



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE  
CHIMBOTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA**

**ESCUELA PROFESIONAL DE  
ADMINISTRACIÓN**

PROPUESTA DE MEJORA DE LOS FACTORES  
RELEVANTES DE LA CALIDAD DE SERVICIO PARA LA  
SOSTENIBILIDAD DE LOS EMPRENDIMIENTOS EN LAS  
MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS RUBRO  
RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE YUNGAY, 2021

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

**AUTOR**

ALA OLIVERA, MARGARITA FELICITA

ORCID:0000-0002-9150-8381

**ASESOR**

ESTRADA DIAZ, ELIDA ADELIA

ORCID:0000-0001-9618-6177

**HUARAZ - PERÚ**

**2022**

## **EQUIPO DE TRABAJO**

### **AUTOR**

Ala Olivera, Margarita Felicita

ORCID:0000-0002-9150-8381

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

### **ASESOR**

Estrada Diaz, Elida Adelia

ORCID:0000-0001-9618-6177

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias e  
Ingeniería, Escuela Profesional de Administración, Chimbote, 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

## **JURADO EVALUADOR Y ASESOR**

Rosillo De Purizaca María Del Carmen

ORCID: 0000-0003-2177-5676

Presidente

Salinas Gamboa José German

ORCID:0000-0002-8491-0751

Miembro

Mino Asencio María Isabel

ORCID: 0000-0003-6399-5928

Miembro

Estrada Diaz, Elida Adelia

ORCID: 0000-0001-9618-6177

Asesor

## AGRADECIMEINTO

En primer lugar, agradezco a Dios por aguarne por un buen camino y la virgen María por siempre protegerme, para llegar a lograr mis objetivos para ayudar a mi pueblo a salir adelante.

También a toda mi familia por brindarme siempre su apoyo, ya que de una forma cordial han sido parte de mi formación profesional y en lo personal para poder lograr mis metas.

Por otro lado, a la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote por contribuir en la formación profesional e inculcarme el esfuerzo y la responsabilidad para aprovechar el tiempo necesario día a día.

## DICATORIA

A mis padres que siempre  
estuvieron apoyándome  
para lograr mis sueños  
para ser una persona  
profesional en mi familia,  
también a mis hermanos  
por su apoyo  
incondicional.

Por otro a mi pareja que  
estuvo a mi lado en los  
momentos difíciles  
alentadme para no  
descuidar mi estudio.

## RESUMEN

La presente investigación titulada propuesta de mejora de los factores relevantes de la calidad de servicio para la sostenibilidad de los emprendimientos en las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes en la ciudad de Yungay, 2021. Tuvo como objetivo general: determinar si la propuesta de mejora de la calidad de servicio permite la sostenibilidad de los emprendimientos en las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes en la ciudad de Yungay, 2021. La investigación fue de diseño no experimental-transversal- descriptivo- de propuesta, para el recojo de información se utilizó una población de 46 representantes y la muestra fue censal, a quienes se les aplicó un cuestionario de 11 interrogantes. Obteniendo los siguientes resultados, los más relevantes el 71,70% cumplen lo prometido en tiempo pactado, el 89,10% de las empresas ofrecen servicio seguro para mejorar la fiabilidad de la calidad de servicio, el 67,40% comprenden la necesidad de los clientes, el 65,20% manifiestan que siempre sus trabajadores transmiten confianza con buena presencia, el 78,30% cuentan con instalaciones adecuadas para prestar el servicio y el 69,60% utilizan los materiales de comunicación visualmente atractivos en los restaurantes. Se concluye que la mayoría de los representantes desarrollan los indicadores de la calidad de servicio para lograr la sostenibilidad de los emprendimientos, excepto la atención personalizada que es uno de los factores que requiere fortalecer para que estas empresas logren la competitividad y el crecimiento en el mercado, de tal modo permita mejorar las expectativas de los consumidores.

**Palabras clave:** calidad, emprendimientos, servicio y sostenibilidad

## **ABSTRACT**

The present investigation entitled proposal to improve the relevant factors of the quality of service for the sustainability of the enterprises in the micro and small companies category restaurants in the city of Yungay, 2021. Its general objective was: to determine if the proposal to improve the quality of service allows the sustainability of micro and small enterprises in the restaurant sector in the city of Yungay, 2021. The research was of a non-experimental-transversal-descriptive-proposal design, for the collection of information a population was used. of 46 representatives and the sample was census, to whom a questionnaire of 11 questions was applied. Obtaining the following results, the most relevant 71.70% fulfill what was promised in the agreed time, 89.10% of the companies offer secure service to improve the reliability of the quality of service, 67.40% understand the need to customers, 65.20% state that their workers always transmit confidence with a good presence, 78.30% have adequate facilities to provide the service and 69.60% use visually attractive communication materials in restaurants. It is concluded that most of the representatives develop the indicators of the quality of service to achieve the sustainability of the enterprises, except the personalized attention that is one of the factors that needs to be strengthened so that these companies achieve competitiveness and growth in the market, in such a way that it allows to improve the expectations of the consumers.

***Keywords:*** quality, entrepreneurship, service and sustainability

## CONTENIDO

1. Título de tesis.....	i
2. Equipo de trabajo.....	ii
3. Jurado evaluador y asesor.....	iii
4. Agradecimiento y dedicatoria.....	iv
5. Resumen y abstract.....	vi
6. Contenido.....	viii
7. Índice de tablas y figuras.....	ix
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. REVISIÓN DE LITERATURA.....	6
III. HIPÓTESIS.....	20
IV. METODOLOGÍA.....	21
4.1. Diseño de la investigación.....	21
4.2. Población y muestra.....	22
4.3. Definición y operacionalización de las variables y los indicadores.....	23
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	24
4.5. Plan de análisis.....	24
4.6. Matriz de consistencia.....	25
4.7. Principios éticos.....	26
V. RESULTADOS.....	29
5.1. Resultados.....	29
5.2. Análisis de resultados.....	39
VI. CONCLUSIONES.....	44
ASPECTOS COMPLEMENTARIOS.....	46
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	48
ANEXOS.....	51

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Características de la fiabilidad como factor relevante de la calidad de servicio para la sostenibilidad de los emprendimientos en las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes en la ciudad de Yungay,2021 .....	29
Tabla 2. Características de la capacidad de respuesta como factor relevante de la calidad de servicio para la sostenibilidad de los emprendimientos en las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes en la ciudad de Yungay,2021 .....	29
Tabla 3. Características de la seguridad como factor relevante de la calidad de servicio para la sostenibilidad de los emprendimientos en las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes en la ciudad de Yungay,2021 .....	30
Tabla 4. Características de la empatía como factor relevante de la calidad de servicio para la sostenibilidad de los emprendimientos en las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes en la ciudad de Yungay,2021 .....	30
Tabla 5. Características de los elementos tangibles como factor relevante de la calidad de servicio para la sostenibilidad de los emprendimientos en las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes en la ciudad de Yungay,2021 .....	31
Tabla 6. Plan de mejora .....	31

