta.*

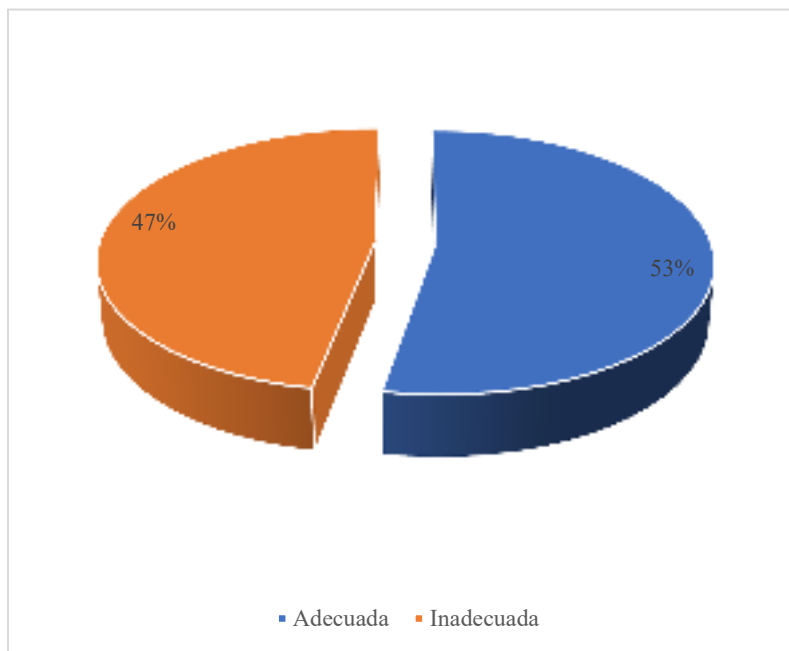
<b>Escala</b>	<b>fi</b>	<b>hi</b>
Adecuada	44	65%
Inadecuada	24	35%
Total	68	100

**Figura 4.**

Nota: En la tabla 7 se demuestra la aplicación de la encuesta a los clientes respecto a la dimensión de capacidad de respuesta de la variable calidad de servicio en los restaurantes del distrito de La Cruz, Tumbes, 2021.

**Tabla 8.** *Calidad de servicio según dimensión elementos tangibles.*

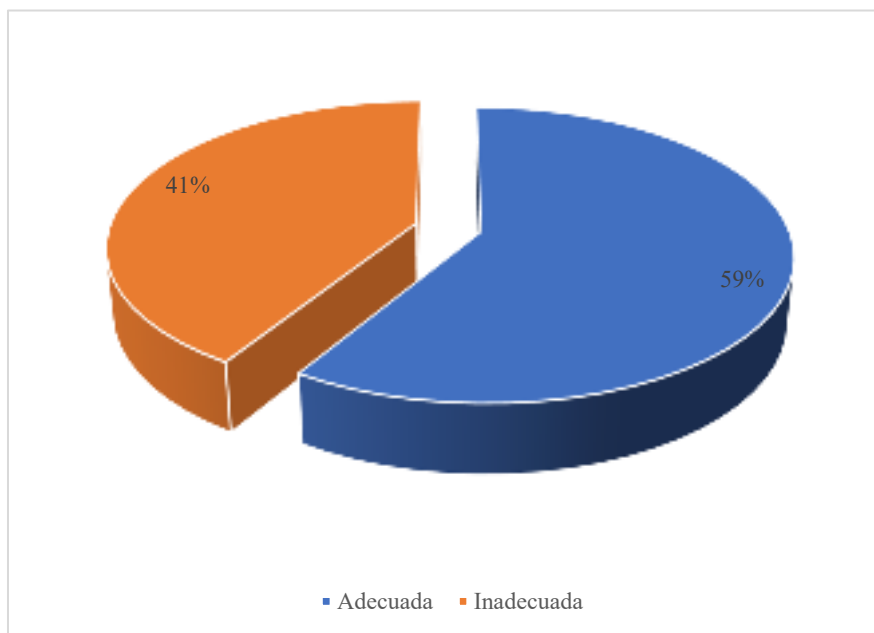
<b>Escala</b>	<b>fi</b>	<b>hi</b>
Adecuada	36	53%
Inadecuada	32	47%
Total	68	100

**Figura 5.**

Nota: En la tabla 8 se demuestra la aplicación de la encuesta a los clientes respecto a la dimensión de elementos tangibles de la variable calidad de servicio en los restaurantes del distrito de La Cruz, Tumbes, 2021.

**Tabla 9.** *Calidad de servicio según dimensión accesibilidad.*

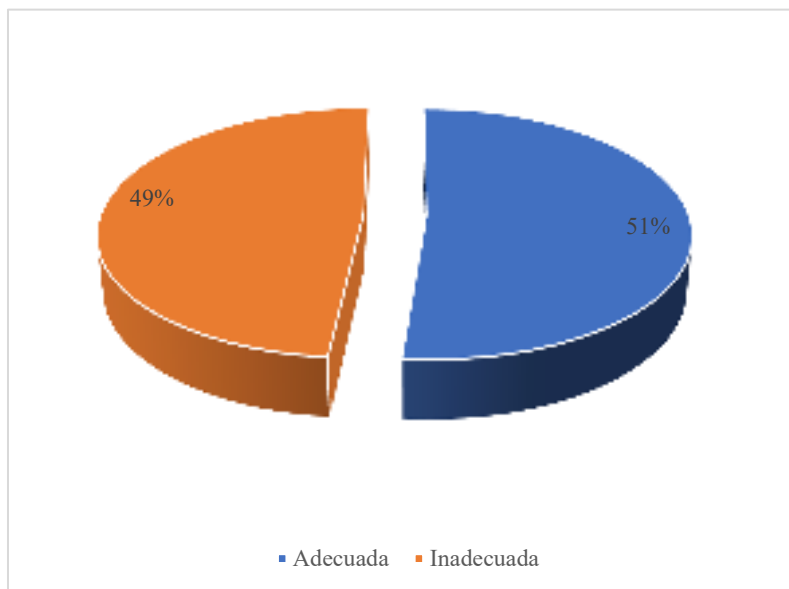
<b>Escala</b>	<b>fi</b>	<b>Hi</b>
Adecuada	40	59%
Inadecuada	28	41%
Total	68	100

**Figura 6.**

Nota: En la tabla 9 se demuestra la aplicación de la encuesta a los clientes respecto a la dimensión de accesibilidad de la variable calidad de servicio en los restaurantes del distrito de La Cruz, Tumbes, 2021.