## INDICE DE FIGURAS

Figura 1. Cumple lo prometido en tiempo pactado .....	74
Figura 2. Ofrece un servicio seguro .....	74
Figura 3. La atención es rápida con los pedidos .....	75
Figura 4. Los trabajadores ayudan a los clientes .....	75
Figura 5. Los trabajadores transmiten confianza .....	76
Figura 6. Busca seguridad para los clientes en su establecimiento .....	76
Figura 7. Ofrece un servicio personalizado .....	77
Figura 8. Empleados amables .....	77
Figura 9. Comprende la necesidad del cliente .....	77
Figura 10. Las instalaciones son adecuadas para prestar el servicio .....	78
Figura 11. Los materiales de comunicación son atractivos visualmente .....	78

## **I. INTRODUCCIÓN**

Actualmente las empresas del rubro restaurantes no son ajenas a la fuerte competencia, aspecto que obliga a estas empresas a conseguir la mayor cantidad posible de clientes, ya que ellos son la razón de ser de los negocios. Por ello los representantes de las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes de la ciudad de Yungay, no solo deben preocuparse por la calidad de los productos sino por brindar un servicio de calidad, para cumplir con las expectativas y lograr la satisfacción de sus clientes.

La calidad de servicio en el mercado de hoy poco a poco toma parte fundamental en los negocios, por el hecho de que los clientes exigen cada vez más calidad en los servicios. En tal sentido Prieto (2014) manifiesta que la calidad de servicio es fundamental, porque da la satisfacción total a los clientes y por medio ellos se logra la fidelización y la rentabilidad para que la empresa pueda permanecer en el mercado desarrollando su actividad. Asimismo, Moya (2019) cuando se habla de calidad de servicio, viene a la mente el concepto del cliente, ya que ellos siempre buscan calidad en los productos y/o servicios que adquieren, y de esta forma satisfacer sus necesidades y cumplir sus expectativas.

A ello se suma el emprendimiento sostenible que permite a las organizaciones que se unan hacia al avance económico y el desarrollo social, ya que este genera empleo y abastece bienes y servicios para el crecimiento de las comunidades. La iniciativa de un negocio nace para proporcionar rentabilidad al emprendedor, y a la vez impulsa estas empresas al mercado de competencias. También a través de ello se puede lograr la innovación sostenible dirigida a un mercado masivo que brinde beneficios a la mayor parte de la sociedad, generando nuevos productos y servicios, reduciendo el

impacto al ecosistema y aumentando la calidad de vida de la población (Meriño et al., 2018).

Por ello, en España según García (2017) manifiesta que la mayoría de los españoles que asisten a un restaurante, lo que más admiran es la calidad de servicio que ofrecen los establecimientos, dejando en segundo lugar a los precios, ya que las personas que deciden comer fuera de casa esperan ser satisfechos, también toman en cuenta el tiempo de preparación de los platos, lo cual implica dar una respuesta exacta al cliente. Además, para que las empresas de este rubro brinden buena calidad de servicio deben tener claro a su público objetivo, y de esta manera saber sus preferencias para poderlas cumplir.

Por otro lado, Según JL consultores (2019) los Limeños estiman que la calidad de servicio contribuye un 60% en la decisión de la compra de un producto o la adquisición de un servicio de los clientes, además el 71% no suelen a regresar a un lugar de compra por la mala experiencia del servicio, en tal sentido, para que el cliente siga consumiendo el producto, es importante enfocarse en brindar un buen servicio, ya que es innegable la relación entre la calidad de servicio y la decisión de compra en los consumidores.

A nivel local las empresas pequeñas dedicadas a brindar el servicio de comidas en la ciudad de Yungay tienen que tomar en cuenta la importancia de ofrecer un calidad de servicio a sus consumidores para poder captar más clientes, ya que, en la ciudad de Yungay se observa la desconformidad por parte de los consumidores al asistir a un establecimiento de restaurante, que no logran satisfacer sus necesidades y no cumplen sus expectativas, además el servicio que brindan los restaurantes es pésima por esta

razón no existe la competencia entre los restaurante en dicha ciudad, por ello es necesario que mejoren la calidad en sus servicio ejecutando adecuadamente las dimensiones de la calidad de servicio como la fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, aspectos físicos y la empatía y de esta manera lograr la sostenibilidad de sus negocios.

Por lo antes expuesto el enunciado del problema fue: ¿La propuesta de mejora de los factores relevantes de la calidad de servicio permite la sostenibilidad del emprendimiento en las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes en la ciudad de Yungay, 2021? Para dar respuesta a la pregunta de investigación se planteó el siguiente objetivo general: Determinar si la propuesta de mejora de la calidad de servicio permite la sostenibilidad de los emprendimientos en las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes en la ciudad de Yungay, 2021.

Para alcanzar el objetivo general se planteó los siguientes objetivos específicos: Determinar las características de la fiabilidad como factor relevante de la calidad de servicio para la sostenibilidad de los emprendimientos de las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes en la ciudad de Yungay, 2021. Describir las características de la capacidad de respuesta como factor relevante de la calidad de servicio para la sostenibilidad de los emprendimientos en las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes en la ciudad de Yungay, 2021. Determinar las características de la seguridad como factor relevante de la calidad de servicio para la sostenibilidad de los emprendimientos en las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes en la ciudad de Yungay, 2021. Describir las características de la empatía como factor relevante de la calidad de servicio para la sostenibilidad de los emprendimientos en las micro y pequeñas rubro restaurantes en la ciudad de Yungay, 2021. Determinar las

características de los elementos tangibles como factor relevante de la calidad de servicio para la sostenibilidad de los emprendimientos en las micro y pequeñas rubro restaurantes en la ciudad de Yungay, 2021. Elaborar un plan de mejora de los factores relevantes de la calidad de servicio para la sostenibilidad de los emprendimientos en las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes en la ciudad de Yungay, 2021.

La investigación se justificó porque permitió plantear propuestas de mejora de la calidad de servicio como factor relevante para la sostenibilidad de los emprendimientos en las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes en la ciudad de Yungay, 2021. Esto debido que a través de la calidad de servicio las empresas buscarán ser diferentes de la competencia, en tal sentido la calidad de servicio ayudará a las organizaciones a orientarse a cumplir las expectativas de los clientes, ya que por medio de ella las empresas logran una ventaja competitiva y así establecer acciones necesarias para ofrecer un buen servicio. Asimismo, la investigación servirá como base para que se pueda continuar con el estudio más profundo sobre esta variable, para poder lograr la sostenibilidad de los emprendimientos, de la misma forma para que sigan contribuyendo y generando nuevas investigaciones relacionadas a la sostenibilidad de los emprendimientos y de calidad del servicio en las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes en la ciudad de Yungay.

La investigación fue de diseño no experimental-transversal-descriptivo-de propuesta. La población estuvo conformada por 46 representantes de las micro y pequeñas empresas pertenecientes rubro restaurantes en la ciudad de Yungay, la misma cantidad fue para muestra de la investigación por ser una población pequeña, a quienes se les planteó un cuestionario de 11 interrogantes a través de la técnica encuesta.

Dentro de los resultados más relevantes el 89,10% de los representantes ofrecen un servicio seguro para mejorar la fiabilidad, el 67,40% comprenden la necesidad que tienen los clientes, el 71,70% cumplen lo que prometen y el 65,20% de los representantes manifiestan que siempre sus colaboradores transmiten confianza hacia los clientes. Se concluye que las micro y pequeñas empresas de rubro restaurantes en la ciudad de Yungay, en su mayoría desarrollan los indicadores de la calidad de servicio, excepto la atención personalizada que es uno de los factores que requiere fortalecer para que estas empresas logren la competitividad y el crecimiento en el mercado, de tal modo permita mejorar las expectativas de los consumidores.

## **II. REVISIÓN DE LITERATURA**

### **Antecedentes**

#### **Antecedente Internacional**

García (2019) en su tesis *análisis de la calidad de servicio del restaurante Toro Asado para diseñar in plan de mejora del servicio*, presentando en la Universidad del Guayaquil para obtener título de licenciada en turismo y hotelería, el objetivo general fue analizar la percepción de calidad del servicio del restaurante Toro Asado para diseñar un plan de mejoras del servicio. La metodología fue enfoque mixto, nivel descriptivo, diseño no experimental, la población fue representada por 1620 de los clientes visitantes asimismo la muestra para la investigación fue 310 clientes a quienes se aplicó un cuestionario de 8 ítems a través de una encuesta; obteniendo los siguientes resultados: el 28% los clientes encuestados están totalmente de acuerdo con las instalaciones del restaurante, el 50% respecto al imagen de los empleados están indeciso lo que indica que se debe mejorar la imagen siendo el empleo de carta de presentación, el 24% están de desacuerdo a que los colaboradores no comprenden su necesidad, el 28% totalmente de desacuerdo con la cordialidad y amabilidad de empleados, el 28% están de desacuerdo la atención brindada por los empleados, el 31% están de desacuerdo indicando que el servicio no cubro sus expectativas de los clientes, el 27% mencionan que los empleados carecen de capacidad de respuesta hacia el cliente y el 37% están totalmente de acuerdo proponer un plan de mejora para lograr la calidad en las diferentes áreas de servicio. Llegó a la conclusión la investigación permitió determinar falencias que no ha permitido desarrollar una calidad de servicio a esta empresa, ya que requiere mejorar el servicio para que el cliente se sienta satisfecho en la atención recibida por parte personal del restaurante.

López (2018) en su tesis *calidad del servicio y la satisfacción de los clientes del Restaurante Rach's de la ciudad de Guayaquil*, presentado en la universidad católica de Santiago de Guayaquil para obtener título de magister en administración de empresas, el objetivo general fue determinar la relación de la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes del restaurante Rach's de la ciudad de Guayaquil. La metodología fue de enfoque mixto, en lo cuantitativo se seleccionó un modelo serqual; para recolectar la información se realizó una encuesta en una muestra 365 clientes con un cuestionario de 15 ítems de escala Likert, donde se obtuvo los siguientes resultados: el 69% están acuerdo con las instalaciones del restaurante visualmente de, el 40% de los clientes no están de acuerdo que cuando tienen alguna queja o problema el personal del restaurante se muestra la sinceridad, el 67% de los clientes encuestados están de acuerdo a que el restaurante cuenta con máquinas y equipos de apariencia moderna, el 70% están de acuerdo que la comida brindada en el restaurante luce apetitosa, el 48% no están de acuerdo ni desacuerdo que el personal del restaurante realiza bien el servicio desde el primer momento, el 46% no están de acuerdo a que el personal cumple con los horarios establecidos, el 51% no están de acuerdo que el restaurante ofrece un servicio rápido, el 46% no están ni en acuerdo, ni en desacuerdo que el personal cumple con los horarios establecidos, el 79% no están de acuerdo ni desacuerdo con respecto a su satisfacción hacia el servicio del restaurante, el 52% de los clientes encuestados no están de acuerdo ni desacuerdo que el servicio prestado cumple con sus expectativas y el 47% de los clientes encuestados no están de acuerdo que el personal tiene conocimiento suficiente para responder sus preguntas. Llegó a la conclusión para la empresa es importante que el cliente siempre salga satisfecho para que así ellos puedan recomendar el lugar por su buena comida y servicio.

Romero (2020) en su tesis *determinación de un modelo de calidad de servicio en restaurantes de la ciudad de Zaruma*, presentando en la universidad católica de Santiago de Guayaquil para obtener la titulación del grado ingeniero en marketing, el objetivo general fue determinar un modelo de calidad de servicio en restaurantes de la ciudad de Zaruma. La metodología fue tipo descriptivo, enfoque cuantitativo y diseño no experimental, la población conformada por 7753 turistas y para la búsqueda de la información se realizó una encuesta en una muestra de 366 clientes con un cuestionario de 15 ítems; obteniendo los siguientes resultados; se observó que la edad promedio de los encuestados es de 37 años que visitan a este restaurante, asimismo el 57% son de género femenino. Por otra parte el 38% de los encuestados siente satisfechos con el ambiente del restaurante, el 37% califican un nivel alto la confianza y seguridad del restaurante, el 35% consideran normal el comportamiento de los empleados, el 37% sienten satisfechos con la ayuda de los empleados, el 39% están satisfechos con el servicio rápido que brinda los restaurantes, el 37% están satisfechos con la entrega de sus pedidos, el 36% consideran un nivel intermedio la información de los servicios que prestan los restaurantes, mientras al 32% les parece un poco satisfactorio, el 35% están satisfechos y 26% están muy satisfechos con los protocolos de bienvenida y atención en los diferentes restaurantes de Zaruma y el 37% están satisfechos con los órdenes de pedido . Llegando a la conclusión la finalidad de la investigación permitió intervenir correctamente en la reducción o eliminación de falencias que existe dentro del restaurante.

### **Antecedente Nacional**

Gabriel (2017) en su tesis *calidad de servicio del restaurante La Rosa Náutica, distrito Miraflores 2017*, presentando en la Universidad César Vallejo para obtener el título profesional licenciada en administración en turismo y hotelería, el objetivo general fue determinar el nivel de calidad del restaurante La Rosa Náutica, distrito Miraflores 2017. La metodología fue enfoque cuantitativo, tipo descriptivo y diseño no experimental de corte transversal, se utilizó una población infinita para recolectar la información se realizó la encuesta en 384 clientes con un cuestionario 5 preguntas; obteniendo los siguientes resultados: el 50% consideran un nivel medio la fiabilidad en cumplimiento de promesas, el 51.8% de los clientes encuestados manifiestan de estar acuerdo con la atención, trato cordial del personal, el 50,8% están de acuerdo a que el persona transmite confianza a los clientes, el 27,3% están de acuerdo a que el personal es amable y el 56,0% no están de acuerdo con la atención personalizada. Llegó a la conclusión a través de la percepción de los clientes se pudo precisar que el trabajo en equipo y una buena organización interna hace que los empleados laboren de manera apasionado y así lograr una buena calidad de servicio.