**Tabla 10.** *Calidad de servicio según dimensión confiabilidad.*

<b>Escala</b>	<b>fi</b>	<b>Hi</b>
Adecuada	35	51%
Inadecuada	33	49%
Total	68	100

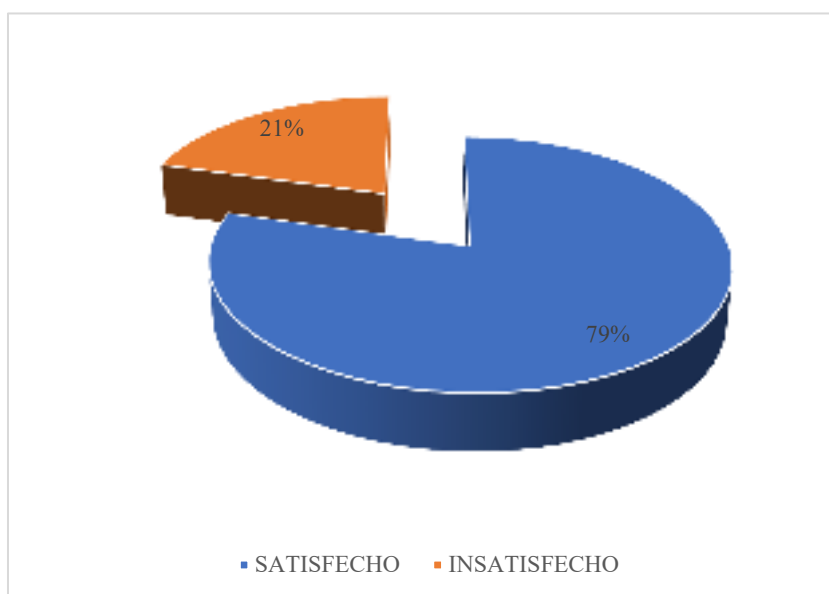
**Figura 7.**

Nota: En la tabla 10 se demuestra la aplicación de la encuesta a los clientes respecto a la dimensión de confiabilidad de la variable calidad de servicio en los restaurantes del distrito de La Cruz, Tumbes, 2021.

Objetivo específico 2: Identificar las características en las dimensiones satisfacción del cliente, en las Mypes sector servicio, rubro restaurantes en el distrito de La Cruz, año 2021.

**Tabla 11.** *Satisfacción del cliente según dimensión fiabilidad.*

<b>Escala</b>	<b>fi</b>	<b>Hi</b>
Satisfecho	54	79%
Insatisfecho	14	21%
Total	68	100

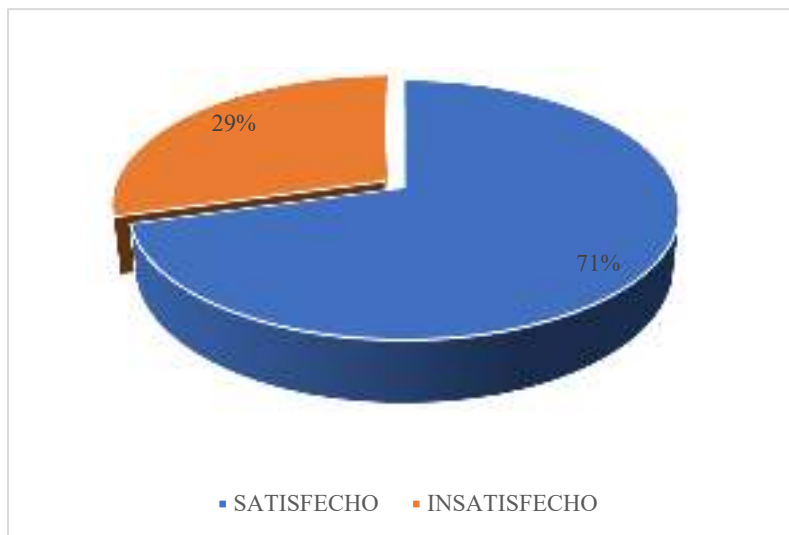


**Figura 8.**

Nota: En la tabla 11 se demuestra la aplicación de la encuesta a los clientes respecto a la dimensión de fiabilidad de la variable satisfacción del cliente en los restaurantes del distrito de La Cruz, Tumbes, 2021.

**Tabla 12.** *Satisfacción del cliente según dimensión expectativa.*

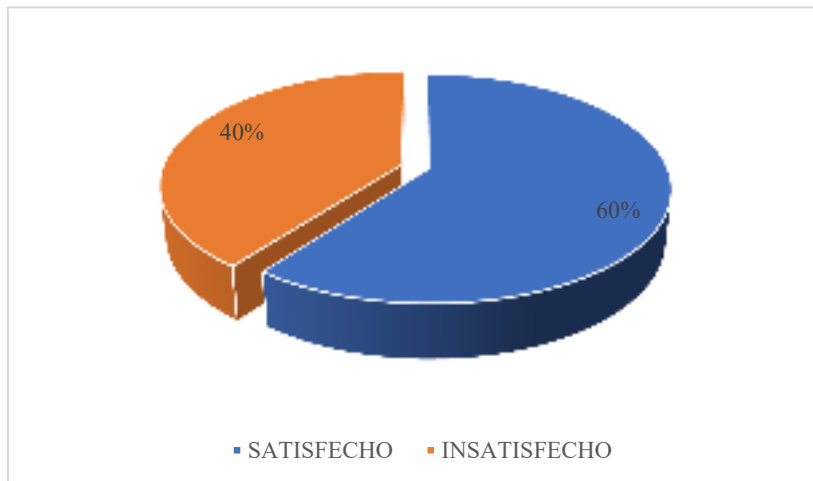
<b>Escala</b>	<b>fi</b>	<b>hi</b>
Satisfecho	48	71%
Insatisfecho	20	29%
Total	68	100

**Figura 9.**

Nota: En la tabla 12 se demuestra la aplicación de la encuesta a los clientes respecto a la dimensión de expectativas de la variable satisfacción del cliente en los restaurantes del distrito de La Cruz, Tumbes, 2021.

**Tabla 13.** *Satisfacción del cliente según dimensión fidelización.*

<b>Escala</b>	<b>Fi</b>	<b>hi</b>
Satisfecho	41	60%
Insatisfecho	27	40%
Total	68	100

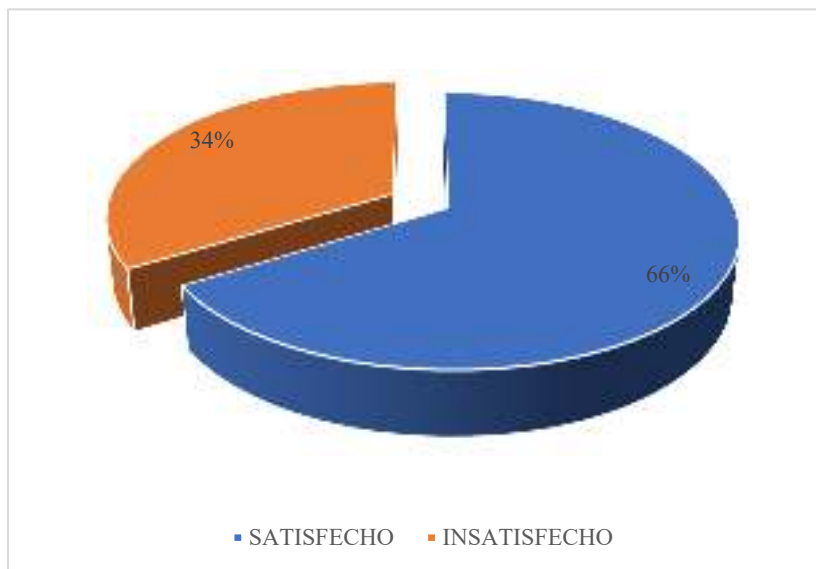
**Figura 10.**

Nota: En la tabla 13 se demuestra la aplicación de la encuesta a los clientes respecto a la dimensión de fidelización de la variable satisfacción del cliente en los restaurantes del distrito de La Cruz, Tumbes, 2021.



**Tabla 14.** *Satisfacción del cliente según dimensión producto adecuado.*

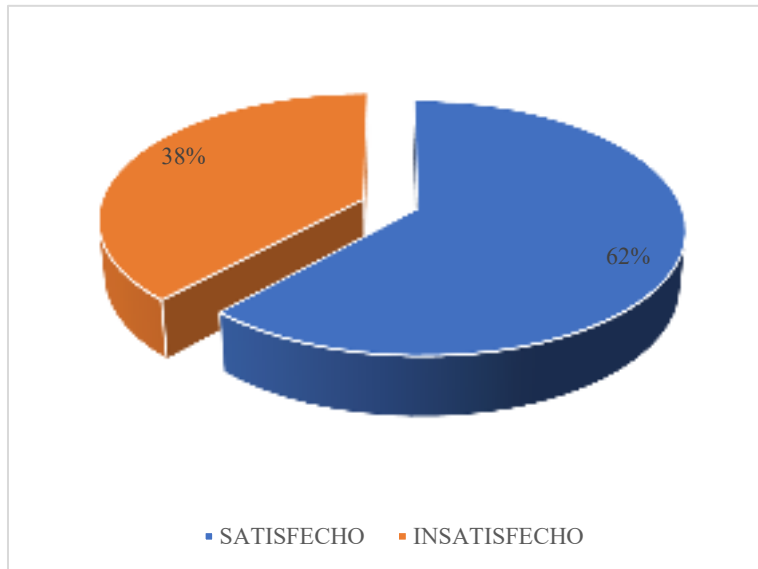
<b>Escala</b>	<b>fi</b>	<b>hi</b>
Satisfecho	45	66%
Insatisfecho	23	34%
Total	68	100

**Figura 11.**

Nota: En la tabla 14 se demuestra la aplicación de la encuesta a los clientes respecto a la dimensión producto adecuado de la variable satisfacción del cliente en los restaurantes del distrito de La Cruz, Tumbes, 2021.

**Tabla 12.** *Satisfacción del cliente según dimensión calidad técnica.*

Escala	fi	hi
Satisfecho	42	62%
Insatisfecho	26	38%
Total	68	100

**Figura 12.**

Nota: En la tabla 15 se demuestra la aplicación de la encuesta a los clientes respecto a la dimensión calidad técnica de la variable satisfacción del cliente en los restaurantes del distrito de La Cruz, Tumbes, 2021.

## **5.2. Análisis de resultados**

### **5.2.1 Respecto al objetivo general: Determinar las características de la calidad de servicio y la satisfacción del cliente de la Mypes sector servicio rubro restaurantes en el distrito de La Cruz:**

En la tabla 4 y figura 1 se determinó que la calidad de servicio que ofrecen los restaurantes del distrito de La Cruz, el 59% de los clientes refieren que es adecuada y el 41% inadecuada, respecto a la satisfacción el 62% de los clientes están satisfecho y el 38% insatisfecho; resultados que se encuentran en un punto medio tendiente a mejorar o declinar, toda vez que la satisfacción de un cliente esta referidas a la calidad de servicio que se brinda. Tal como se corrobora con la investigación de (Vásquez, 2019) en el que concluyó que existe relación significativa entre calidad de servicio y grado de satisfacción del cliente. Por lo que es necesario mejorar las particularidades que determinan brindar un servicio de calidad para mantener a los clientes satisfechos.

### **5.2.2 Respecto al objetivo específico 1: Identificar las características en las dimensiones calidad de servicio en las Mypes sector servicio rubro restaurantes en el distrito de La Cruz.**

En la tabla 5 y figura 2, respecto a la dimensión empatía, se aprecia que el 63% de los clientes perciben una atención empática adecuada, el personal es agradable en la atención, conoce y comprende al cliente, por lo tanto el cliente siente agrado del servicio brindado, respecto a la dimensión seguridad en la figura 3 el 54% de los clientes manifiestan una adecuada seguridad, respecto a la infraestructura, cumplen con los requerimientos mínimos de seguridad, por lo tanto, se sienten seguros, en la figura 4 respecto a la dimensión capacidad de respuesta, se observa que en el 65% de los clientes perciben capacidad de respuesta adecuada, la información solicitada sobre los productos

que ofrecen es acertada, así como la resolución inmediata de algún problema del servicio ofrecido. Asimismo, en la figura 5 en la dimensión elementos tangibles el 53% manifiesta que son adecuados, al hacer referencia a la infraestructura moderna en la zona de estacionamiento, mobiliario nuevo y cámaras de vigilancia, respecto a la dimensión accesibilidad en la figura 6 el 59% de los clientes manifiestan que es adecuada, en relación a la ayuda que brindan los propietarios y trabajadores al resolver eficientemente cualquier situación. En la tabla y figura 7 en la dimensión confiabilidad el 51% de los clientes refieren que es adecuada, al referirse a los productos que expenden de calidad, y garantizan la seguridad al consumirlos, corroborando con el estudio de (Córdova 2019) en el que concluyó que los servicios brindados por los restaurantes del distrito de Pampas de Hospital son buenos, ya que emplean adecuadamente los elementos tangibles como materiales de comunicación para ofertar sus productos a los clientes, mostrándose asimismo, accesibles a la absolución de dudas e inquietudes, contando con buena capacidad de respuesta en la atención y entrega de pedidos, mostrando por consiguiente, credibilidad en los tiempos y precios prometidos; además, cuenta con un buen sistema de seguridad, adecuada comunicación con los clientes, brinda atención individualizada, comprensión a sus necesidades, profesionalismo y cortesía durante la atención, resultados que discrepan con los de Yarleque (2018) restaurantes cercado de Tumbes quien concluyó que: 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 las buenas prácticas en el manejo de atención con calidad al cliente.