De la cruz (2019) en su tesis *calidad de servicio y la competitividad en las MYPES del sector Servicio, caso restaurante La española en el distrito San Vicente, provincia de Cañete, 2018*, presentado en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote para obtener el título profesional licenciada en administración, el objetivo general de la investigación fue determinar la relación de la calidad de servicio y la competitividad en las MYPE del sector servicio, caso restaurante la española. La metodología de la investigación fue nivel descriptivo con enfoque cuantitativo, diseño no experimental de corte transversal y correlacional, para la búsqueda de la información se realizó una

encuesta en 377 clientes con 22 preguntas ; obteniendo los siguientes resultados donde el 66,3% consideran un nivel regular la calidad de servicio en el restaurante la española, el 76,7% consideran un nivel regular la atención personal del restaurante la Española, el 69,5% consideran un nivel regular la seguridad (confianza al cliente) en dicha restaurante, lo cual de dentro de las principales conclusiones, que la Calidad de servicio y la Competitividad en el restaurante es regular porque consideran que le falta mejorar la calidad del mismo aspecto de elementos tangible como la infraestructura, empatía del personal, la seguridad como la confianza al cliente

Cornel (2016) en su tesis *calidad de servicio y grado de satisfacción del cliente en el restaurante pizza hut en el centro comercial mega plaza Lima, 2016*, presentando en la Universidad Señor de Sipán para obtener el título profesional de licenciada en administración, el objetivo general fue determinar la calidad de servicio y el grado de satisfacción del cliente en el Restaurante pizza Hut del centro comercial mega plaza-Lima 2016. El tipo de la investigación fue descriptivo-correlacional, diseño no experimental, la población conformo por 4800 clientes para obtener la información se realizó una encuesta en una muestra de 356 consumidores con un cuestionario de 16 preguntas, donde se obtuvo los siguientes resultados; el 40.7% están un poco satisfecho con el servicio recibido, el 39.0 están un poco acuerdo con el trato que reciben por el personal, el 36.5% un poco satisfecho con el producto que ofrecen , el 46.6% no recomendaría el consumo de productos en pizza Hut, el 38.8% consideran un nivel normal su grado de satisfacción, el 41.6% están satisfechos pues el restaurante cuenta con camareros amables y respetuosos, el 65.7% de los clientes consideran un nivel medio la calidad de servicio del restaurante, el 39,0% de los encuestados están un poco insatisfechos con la seguridad del restaurante pizza hut, el 46,6% están satisfechos con

la atención de los personales y el 42,1% están satisfechos con el cumplimiento de promesas del restaurante. Dentro de las principales conclusiones, del total de 356 encuestados en el restaurante pizza hut-Lima las 181 comensales están satisfechas con el servicio brindado, sin embargo 175 manifiestan su insatisfacción, para ello el clave es mejorar el trato hacia el cliente.

Dávila y Aguilar (2017) en su tesis *la calidad del servicio y satisfacción de los clientes de un restaurante de comida rápida en la ciudad de Trujillo-La Libertad, año 2019*, presentando en la universidad católica Santo Toribio de Mogrovejo para obtener título profesional licenciado en administración de empresas, el objetivo general fue evaluar la calidad del servicio en el restaurante turístico el cántaro de Lambayeque. La metodología fue de enfoque mixto, descriptivo y diseño no experimental, la población fue 350 clientes y para la recolección de la información se aplicó un cuestionario en una muestra de 80 clientes con 15 preguntas obteniendo los siguientes resultados: el 50.90% de los comensales afirman que el restaurante casi siempre mantiene en buen estado de limpieza sus instalaciones, el 50,90 de los clientes casi siempre están satisfechos con la puntualidad del servicio, el 41.90% afirman que siempre el personal cuenta con el conocimiento adecuado de los productos que ofrecen, el 40% afirman que casi siempre los colaboradores demuestra actitud positiva durante la atención, el 49.10% afirman que casi siempre los trabajadores son comunicativos y asertivos en el servicio que brindan, el 37% de los clientes encuestados afirman totalmente de acuerdo ejecución de un servicio fiable del restaurante, el 47% estan de acuerdo con la capacidad del personal para ofrecer la ayuda, el 48% manifiestan de estar de acuerdo con la simpatía y amabilidad del personal, el 45.40% afirman que casi siempre los colaboradores tienen la capacidad para responder a sus necesidades de manera

oportuna, el 43.60% afirman que casi siempre el personal les brinda información oportuna sobre el servicio, el 31.80% afirman que algunas veces brinda atención personalizada a sus clientes . Una de las principales conclusiones la investigación permitió identificar diferentes percepciones de los clientes al recibir el servicio en el restaurante el cántaro de Lambayeque.

### **Antecedentes Regional**

Maldonado (2018) en su tesis *calidad de servicio y posicionamiento de la empresa Ishiba Contratistas generales, Chimbote 2018*, presentando en la Universidad de San Pedro; el objetivo general de la investigación fue determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y posicionamiento de la empresa Ishiba Contratistas generales S.A.C. Chimbote 2018. la metodología de la investigación fue tipo descriptivo correlacional y diseño no experimental de corte transversal, para la búsqueda de la información se realizó una encuesta en una muestra poblacional de 79 trabajadores de la empresa a través de un cuestionario de 20 preguntas, donde se obtuvieron los siguientes resultados: el 88% de los trabajadores están de muy acuerdo con la atención fiable de la empresa, 71% están de acuerdo con el equipamiento adecuado, el 70% están de acuerdo con la amabilidad de los empleados, el 66% están muy de acuerdo de que los trabajadores brindan un servicio oportuno, el 71% están listos a las peticiones de los clientes, el 81% son eficaces en las empresas, el 84% están de acuerdo en que la atención del personal es idónea en la empresa, el 76% están de acuerdo que existe compromiso con el cliente en las empresas. Llegó a la conclusión que la calidad de servicio en la empresa ha demostrado tener atributos como buen trato, empatía y eficacia que respalda la capacidad óptima de los trabajadores para brindar un buen servicio al cliente.

## **Antecedente local**

Tacunan (2016) en su tesis *Caracterización de la calidad de servicio bajo el modelo serperf en las micro y pequeñas empresas del sector servicios-rubro restaurantes en el Distrito de Huari, 2014*, presentando en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote para obtener el título profesional de licenciada en administración, el objetivo general fue describir las principales características de la calidad de servicio bajo el modelo de SERPERF en las micro y pequeñas empresas del sector servicios-rubro restaurantes en el distrito de Huari. La metodología fue tipo cuantitativo, nivel descriptivo y diseño transeccional; para el recojo de la información se realizó una encuesta en 336 clientes con 20 ítems, obteniendo los siguientes resultados, el 35,7% los clientes encuestados manifiestan estar de acuerdo con las instalaciones físicas, 38,7% están de acuerdo con los materiales como (folletos, listas de precios) son visualmente atractivos, el 51,8% no están de acuerdo con la disponibilidad de los empleados para prestar su ayuda. Llegando a la conclusión la calidad de servicio brindada por las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes en el distrito de Huari demuestra deficiente, ya que no existe la capacidad de respuesta por parte de los empleados.

## **Bases teóricas de la investigación**

### **Variable: Calidad de servicio**

Según Blanco (2019) menciona la calidad de servicio cumple un papel muy importante en aquellas empresa u organizaciones que pretenden determinar la visión de posicionamiento reconocida en el mercado, en tal sentido una organización se logra posicionarse a largo plazo es a través del punto de vista de los clientes sobre el producto o servicio que reciben. También el autor manifiesta actualmente la calidad

de servicio se ha convertido en factor principal ante la decisión de la compra de los clientes, ya que la percepción de la calidad es distinta de un cliente al otro. Por su parte, Arenal (2016) define la calidad de servicio es la capacidad de ofrecer la satisfacción a las expectativas y requisitos de los clientes, porque los servicios y productos demandados por las empresas son aquellas que realmente satisfacen las necesidades esperadas de los clientes, también la forma de como ofrecerlo y sobre todo el trato al consumidor que hace la diferencia de las demás empresas.

Gastalver (2017) la calidad de servicio es el plus que percibe un cliente al momento de adquirir el producto o servicio, cuando el producto o servicio adquirido supera sus expectativas del cliente el servicio es de calidad. La calidad de servicio está siempre presente en todas las fases de la compra, desde el momento que el cliente observa el producto hasta su uso o ante cualquier reclamo. También Vargas y Aldana (2020) manifiesta es un juicio global de los clientes a cerca de la excelencia del servicio, que resulta de la comparación entre las expectativas de los consumidores y sus percepciones sobre el resultado que da el servicio brindado, además manifiesta que la calidad es producir un bien o servicio bueno, ya que producir lo que desea el consumidor la calidad se asemeja a la perfección, en tal sentido impulsa a las organizaciones hacia un desarrollo competitivo.

Por otro lado, Valls, Román, Chica y Salgado (2017) manifiestan que es la actitud relacionada a la satisfacción del cliente, además describe el grado y dirección de la discrepancia que tiene el consumidor entre las expectativas y las percepciones a cerca del servicio, de la misma forma consideran como el factor principal de la satisfacción del cliente y como una propuesta de valor para la competencia, también como un

vínculo positivo que favorece la lealtad de los clientes a la empresa. Para ello determinan las siguientes características:

*Fiabilidad.* -se refiere la capacidad que tienen los empleados dentro de las empresas para brindar un servicio de la forma exacta, fiable, segura y cuidadosa desde primer momento, por ello es importante a que las empresas tomen en cuenta su nivel de importancia.

*Capacidad de respuesta.* -se refiere a la voluntad y la disposición que tienen las personas que trabajan dentro de una empresa para ofrecer un servicio rápido y para poder ayudar a los clientes.

*Seguridad.* -se trata a cerca del conocimiento, la cortesía de los empleados y habilidades para transmitir seguridad y confianza a los clientes, además demostrar la preocupación hacia los clientes para dar una mayor satisfacción.

*Empatía.* -es la capacidad para entender la perspectiva del consumidor a través de la atención personalizada demostrando la cortesía y el cuidado hacia el cliente. Además, esto implica tener un compromiso con los clientes así conocer a fondo sus requerimientos específicos.

*Elementos tangibles.* -dentro ello es importante tomar en cuenta los aspectos o de las instalaciones físicos, equipos y materiales de comunicación donde brinda el servicio la organización al cliente.

## **Sostenibilidad de los emprendimientos**

Según Rodríguez (2016) el emprendimiento es considerado un campo dinámico en la economía ,que permite realizar oportunidades con enfoque creativo que genera un cambio e innovación , además es un factor fundamental para el desarrollo económico, asimismo menciona que la sostenibilidad está orientado hacia el presente y a largo plazo que pretende lograr una interacción entre el sistema humano y ecológico, en tal sentido busca el bienestar ambiental y social para la sociedad.

Por otro lado, el emprendimiento sostenible es el proceso para descubrir, evaluar y aprovechar oportunidades económicas actuales donde ocurren las fallas en el entorno del mercado, es decir una inadecuada asignación de recursos que dificulta la sostenibilidad para el emprendimiento, por ende, es importante vencer las barreras del funcionamiento ineficiente del mercado para lograr una ventaja competitiva (Rodríguez, 2016). Sin embargo, Valle y Pérez (2016) manifiestan que el emprendimiento sostenible se caracteriza por formar parte de la integración humana, economía y social, con el objetivo de llevar a cabo la iniciativa de negocio que permita la posibilidad de aprovechar la oportunidad que se presenta en el entorno, además busca mejorar la forma de producir los bienes y servicios para satisfacer las necesidades de la sociedad.

Por su parte, Vázquez (2015) menciona la sostenibilidad es aquel que refleja el uso de los recursos de forma racional, con la finalidad de satisfacer las necesidades de la generación actual sin esconder a las generaciones futuras de tener sus necesidades cubiertas, además indica que el emprendimiento sostenible busca comprender las oportunidades para poder desarrollar futuros bienes y servicios, con qué consecuencias económicas, sociales y ambientales.

Las organizaciones que invierten en el emprendimiento sostenible es para combinar las oportunidades e intenciones que se presentan en los mercados para crear valor de manera simultánea dentro de las siguientes dimensiones (Vázquez, 2015).

#### *Económica*

Consiste en gestionar los recursos de forma eficiente para poder alcanzar una ventaja competitiva, además desde la perspectiva del emprendimiento sostenible busca las oportunidades en el mercado y resultados positivos sin causar el daño al medio que rodea.

#### *Social*

Se centra en la búsqueda de resolver los problemas sociales y las necesidades de la comunidad, a través del desarrollo de y crecimiento orientado a la visión de una buena sociedad contribuye mejorar el accionar de las empresas.

#### *Ambiental*

Dentro de ello se da la adopción de prácticas empresariales para ser responsables con el ambiente y así mantener empresas en el mercado, ya que, a través de ello las empresas deben centrarse en el incremento de utilizar los recursos potenciales con el fin disminuir los daños sociales.

### **Micro y pequeñas empresa-MYPES**

Las micro y pequeñas empresas cumplen un papel fundamental dentro del desarrollo social y económico en nuestro país, ya que genera un mayor empleo en el mercado peruano. Según Huamán (2019) la micro y pequeña es la unidad económica que está constituida por persona natural o jurídica, bajo cualquier gestión empresarial u

organización contemplada en legislación vigente, las MYPES tienen como objetivo de desarrollar actividades de transformación, extracción, producción, comercialización de bienes o prestación de servicio, ya que, las micro y pequeñas en su mayoría surge por las necesidades insatisfechas en el ámbito de pobreza, por ejemplo bajo recurso económico, trabas burocráticas, dificultades para adquirir préstamos y entre otros.

Acuerdo el congreso de la república (2013) la ley modificada N° 30056 tiene como objetivo impulsar a las MYPES hacia el desarrollo productivo, crecimiento y promover la competitividad. Además, esta ley ataca los problemas que tienen las micro y pequeñas empresas como: la informalidad, falta de capital humano capacitado, altos costos para innovar.

Asimismo, para formar parte de este régimen las empresas deben incluirse dentro de las siguientes categorías según la capacidad de sus ventas anuales:

**La microempresa:** tienen entre uno a 10 trabajadores y su venta anual es 150 UIT el monto máximo

**Pequeñas empresas:** cuentan uno hasta cien trabajadores y su venta anual es 1700 UIT el monto máximo.

**Media empresa:** sus ventas anuales sobrepasan a 1700 UIT, pero no se debe exceder a 2300 UIT.

### **Marco conceptual**

*Calidad.* -conjunto de características que tiene un producto o un servicio y que cumple la percepción del cliente para satisfacer sus necesidades ( Gastalver, 2017).