### **5.2.3 Respecto al objetivo específico N°02: Identificar las características en las dimensiones satisfacción del cliente en las Mypes sector servicio rubro restaurantes en el distrito de La Cruz.**

En la figura 08 dimensión fiabilidad el 79% de los clientes se encuentran satisfechos en la atención pronta, óptima y sus reclamos son atendidos, respecto a la dimensión expectativas en la figura 9 el 71% de los clientes menciona estar satisfecho de los productos que ofrecen al cumplir con lo requerido, en la figura 10 en la dimensión fidelización el 60% de los clientes mencionan estar satisfecho, ellos se sienten confiados del producto que reciben convirtiéndose en clientes asiduos, recomendando a sus familiares y amigos, en la figura 11 dimensión producto adecuado el 66% de los clientes están satisfecho, los productos que expenden se encuentran en adecuadas condiciones, el costo es accesible ya que el producto es de calidad, y por último, respecto a la dimensión calidad técnica, en la figura 12 el 62% de los clientes están satisfecho, ellos reciben de los propietarios y/o trabajadores información oportuna acerca de los productos que ofrecen, lo que se ve reflejado en una atención agradable; corroborado con la investigación de Fuentes (2019) quien concluyó que la satisfacción del cliente está dada de la forma como percibe el servicio, si hay una buena atención en el restaurante, las condiciones son adecuadas cumpliendo sus expectativas.

## VI. CONCLUSIONES

- Se determinó que las características de la calidad de servicio que ofrecen los restaurantes del distrito de La Cruz, es adecuada, los restaurantes muestran amabilidad, respeto, información oportuna, seguridad que confiere el local; en cuanto a la satisfacción, se determinó que los clientes se encuentra satisfecho, caracterizado por una atención oportuna, cubren las expectativas en producto y de costo, no obstante, los resultados se encuentran en un punto medio de mejorar la calidad de servicio para obtener la satisfacción mayoritaria del cliente. Logrando alcanzar el objetivo general: Determinar las características de la calidad de servicio y la satisfacción del cliente de la Mypes sector servicio rubro restaurantes en el distrito de La Cruz.
- Las características de la dimensión calidad de servicio, los clientes perciben una atención empática adecuada, el personal es agradable, conoce y comprende al cliente, la infraestructura cumplen con los requerimientos mínimos de seguridad por lo tanto es adecuada; en capacidad de respuesta, brinda información adecuada y la resolución de problemas son inmediatos y acertados, en elementos tangibles, presenta infraestructura moderna, mobiliario nuevo y cámaras de vigilancias adecuadas; respecto a la accesibilidades es adecuada ya que los trabajadores brindan ayuda eficientemente al resolver cualquier situación; respecto a la confiabilidad, los productos son de calidad y garantizan su consumo; pero no se debe omitir el significado porcentaje de clientes que manifiestan inadecuada calidad de servicio, que se debe de corregir para conservar la calidad de servicio que ofrecen dichos restaurantes, siendo imprescindible estos componentes en la

satisfacción del cliente. Logrando el objetivo específico 1: Identificar las características en las dimensiones calidad de servicio en las Mypes sector servicio rubro restaurantes en el distrito de La Cruz.

- En las características de las dimensiones satisfacción del cliente, se concluyó en la dimensión fiabilidad los clientes se encuentran satisfechos, en cuanto a la atención pronta y óptima; respecto a las expectativas, está satisfecho con los productos al cumplir con lo requerido; en cuanto a la fidelización, están satisfechos, confían en el producto que reciben, por lo tanto son clientes asiduos; en la dimensión producto adecuado están satisfecho, los productos presenta adecuadas condiciones, y los costos son accesible; en la calidad técnica, están satisfechos, al recibir información oportuna, atención agradable; por lo tanto, la satisfacción del cliente está dada de la forma como percibe el servicio, si hay una buena atención, las condiciones se tornan adecuadas, cumpliendo con las expectativas del cliente logrando que permanezca satisfechos y un cliente satisfecho mejora el crecimiento y la rentabilidad de una empresa. Logrando el objetivo específico 2: Identificar las características en las dimensiones satisfacción del cliente en las Mypes sector servicio rubro restaurantes en el distrito de La Cruz.

## **ASPECTOS COMPLEMENTARIOS**

### **Recomendaciones**

- En los últimos años las expectativas de los clientes han cambiado, por lo tanto, sus exigencias son cambiantes y continuas, por los resultados obtenidos es de suma conveniencia que los propietarios de los restaurantes del distrito de La Cruz, realicen capacitaciones a través de entrenamiento permanentes de atención al cliente, lo cual proporcione un servicio atento y positivo, así también implementar mejoras en sus ambientes con ello mejorar aún más la calidad de servicio y la retención de sus clientes.
- La satisfacción es la base fundamental del crecimiento de una empresa, por los resultados obtenidos en la investigación se recomienda a los propietarios de los restaurantes del distrito de La Cruz, asegurar en sus restaurantes un buen servicio al cliente, ejerciendo cambios en su personal tanto a nivel personal como profesional, creando un ambiente agradable en los restaurantes e incrementará la satisfacción del cliente.



## 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]. [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*. [Universidad Privada del Norte].  
<https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/21864>
- Albildo, C. (2019). *Gestión de calidad en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas sector servicio- rubro pollerías, en la avenida Sánchez Carrión Distrito del El Porvenir, 2018* [Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote].  
[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/10453/ATENCION\\_CLIENTE\\_ALBILDO\\_DOMINGUEZ\\_CRISTHIAN\\_JUNIOR.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/10453/ATENCION_CLIENTE_ALBILDO_DOMINGUEZ_CRISTHIAN_JUNIOR.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Alcantara, N. (2019). *Estrategias competitivas y satisfacción del cliente del operador logístico New Transport* [Universidad Jose Faustino Sanchez Carrión].  
<http://repositorio.unjfsc.edu.pe/handle/UNJFSC/2938>
- Alvarez, K., & Corac, K. (2015). *Marketing relacional y calidad de servicio educativo en la institución educativa privada Jesus es mi Rey- Villa el Salvador, 2015* [Universidad Autónoma del Perú].  
<http://repositorio.autonoma.edu.pe/bitstream/AUTONOMA/132/1/ALVAREZ-CORAC.pdf>
- Arapa, E. (2017). *Calidad de servicio e influencia en la satisfacción de clientes en los restaurantes de la ciudad de Ayacucho* [Universidad Nacional de San Cristobal de Huamanga].

[http://repositorio.unsch.edu.pe/bitstream/handle/UNSCH/1678/TesisAD157\\_Ara.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.unsch.edu.pe/bitstream/handle/UNSCH/1678/TesisAD157_Ara.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Benitez, M. (2019). *Calidad en el servicio y la satisfacción del comensal en restaurantes de Bogotá*. 48, 22. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=456057665005>

Bonifacio, R. (2016). *Caracterización de la formalización y el financiamiento de las mypes del sector servicio, rubro agencias de turismo de la plaza de armas del distrito de La Merced, Provincia de Chanchamayo, departamento de Junín, año 2015* [Universidad Católica Los Ángeles Chimbote].