*Servicio.* -es el trabajo que realizan las personas, pero va más allá donde hace la referencia al conjunto de actividades para la satisfacción de los clientes

*Sostenibilidad.* -es el uso de los recursos de la forma más racional, con la finalidad de satisfacer las necesidades de nuevas generaciones futuras.

*Emprendimiento.* -proceso que permite realizar oportunidades creativas, además es un factor principal para el desarrollo de la economía y generador de cambio e innovación

*Capacidad.* – es la aptitud de una organización, proceso o sistema para poder realizar el producto y que cumpla los requisitos para dicho producto (Cortés, 2017).

*Tangibles.* -son aquellos aspectos físicos de la empresa que se puede tocar

*Fiabilidad* .-inspirar la seguridad y confianza a los clientes cuando acuden a su establecimiento

*Expectativas* .-Hace referencia a lo que perciben los clientes cuando quieren adquirir un bien o servicio

*Restaurantes:* es un establecimiento o comercio, donde ofrecen a los clientes o consumidores comidas y bebidas de distintos tipos, además es un espacio público, ya que, se puede acudir cualquier persona. Sin embargo, no es la entidad del bien común, por lo que el servicio de alimentos se da a los consumidores a cambio de un pago (Bembibre, 2015).

### **III. HIPÓTESIS**

La hipótesis normalmente se aplica para poder medir uno o más variables, por ende, Cuando la investigación es descriptiva no es necesario utilizar la hipótesis según (Muñoz , 2015).

En la presente investigación titulada propuesta de mejora de los factores relevantes de la calidad de servicio para la sostenibilidad de los emprendimientos en las micro y pequeñas empresas en la ciudad de Yunga, 2021.No se planteó hipótesis por ser una investigación descriptivo- de propuesta.

## **IV. METODOLOGÍA**

### **4.1. Diseño de la investigación**

La investigación fue de diseño no experimental- transversal- descriptivo- de propuesta. El diseño no experimental, en un estudio de investigación que se desarrolla sin alterar deliberadamente la variable en estudio, por ello solo se realiza la investigación observando tal como se presenta la situación en su contexto según (Hernández, Fernández y Baptista, 2014). Es por ello no se manipuló de forma deliberada la variable en estudio la calidad de servicio y asimismo no se intervino en la realidad.

El diseño transversal de acuerdo Hernández, Fernández y Baptista (2014) son investigaciones que requiere recolectar los datos necesarios en solo momento, ya que el propósito de este tipo de investigación es describir la variable y analizar en un tiempo determinado, por ello en la presente investigación propuesta de mejora de los factores relevantes de la calidad de servicio para la sostenibilidad de los emprendimientos en las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes en la ciudad de Yungay, 2021. Se obtuvo los datos para la investigación en un tiempo único.

La investigación fue descriptiva, este tipo de investigación se encarga de describir las características de la población en estudio, para poder obtener la información que se necesita para la investigación según (Hernández, Fernández y Baptista, 2014). Por ello en la presente investigación propuesta de mejora de los factores relevantes de la calidad de servicio para la sostenibilidad de los emprendimientos en las micro y pequeñas rubro restaurantes en la ciudad de Yungay, 2021, se describió las principales características de la variable en estudio.

La investigación fue de propuesta, ya que permitió realizar una propuesta y un plan de mejora sobre los resultados de la investigación denominada: propuesta de mejora de los factores relevantes de la calidad de servicio para la sostenibilidad de los emprendimientos en las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes en la ciudad de Yungay ,2021.

#### **4.2. Población y muestra**

La Población o universo es el conjunto que representa la totalidad de personas u objetos de los que se desea investigar para conocer la información que se busca a través de ciertas características que requiere el estudio según (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

- La población para la presente investigación estuvo conformada por 46 representantes de las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes en la ciudad de Yungay, 2021. (ver el anexo 4).

La muestra representa un parte de la población en cual se realiza la investigación, por ende, la muestra para la presente investigación propuesta de mejora de los factores relevantes de la calidad de servicio para la sostenibilidad de los emprendimientos en las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes en la ciudad de Yungay, 2021, fue la misma cantidad de la población por ser una población pequeña.

### 4.3. Definición y operacionalización de las variables y los indicadores

Denominación	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición
Calidad de servicio	Es la actitud relacionada que responde las expectativas del cliente satisfaciendo sus necesidades y sus requerimientos a través de las siguientes características como la fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y los elementos tangibles según (Valls, Román, Chica, & Salgado, 2017)	Fiabilidad	- Cumple lo prometido	1. ¿En su empresa cumple lo prometido en tiempo pactado?	Ordinal
			- servicio seguro	2. ¿En su empresa ofrecen un servicio seguro?	
		Capacidad de respuesta	Atención rápida	3. ¿En su empresa la atención es rápida con los pedidos?	
			- Ayudan a los clientes	4. ¿En su empresa los trabajadores tratan de ayudar a los clientes a solucionar su problema?	
		Seguridad	- Comportamiento oportuno	5. ¿En su empresa el comportamiento de sus trabajadores transmite confianza a los clientes?	
			- Establecimiento seguro	6. ¿Cómo gerente busca seguridad para sus clientes en su establecimiento?	
		Empatía	- Atención personalizada	7. ¿En su empresa ofrece un servicio personalizado a los clientes?	
			- Colaboradores amables	8. ¿En su empresa el personal es amable con los clientes?	
			- Comprende la necesidad	9. ¿Cómo gerente comprende la necesidad de sus clientes?	
		Elementos tangibles	- Instalaciones adecuadas	10. ¿En su empresa las instalaciones son adecuadas para prestar el servicio?	
			- Materiales de comunicación atractivos	11. ¿A Los materiales de comunicación mantienen atractivos visualmente?	

**Nota:** *Elaboración propia*

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

##### *Técnica de recolección de datos*

La técnica que se utilizó para la presente investigación fue la encuesta, que hizo posible para conocer los elementos determinados de la variable y para poder realizar los cuadros estadísticos, ya que la técnica encuesta permita realizar una búsqueda de información al investigador sobre los datos que se desea conseguir a través de cuestionario según (Ibáñez, 2015)

##### *Instrumento*

El instrumento que se utilizó para la presente investigación fue el cuestionario, que permitió la recolección de los datos a través de las preguntas planteadas respecto al variable de la investigación, ya que el cuestionario es una herramienta de la investigación que contiene preguntas para poder obtener la información que se necesita para la realización de la investigación de acuerdo (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

#### **4.5. Plan de análisis**

Para expandir la sostenibilidad de los emprendimientos con el uso de la calidad de servicio, se realizó a partir de la encuesta y el cuestionario a los representantes de las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes en la ciudad de Yungay, siendo la escala ordinal que facilitó la obtención de la información. Después de lograr los resultados fueron introducidos a los programas de Excel, Ms Word y spss 25 para que sean procesados y presentados en tablas y figuras.

#### 4.6. Matriz de consistencia

TITULO	ENUNCIADO DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLE	METODOLOGÍA	POBLACIÓN Y MUESTRA	INSTRUMENTO Y PROCESAMIENTO	PLAN DD ANALISIS
Propuesta de mejora de los factores relevantes de la calidad de servicio para la sostenibilidad de los emprendimientos en las micro y pequeñas empresas en la ciudad de Yungay, 2021,	¿La propuesta de mejora de los factores relevantes de la calidad de servicio permite la sostenibilidad de los emprendimientos en las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes en la ciudad de Yungay,2021?	<p><b>Objetivo general:</b></p> <p>Determinar si la propuesta de mejora de la calidad de servicio permite la sostenibilidad de los emprendimientos en las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes en la ciudad de Yungay,2021</p> <p><b>Objetivos específicos:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Determinar las características de la fiabilidad como factor relevante de la calidad de servicio para la sostenibilidad de los emprendimientos en las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes en la ciudad de Yungay,2021</li> <li>2. Describir las características de la capacidad de respuesta como factor relevante de la calidad de servicio para la sostenibilidad de los emprendimientos de las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes en la ciudad de Yungay,2021</li> <li>3. Determinar las características de la seguridad como factor relevante de la calidad de servicio para la sostenibilidad de los emprendimientos en las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes en la ciudad de Yungay,2021</li> <li>4. Describir las características de la empatía como factor relevante de la calidad de servicio para la sostenibilidad de los emprendimientos en las micro y pequeñas rubro restaurantes en la ciudad de Yungay,2021</li> <li>5. Determinar las características de los elementos físicos como factor relevante de la calidad de servicio para la sostenibilidad de los emprendimientos en las micro y pequeñas rubro restaurantes en la ciudad de Yungay,2021</li> <li>6. Elaborar plan de mejora de los factores relevantes de la calidad de servicio para la sostenibilidad de los emprendimientos en las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes en la ciudad de Yungay, 2021.</li> </ol>	Calidad de servicio	<b>Diseño:</b> no experimental-transversal-descriptiva-de propuesta	<p><b>Población</b> Estuvo conformado por 46 representant es de los restaurantes de la ciudad de Yungay.</p> <p><b>Muestra</b> Se utilizo la misma cantidad de la población por ser censal.</p>	<p><b>Técnica</b> La encuesta</p> <p><b>Instrumento</b> El cuestionario</p>	Para el desarrollo de la presente investigación se utilizó los siguientes programas: Excel, Ms Word y spss 25

*Nota: Elaboración propia*

#### **4.7. Principios éticos**

Para la presente investigación se tomó en cuenta los siguientes principios determinados de la ULADECH Católica:

***Principio de protección a las personas,*** para la presente investigación se presentó el consentimiento informado (ver anexo 5), lo cual fue firmado por las personas que formaron parte de la muestra determinada para el estudio de la investigación, en otros casos la aceptación fue a través de los medios digitales como correos electrónicos y mensajes de vía WhatsApp.

A través del documento consentimiento informado se les comunicó claramente la finalidad de la investigación que consiste en recolectar la información de la variable calidad de servicio para la sostenibilidad de los emprendimientos en los restaurantes en la ciudad de Yungay, así mismo se dio a conocer que se hará respetar la confiabilidad de los datos recolectados, ya que no se vulnerará la privacidad de los participantes. La información proveniente de esta investigación será respetada en todo el momento y será utilizada para los fines de la investigación.

Antes de empezar con el trabajo en campo, se solicitó a través de una carta dirigida a los responsables de las empresas del rubro en estudio la autorización para el inicio de la investigación, las mismas fueron aceptadas a través de la firma en el mismo documento.

***Principio de beneficencia y no maleficencia,*** la presente investigación por su naturaleza no presentó ningún peligro tanto para los participantes como para el investigador, para ello para recolectar la información, primero se informó a las personas que formaron parte de la muestra la manera como se llevará a cabo la

investigación, buscó maximizar el beneficio para la investigación, sin ir en contra de los derechos de los participantes.

***Principio de la justicia***, después de obtener los resultados finales de la investigación, estará disponible para las personas que formaron parte de muestra por si los desean aplicar en sus empresas o para realizar investigaciones nuevas se les facilitará la información por el medio necesario, puede ser por el correo electrónico o por los eventos donde se expongan el resultado de la investigación .Además todas personas que formaron parte de la investigación fueron tratados con respeto ,consideración e información de manera adecuada.

***Principio de integridad científica***, durante el proceso de la investigación se respetó las normas de conducta ética como investigador, las cartas de autorización y la aceptación de los protocolos del consentimiento informado, fueron aceptados por los participantes que formaron parte de la muestra, como investigador no se hizo la manipulación del cuestionario ni tampoco alterar las firmas para el logro del objetivo de la investigación.

***Principio de libre participación y derecho a estar informado***, para empezar la aplicación del cuestionario, se tomó en cuenta la aceptación del protocolo de consentimiento informado de los participantes de la muestra determinada, a través de la firma indicado en el protocolo de consentimiento informado y también se hizo la aceptación por medios digitales por la situación actual del país, ya que en el protocolo se precisó la finalidad, los datos de la investigación y el representante de cada empresa tomo su participación. También las dudas que tuvieron los participantes fueron solucionadas oportunamente.

*Principio cuidado del medio ambiente y la biodiversidad*, para el estudio de la investigación la muestra fueron los responsables de los restaurantes de la ciudad de Yungay, por ende, no hubo ningún daño ni riesgo que afectó a las plantas, animales tampoco al medio ambiente.

## V. RESULTADOS

### 5.1. Resultados

**Tabla 1**

*Características de la fiabilidad como factor relevante de la calidad servicio para la sostenibilidad de los emprendimientos en las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes en la ciudad de Yungay, 2021*

Características de la fiabilidad	N	%
<b>Cumple lo prometido en tiempo pactado</b>		
Siempre	33	71.70
Algunas veces	13	28.30
Nunca	0	0.00
Total	46	100.00
<b>Ofrece un servicio seguro</b>		
Siempre	41	89.10
Algunas veces	5	10.90
Nunca	0	0.00
Total	46	100.00

**Nota:** Encuesta aplicada a los representantes de las MYPES rubro restaurantes en la ciudad de Yungay

**Tabla 2**

*Características de la capacidad de respuesta como factor relevante para la sostenibilidad de los emprendimientos en las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes en la ciudad de Yungay, 2021*

Características de la capacidad de respuesta	N	%
<b>La atención es rápida con los pedidos</b>		
Siempre	25	54.30
Algunas veces	16	34.80
Nunca	5	10.90
Total	46	100.00
<b>Los trabajadores ayudan a los clientes</b>		
Siempre	26	56.50
Algunas veces	17	37.00
Nunca	3	6.50
Total	46	100.00

**Nota:** Encuesta aplicada a los representantes de las MYPES rubro restaurantes en la ciudad de Yungay

**Tabla 3**

*Características de la seguridad como factor relevante de la calidad de servicio para la sostenibilidad de los emprendimientos en las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes en la ciudad de Yungay, 2021*