[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/569/BONIFACIO\\_CAMPOS\\_ROSSELYN\\_FORMALLIZACION\\_FINANCIAMIENTO\\_AGENCIAS\\_TURISMO.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/569/BONIFACIO_CAMPOS_ROSSELYN_FORMALLIZACION_FINANCIAMIENTO_AGENCIAS_TURISMO.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Camones, G. (2018). *Caracterización de la gestión de calidad bajo el enfoque de calidad de servicio en las micro y pequeñas empresas del sector comercio- rubro tiendas deportivas del Distrito de Huaraz, 2016* [Universidad Católica Los Angeles Chimbote].

[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/8595/GESTION\\_CALIDAD-DE\\_SERVICIO\\_CAMONES\\_GUILLEN\\_ANTONY\\_JHOSEF.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/8595/GESTION_CALIDAD-DE_SERVICIO_CAMONES_GUILLEN_ANTONY_JHOSEF.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Campos, R. (2019). *Caracterización de la gestión de calidad y la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas de servicio rubro restaurantes en el distrito de Sullana año, 2018* [Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote]. [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/10566/ATENCION\\_DE\\_CALIDAD\\_GESTION\\_DE\\_CALIDAD\\_CAMPOS\\_CHAVEZ\\_ROXANA\\_MAGALI.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/10566/ATENCION_DE_CALIDAD_GESTION_DE_CALIDAD_CAMPOS_CHAVEZ_ROXANA_MAGALI.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Carrillo, M. (2016). *Potencialidad económica y comercial para la exportación de Banano orgánico de la cooperativa Caleb de San José de Moro Chepén al mercado californiano, Estados Unidos, Trujillo- 2016* [Universidad Privada del Norte]. <https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/10007>

Casazola, C. (2018). *Gestión de calidad en atención al cliente, en las mypes del sector industria- rubro panificadoras del Distrito de Cayma, 2018*. [Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote].

[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/11993/GESTION\\_D E\\_CALIDAD\\_MYPE\\_CASAZOLA\\_LAROTA\\_CAROLINA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/11993/GESTION_D E_CALIDAD_MYPE_CASAZOLA_LAROTA_CAROLINA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Castillo, E. (2019). *La calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios en el Banco de la Nación del Distrito de el Agustino, periodo 2017* [Universidad Inca Garcilaso de la Vega].

[http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/4312/TESIS\\_CASTILLO\\_EDGARDO.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/4312/TESIS_CASTILLO_EDGARDO.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Ccuno, M. (2019). *La gestión de calidad con el enfoque en atención al cliente de las mypes del sector servicio rubro restaurantes del Distrito de Putina año, 2019*[Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote].

[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/11909/GESTION\\_D E\\_CALIDAD\\_ATENCION\\_AL\\_CLIENTE\\_MYPE\\_CCUNO\\_QUISPE\\_MIRKO.pdf?sequence=5&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/11909/GESTION_D E_CALIDAD_ATENCION_AL_CLIENTE_MYPE_CCUNO_QUISPE_MIRKO.pdf?sequence=5&isAllowed=y)

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].

[https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/UPEU/1905/Jorge\\_Tesis\\_Licenciatura\\_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/UPEU/1905/Jorge_Tesis_Licenciatura_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Chuquimamani, Y. (2017). *La calidad del servicio de la empresa tercerizadora Galcas S.A.C. y la satisfacción del cliente de la empresa Electro Puno S.A.A. 2018* [Universidad Nacional del Altiplano]. In *Universidad Nacional del Altiplano*.

[http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/11779/Espinoza\\_Cahuana\\_Wilfredo\\_Oliver.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/11779/Espinoza_Cahuana_Wilfredo_Oliver.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Cienfuentes, E. (2018). *Relación entre la inteligencia emocional y la satisfacción del cliente externo del restaurante Salas- Cajamarca, 2018* [Universidad Privada del Norte]. <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/14587/Cifuentes>

López%2C Elizabeth Paola%3B Correa Marcelo%2C Rogelio Edgardo.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Córdova, E. (2019). *Relación entre factores de calidad y competitividad de las mypes rubro restaurantes en AA.HH. Las Malvinas Distrito veintiseis de octubre Piura, 2017*. [Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote].

<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/15513>

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* [Universidad Señor de Sipan]. <http://repositorio.uss.edu.pe/handle/uss/2707>

De la Cruz, L. (2019). *Calidad de servicio y la competitividad en la mype del sector servicio, caso restaurante La Española en el Distrito San Vicente, provincia de Cañete, año 2018* [Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote].

[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/13768/CALIDAD\\_COMPETITIVIDAD\\_SECTOR\\_SERVICIO\\_LILIANA\\_EDITH\\_LAURA\\_DE\\_LA\\_CRUZ.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/13768/CALIDAD_COMPETITIVIDAD_SECTOR_SERVICIO_LILIANA_EDITH_LAURA_DE_LA_CRUZ.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Fuentes, K. (2019). *Calidad de servicio y satisfacción del cliente de las mypes del sector servicio del Perú: Caso restaurante “Buenazo”, Distrito de San Vicente, provincia Cañete, año 2018* [Universidad Católica Los Angeles de Chimbote]. <http://repositorio.upt.edu.pe/handle/UPT/250>

Goicochea, K. (2016). *La gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio -rubro restaurantes del Boulevard Gastronómico del Distrito Villa Maria del Triunfo, provincia de Lima, Departamento de Lima, 2015*.

González, A., & Brea, F. (2016). Relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del consumidor, su evaluación en el ámbito del turismo termal. *Redalyc.Org*, 12, 1135–2523. <https://www.redalyc.org/pdf/2741/274120878011.pdf>

Gutiérrez, G. (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]. <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/9867>

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2017). *Metodología de la investigación* (Sexta). Mc Graw Hill.

Herrera, H. (2018). *Caracterización de Liderazgo y capacitación de las mypes del sector servicio rubro distribuidora de ventas de celulares en cercado de Tumbes, 2018* [Universidad Católica Los Ángeles Chimbote].

[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/5959/LIDERAZGO\\_CAPACITACION\\_HERRERA\\_GUERRA\\_HERBERT\\_GUILLERMO.pdf?sequence=3&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/5959/LIDERAZGO_CAPACITACION_HERRERA_GUERRA_HERBERT_GUILLERMO.pdf?sequence=3&isAllowed=y)

Hurtado, F. (2019). *La gestión de calidad y su influencia en los beneficios de las mypes del sector servicio-rubro restaurantes del óvalo de Santa Anita, distrito de San Anita, Lima, 2018* [Universidad Católica Los Ángeles Chimbote].

[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/11207/MICRO\\_EMPRESA\\_HURTADO\\_BAUTISTA\\_FIDEL.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/11207/MICRO_EMPRESA_HURTADO_BAUTISTA_FIDEL.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

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.

León, K. (2020). “*Calidad de servicio de las mypes, sector servicios, rubro restaurantes- caso: Restaurant cevicheria Gabino - Distrito de Corrales, Tumbes 2019*” [Universidad Católica Los Angeles Chimbote].

[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/16259/CALIDAD\\_DE\\_SERVICIO\\_MYPES\\_LEÓN\\_VILCHEZ\\_KELY\\_ROSMERY.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/16259/CALIDAD_DE_SERVICIO_MYPES_LEÓN_VILCHEZ_KELY_ROSMERY.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Nobario, M. (2018). *Satisfacción estudiantil de la calidad del servicio educativo en la formación profesional de las carreras técnicas de baja y alta demanda* [Universidad Peruana Cayetano Heredia].

[http://repositorio.upch.edu.pe/bitstream/handle/upch/3590/Satisfaccion\\_NobarioMorenno\\_Mesias.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.upch.edu.pe/bitstream/handle/upch/3590/Satisfaccion_NobarioMorenno_Mesias.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

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 Chimbote].

[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3852/FINANCIAMIENTO\\_GESTION\\_DE\\_CALIDAD\\_NOEL\\_NUNEZ\\_BETTY\\_SOLEDAD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3852/FINANCIAMIENTO_GESTION_DE_CALIDAD_NOEL_NUNEZ_BETTY_SOLEDAD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Pintado, D. (2018). *Caracterización de la calidad del servicio al cliente y rentabilidad en las mypes en el sector servicio, rubro restaurantes del Distrito de Pampas de Hospital-Tumbes, 2017* [Universidad Católica Los Ángeles Chimbote].

[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3942/CALIDAD\\_DE\\_L\\_SERVICIO\\_AL\\_CLIENTE\\_RENTABILIDAD\\_PINTADO\\_ALBERCA\\_DORIS.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3942/CALIDAD_DE_L_SERVICIO_AL_CLIENTE_RENTABILIDAD_PINTADO_ALBERCA_DORIS.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Revoredo, H. (2017). *Gestión de operaciones bancarias y calidad de servicio en los colaboradores del banco de crédito del Perú, agencia Magdalena Lima, 2017* [Universidad César Vallejo]. In *Normas Tributarias*.

[http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/1891/Casas\\_Ochochoque\\_Joel\\_Rainier.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/1891/Casas_Ochochoque_Joel_Rainier.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Suing, J. (2019). *La atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes del centro poblado Pacanguilla del Distrito de Pacanga, provincia de Chepén, 2019*. [Universidad Católica Los Angeles Chimbote].

[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/15470/CALIDAD\\_CLIENTE\\_SUING\\_VILLOSLADA\\_JULIA\\_NATALI.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/15470/CALIDAD_CLIENTE_SUING_VILLOSLADA_JULIA_NATALI.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Tejada, G. (2019). Innovación tecnológica: Reflexiones teóricas. In *Revista Venezolana de Gerencia* (Vol. 24, Issue 85). Grupo Compas. <https://doi.org/10.31876/revista.v24i85.24453>

Torres, D. (2020). *ESCUELA DE POSTGRADO* [Universidad Privada deL Norte]. [https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/23478/Torres\\_Vargas\\_Deivhy\\_Paúl.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/23478/Torres_Vargas_Deivhy_Paúl.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

- Valdiviezo, S. del P. (2019). *Gestión de calidad y eficacia de los procesos administrativos en las mypes del sector servicios, restaurant turístico Yarinacocha, 2019* [Universidad Católica Los Ángeles Chimbote].  
[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/15116/GESTION\\_CALIDAD\\_GARCIA\\_CARDENAS\\_SARITA\\_DEL\\_PILAR.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/15116/GESTION_CALIDAD_GARCIA_CARDENAS_SARITA_DEL_PILAR.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Vásquez, C. (2019). *Calidad de servicio y su influencia en la satisfacción del cliente en los restaurantes de comida rápida entre los años 2008-2017, una revisión sistemática entre los 10 años atrás, Trujillo 2019* [Universidad Privada del Norte].  
[https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/21569/Vasquez\\_García\\_Cynthia\\_Alexandra\\_-\\_parcial.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/21569/Vasquez_García_Cynthia_Alexandra_-_parcial.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Yarleque, T. (2018). *Caracterización de la capacitación y la calidad de servicio al cliente de las mypes del sector servicio, rubro restaurante del cercado de Tumbes, 2018* [Universidad Católica Los Ángeles Chimbote].  
[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/8262/CAPACITACION\\_SERVICIO\\_YARLEQUE\\_SAAVEDRA\\_TOMMY\\_ALESSANDRO.pdf?sequence=3&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/8262/CAPACITACION_SERVICIO_YARLEQUE_SAAVEDRA_TOMMY_ALESSANDRO.pdf?sequence=3&isAllowed=y)
- Zapata, F. (2019). *Características de la calidad del servicio y liderazgo de la empresa de Transporte y servicios generales el Condor EIRL en el Distrito de Sullana año 2018* [Universidad Católica Los Angeles de Chimbote].  
[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/10747/CALIDAD\\_DE\\_SERVICIO\\_LIDERAZGO\\_ZAPATA\\_CASTRO\\_FERNANDO\\_ISIDRO.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/10747/CALIDAD_DE_SERVICIO_LIDERAZGO_ZAPATA_CASTRO_FERNANDO_ISIDRO.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

## ANEXOS

### Anexo 1: Encuesta

#### ENCUESTA

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 2021”.

**Instrucciones:** Le invito a contestar el presente cuestionario, usted deberá colocar un aspa (X) en la columna que considera conveniente, agradeceré la mayor veracidad a su respuesta en cuanto a la calidad de servicio y la satisfacción del cliente.

1. ¿Considera usted la calidad de servicio que le ofrece el restaurante es adecuada?

a. SI

b: NO

2. ¿Está usted satisfecho en cuanto al servicio que recibe del restaurante?

b. SI

b: NO

#### CALIDAD DE SERVICIO:

Las siguientes preguntas responde a las características de la calidad de servicio.  
Los criterios son los siguientes.

1= SI

2= NO



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 atención con amabilidad		
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.		

**SATISFACCION DEL CLIENTE:**

Las siguientes preguntas responden a las características de la satisfacción. Los criterios son los siguientes.

1= SI            2= NO

Nº	DIMENSIÓN 2: SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	1	2
<b>DIMENSIÓN: FIABILIDAD</b>			
1	El servicio que te brindan es óptimo.		
2	El restaurante cuenta con libro de reclamaciones.		
3	Brindan una atención rápida.		
<b>DIMENSIÓN EXPECTATIVA</b>			
4	El producto ofrecido cumple con las expectativas ofrecidas.		
<b>DIMENSIÓN: FIDELIZACIÓN</b>			
5	Usted recomendaría un restaurante a un amigo o familiares.		
6	Cambiaría este restaurante por otro.		
<b>DIMENSIÓN: PRODUCTO ADECUADO</b>			
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.		
<b>DIMENSIÓN: CALIDAD TÉCNICA</b>			
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 2: Validación de la encuesta, juicio de expertos.

### INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

#### DATOS GENERALES:

Apellidos y nombres del informante (Experto): José Fernando Escobedo Gálvez

Grado Académico: Magister en Gestión Pública

Profesión: Licenciado en Administración

Institución donde labora: ULADECH

Cargo que desempeña: Asesor

Denominación del instrumento: Cuestionario

Autor del instrumento: Milagritos Claribel Estrada Cotrina

Carrera: Administración

#### VALIDACIÓN:

Ítems correspondientes al Instrumento Cuestionario

N° de Ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
<b>Dimensión 1: Empatía</b>							
1	X		X		X		
2	X		X		X		
<b>Dimensión 2: Seguridad</b>							
3	X		X		X		
4	X		X		X		
<b>Dimensión 3: Capacidad de respuesta</b>							
5	X		X		X		
6	X		X		X		
<b>Dimensión 4: Elementos tangibles</b>							
7	X		X		X		
8	X		X		X		
9	X		X		X		
10	X		X		X		
<b>Dimensión 5: Accesibilidad</b>							
11	X		X		X		
12	X		X		X		
<b>Dimensión 6: Confiabilidad</b>							
13	X		X		X		
14	X		X		X		

N° de Ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
<b>Dimensión 1: Fiabilidad</b>							
1	X		X		X		
2	X		X		X		
3	X		X		X		
<b>Dimensión 2: Expectativa</b>							
4	X		X		X		
<b>Dimensión 3: Fidelización</b>							
5	X		X		X		
6	X		X		X		
<b>Dimensión 4: Productos adecuados</b>							
7	X		X		X		
8	X		X		X		
9	X		X		X		
<b>Dimensión 5: Calidad técnica</b>							
10	X		X		X		
11	X		X		X		
12	X		X		X		

**Otras observaciones generales:**

No muestra observación alguna, los indicadores contribuyen a desarrollar las dimensiones a investigar.



Firma

Escobedo Gálvez, José Fernando

## INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

### DATOS GENERALES:

Apellidos y nombres del informante (Experto): Galvani Guerrero García

Grado Académico: Magister

Profesión: Licenciado en Administración

Institución donde labora: Universidad Nacional de Tumbes

Cargo que desempeña: Docente

Denominación del instrumento: Cuestionario

Autor del instrumento: Milagritos Claribel Estrada Cotrina

Carrera: Administración

### VALIDACIÓN:

Ítems correspondientes al Instrumento Cuestionario

N° de Ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
<b>Dimensión 1: Empatía</b>							
1	X		X		X		
2	X		X		X		
<b>Dimensión 2: Seguridad</b>							
3	X		X		X		
4	X		X		X		
<b>Dimensión 3: Capacidad de respuesta</b>							
5	X		X		X		
6	X		X		X		
<b>Dimensión 4: Elementos tangibles</b>							
7	X		X		X		
8	X		X		X		
9	X		X		X		
10	X		X		X		
<b>Dimensión 5: Accesibilidad</b>							
11	X		X		X		
12	X		X		X		
<b>Dimensión 6: Confiabilidad</b>							
13	X		X		X		
14	X		X		X		

N° de Ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
<b>Dimensión 1: Fiabilidad</b>							
1	X		X		X		
2	X		X		X		
3	X		X		X		
<b>Dimensión 2: Expectativa</b>							
4	X		X		X		
<b>Dimensión 3: Fidelización</b>							
5	X		X		X		
6	X		X		X		
<b>Dimensión 4: Productos adecuados</b>							
7	X		X		X		
8	X		X		X		
9	X		X		X		
<b>Dimensión 5: Calidad técnica</b>							
10	X		X		X		
11	X		X		X		
12	X		X		X		

**Otras observaciones generales:**

No muestra observación alguna, los indicadores contribuyen a desarrollar las dimensiones a investigar.



**Firma**  
**Guerrero García, Galvani**

## INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

### DATOS GENERALES:

Apellidos y nombres del informante (Experto): Darwin Ebert Aguilar Chuquizuta

Grado Académico: Magister

Profesión: Licenciado en Administración

Institución donde labora: Universidad Nacional de Tumbes

Cargo que desempeña: Docente

Denominación del instrumento: Cuestionario

Autor del instrumento: Milagritos Claribel Estrada Cotrina

Carrera: Administración

### VALIDACIÓN:

Ítems correspondientes al Instrumento Cuestionario

N° de Ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
<b>Dimensión 1: Empatía</b>							
1	X		X		X		
2	X		X		X		
<b>Dimensión 2: Seguridad</b>							
3	X		X		X		
4	X		X		X		
<b>Dimensión 3: Capacidad de respuesta</b>							
5	X		X		X		
6	X		X		X		
<b>Dimensión 4: Elementos tangibles</b>							
7	X		X		X		
8	X		X		X		
9	X		X		X		
10	X		X		X		
<b>Dimensión 5: Accesibilidad</b>							
11	X		X		X		
12	X		X		X		
<b>Dimensión 6: Confiabilidad</b>							
13	X		X		X		
14	X		X		X		

N° de Ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
<b>Dimensión 1: Fiabilidad</b>							
1	X		X		X		
2	X		X		X		
3	X		X		X		
<b>Dimensión 2: Expectativa</b>							
4	X		X		X		
<b>Dimensión 3: Fidelización</b>							
5	X		X		X		
6	X		X		X		
<b>Dimensión 4: Productos adecuados</b>							
7	X		X		X		
8	X		X		X		
9	X		X		X		
<b>Dimensión 5: Calidad técnica</b>							
10	X		X		X		
11	X		X		X		
12	X		X		X		

**Otras observaciones generales:**

No muestra observación alguna, los indicadores contribuyen a desarrollar las dimensiones a investigar.



**Firma**  
**Aguilar Chuquizuta, Darwin Ebert**



### Anexo 3: Turnitin



## Anexo 4: Matriz de datos

N°	EMPATIA			SEGURIDAD			RESPUESTA			ELEMENTOS TANGIBLES				ACCESIBILIDAD		CONFIABILIDAD		TOTAL	calidad
	P1	P2		P3	P4		P5	P6		P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14		
1	1	2	3	2	2	4	1	1	2	2	1	1	2	6	1	1	2	19	INADECUAD
2	2	2	4	1	2	3	1	1	2	1	1	2	1	5	1	1	2	18	INADECUAD
3	2	1	3	1	1	2	1	1	2	2	1	1	1	5	1	1	2	16	INADECUAD
4	1	1	2	1	2	3	1	1	2	1	1	1	1	4	1	1	3	16	INADECUAD
5	2	2	4	2	2	4	2	1	3	2	2	1	6	1	1	2	21	INADECUAD	
6	2	1	3	1	2	3	2	2	4	1	2	2	2	7	1	2	22	INADECUAD	
7	2	1	3	1	2	3	1	2	3	2	2	1	2	7	1	2	20	INADECUAD	
8	1	1	2	2	2	4	1	1	2	2	1	1	2	6	1	1	2	18	INADECUAD
9	2	1	3	1	2	3	1	2	3	2	2	1	2	7	1	2	20	INADECUAD	
10	2	1	3	1	2	3	1	1	2	1	1	2	1	5	1	1	2	17	INADECUAD
11	2	2	4	1	1	2	1	1	2	2	1	1	1	5	1	2	17	INADECUAD	
12	2	2	4	1	2	3	2	2	4	1	2	2	2	7	1	2	23	INADECUAD	
13	2	1	3	1	2	3	1	1	2	1	1	1	1	4	2	1	3	18	INADECUAD
14	2	1	3	2	2	4	2	1	3	1	2	2	2	7	1	1	2	22	INADECUAD
15	2	1	3	2	2	4	2	1	3	1	2	2	1	6	1	2	21	INADECUAD	
16	1	1	2	2	2	4	1	1	2	2	1	1	2	6	1	1	2	19	INADECUAD
17	2	1	3	1	2	3	1	1	2	1	1	1	1	4	2	1	3	18	INADECUAD
18	1	1	2	2	2	4	1	1	2	2	1	1	2	6	1	1	2	18	INADECUAD
19	2	2	4	1	1	2	1	1	2	2	1	1	1	5	2	1	3	18	INADECUAD
20	2	2	4	1	1	2	1	1	2	2	1	1	1	5	2	1	3	18	INADECUAD
21	1	1	2	2	2	4	1	1	2	2	1	1	2	6	1	2	18	INADECUAD	
22	2	1	3	1	2	3	1	1	2	1	1	2	1	5	1	1	2	18	INADECUAD
23	2	2	4	1	1	2	1	1	2	2	1	1	1	5	2	1	3	19	INADECUAD
24	2	1	3	1	2	3	1	1	2	1	1	1	1	4	2	1	3	18	INADECUAD
25	2	1	3	2	2	4	2	1	3	1	2	2	1	6	1	2	20	INADECUAD	
26	2	2	4	1	2	3	2	2	4	1	2	2	2	7	1	2	3	21	INADECUAD
27	2	1	3	1	2	3	1	2	3	2	2	1	2	7	1	2	3	24	INADECUAD
28	1	1	2	2	2	4	1	1	2	2	1	1	2	6	1	1	2	19	INADECUAD
29	2	1	3	1	2	3	1	2	3	2	2	1	2	6	1	1	2	21	INADECUAD
30	2	1	3	1	2	3	1	1	2	1	1	2	1	5	1	1	2	17	INADECUAD
31	2	2	4	1	1	2	1	1	2	2	1	1	1	5	2	1	3	18	INADECUAD
32	1	2	3	1	2	3	2	2	4	1	2	2	2	7	1	2	3	22	INADECUAD
33	1	1	2	1	2	3	1	1	2	1	1	1	1	4	2	1	3	16	INADECUAD
34	1	1	2	2	2	4	2	1	3	1	2	2	2	7	1	1	3	20	INADECUAD
35	1	1	2	2	2	4	2	1	3	1	2	2	1	6	1	2	3	20	INADECUAD
36	2	1	3	2	2	4	1	1	2	2	1	1	2	6	1	1	2	20	INADECUAD
37	1	1	2	1	2	3	1	1	2	1	1	1	1	4	2	1	3	17	INADECUAD
38	2	1	3	2	2	4	1	1	2	2	1	1	2	6	1	2	3	20	INADECUAD
39	1	2	3	1	1	2	1	1	2	2	1	1	1	5	2	1	3	17	INADECUAD
40	1	2	3	1	1	2	1	1	2	2	1	1	1	5	2	1	3	17	INADECUAD
41	1	2	3	1	2	3	2	2	4	1	2	2	2	7	1	2	4	24	INADECUAD
42	1	1	2	1	2	3	1	2	3	2	2	1	2	7	1	2	3	19	INADECUAD
43	2	1	3	2	2	4	1	1	2	2	1	1	2	6	1	1	2	19	INADECUAD
44	1	1	2	1	2	3	1	2	3	2	2	1	2	7	1	2	3	19	INADECUAD
45	1	1	2	1	2	3	1	1	2	1	1	2	1	5	1	1	2	16	INADECUAD
46	1	2	3	1	1	2	1	1	2	2	1	1	1	5	2	1	3	17	INADECUAD
47	1	2	3	1	2	3	2	2	4	1	2	2	2	7	1	2	3	24	INADECUAD
48	1	1	2	1	2	3	1	1	2	2	1	1	1	4	2	1	3	17	INADECUAD
49	1	1	2	2	2	4	2	1	3	1	2	2	2	7	1	2	3	21	INADECUAD
50	1	1	2	2	2	4	2	1	3	1	2	2	1	6	1	1	2	20	INADECUAD
51	1	1	2	2	2	4	1	1	2	2	1	1	2	6	1	1	2	19	INADECUAD
52	1	1	2	1	2	3	1	1	2	1	1	1	1	4	2	1	3	17	INADECUAD
53	2	1	3	2	2	4	1	1	2	2	1	1	2	6	1	1	2	20	INADECUAD
54	1	2	3	1	1	2	1	1	2	2	1	1	1	5	2	1	3	17	INADECUAD
55	1	2	3	1	1	2	1	1	2	2	1	1	1	5	2	1	3	17	INADECUAD
56	2	1	3	2	2	4	1	1	2	2	1	1	2	6	1	2	3	20	INADECUAD
57	1	1	2	1	2	3	1	1	2	1	1	2	1	5	1	1	2	16	INADECUAD
58	1	2	3	1	1	2	1	1	2	2	1	1	1	5	2	1	3	17	INADECUAD
59	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	4	2	1	3	16	INADECUAD
60	1	1	2	2	2	4	2	1	3	1	2	2	1	6	1	1	3	19	INADECUAD
61	1	2	3	1	2	3	2	2	4	1	2	2	2	7	1	2	4	24	INADECUAD
62	1	1	2	1	2	3	1	2	3	2	2	1	2	7	1	2	3	19	INADECUAD
63	2	1	3	2	2	4	1	1	2	2	1	1	2	6	1	2	3	21	INADECUAD
64	1	1	2	1	2	3	1	1	2	2	2	1	2	7	1	2	3	19	INADECUAD
65	1	1	2	1	2	3	1	1	2	1	1	2	1	5	1	1	2	17	INADECUAD
66	1	2	3	1	1	2	1	1	2	2	1	1	1	5	2	1	3	17	INADECUAD
67	1	1	2	1	2	3	2	1	3	1	1	2	1	5	2	1	3	19	INADECUAD
68	2	1	3	1	2	3	1	1	2	1	1	1	1	4	2	1	2	16	INADECUAD