Características de la seguridad	N	%
<b>Comportamiento de los trabajadores transmite confianza</b>		
Siempre	30	65.20
Algunas veces	15	32.60
Nunca	1	2.20
Total	46	100.00
<b>Busca seguridad para los clientes en su establecimiento</b>		
Siempre	31	67.40
Algunas veces	15	32.60
Nunca	0	0.00
Total	46	100.00

**Nota:** Encuesta aplicada a los representantes de las MYPES rubro restaurantes en la ciudad de Yungay

**Tabla 4**

*Características de la empatía como factor relevante de la calidad de servicio para la sostenibilidad de los emprendimientos en las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes en la ciudad de Yungay, 2021*

Características de la empatía	N	%
<b>Ofrece un servicio personalizado</b>		
Siempre	10	21.70
Algunas veces	31	67.40
Nunca	5	10.90
Total	46	100.00
<b>Empleados amables</b>		
Siempre	12	26.10
Algunas veces	34	73.90
Nunca	0	0.00
Total	46	100.00
<b>Compre la necesidad del cliente</b>		
Siempre	31	67.40
Algunas veces	15	32.60
Nunca	0	0.00
Total	46	100.00

**Nota:** Encuesta aplicada a los representantes de las MYPES rubro restaurantes en la ciudad de Yungay

**Tabla 5**

*Características de los elementos tangibles como factor relevante de la calidad de servicio para la sostenibilidad de los emprendimientos en las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes en la ciudad de Yungay, 2021*

Características de espacios físicos	N	%
<b>Las instalaciones son adecuadas para prestar el servicio</b>		
Siempre	36	78.30
Algunas veces	9	29.60
Nunca	1	2.20
Total	46	100.00
<b>Sus materiales de comunicación son atractivos visualmente</b>		
Siempre	32	69.60
Algunas veces	13	28.30
Nunca	1	2.20
Total	46	100.00

**Nota:** Encuesta aplicada a los representantes de las MYPES rubro restaurantes en la ciudad de Yungay

**Tabla 6**

*Plan de mejora de los factores relevantes de la calidad de servicio para la sostenibilidad de los emprendimientos en las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes en la ciudad de Yungay, 2021*

<b>Problema priorizado</b>	<b>Problemas encontrados</b>	<b>Causas</b>	<b>Acción de mejora</b>	<b>Responsable</b>
Calidad de servicio	Conocimiento empírico de la calidad de servicio	Falta de conocimiento y descuido sobre el tema para brindar una calidad de servicio	El gerente del restaurante debe participar en talleres sobre tema de la calidad de servicio para que conozcan mejor las técnicas y herramientas para brindar un servicio de calidad y así mejorar para poder captar mas cliente en el rubro.	Representante o el dueño
Atención personalizada	Falta de capacitación al personal (carencia de empatía)	No contar con un experto para capacitar al personal	El gerente o el dueño debe realizar capacitaciones a sus empleados con un experto sobre la empatía, de tal forma permita mejorar la comunicación a través de las habilidades blandas de cada trabajador.	
Colaboradores amables	No utilizan la estrategia de cómo tratar el cliente	Falta de conocimiento sobre las estrategias de trato al cliente	Implementar estrategias de trato al cliente: Para ello primero se debe evaluar a los empleados si poseen la disposición y habilidades para ayudar al cliente y esto implica una buena selección de personal para la atención al cliente.	

**Nota:** *Elaboración en base a los resultados del cuestionario aplicado a los representantes de los restaurantes de la ciudad de Yungay, 2021*

## **Plan de mejora**

### **1. Datos generales**

**Nombre o razón social:**” Virgen de Rosario”

**Giro de la empresa:** Rubro restaurantes y puestos de comida

### **2. Misión**

Nuestra empresa tiene la responsabilidad de ofrecer a las comensales comidas en menú y platos a la carta con un buen sabor Yungaína y asimismo estamos comprometidos para la satisfacer las necesidades de los clientes ofreciendo un servicio de calidad

### **3. Visión**

Ser la mejor empresa de servicio de comidas en la ciudad, que permita ampliar locales a sus alrededores mejorando su servicio para fortalecer su emprendiendo en el futuro.

### **4. Objetivos empresariales**

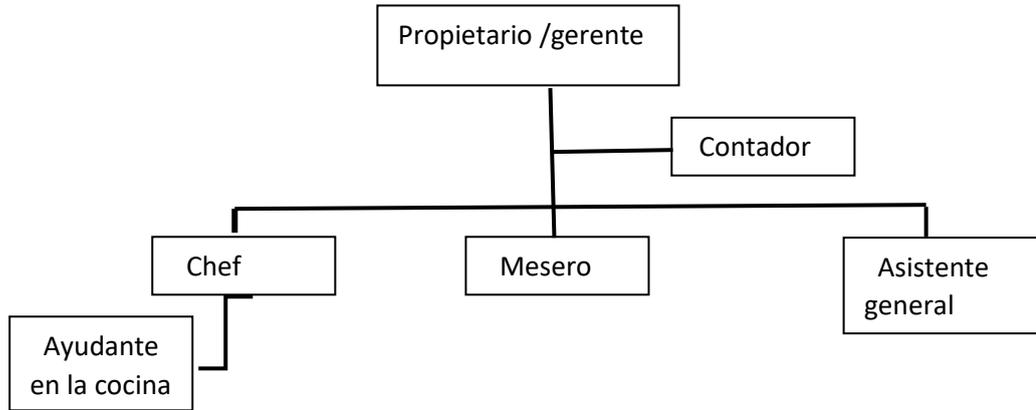
- Implementar nuevos locales en la ciudad para dar facilidades a nuestros clientes
- Desarrollar un aplicativo que permita la comunicación directa con los clientes o para pedir pedidos a tiempo.
- Contar con colaboradores capacitados para atender a los clientes
- Lograr posicionarse en el mercado como una empresa líder en servicio de comidas

### **5. Productos y/o servicios**

La empresa ofrece un servicio de platos de comidas de diferentes tipos con productos adquiridos de la comunidad Yungaína.

## 6. Organigrama

Organigrama estructural de la empresa



### Perfil y funciones de acuerdo al organigrama

Cargo	Propietario/gerente
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Conocimiento en los negocios similares</li> <li>✓ Saber resolver problemas</li> <li>✓ Saber administrar el negocio</li> <li>✓ Saber dirigir al personal</li> </ul>
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Realizar verificaciones si están desarrollando con conformidad sus actividades los personales.</li> <li>✓ Mantener una buena relación con los proveedores y con los colaboradores.</li> <li>✓ Administrar la planilla del personal que trabaja en la empresa</li> <li>✓ Asignar y contratar los puestos a los empleados, para el puesto requerido</li> <li>✓ Garantizar el buen funcionamiento de la parte operativa de las empresas</li> </ul>

Cargo	Contador
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Poseer suficiente capacidad de análisis</li> <li>✓ Tener conocimiento en entorno de donde desarrolla sus actividades</li> <li>✓ Procurara el progreso de la empresa</li> </ul>
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Llevar la parte financiera de la empresa en orden</li> <li>✓ Elaborar la planilla de los pagos y otro</li> <li>✓ Informar de la manera mensual el estado financiero al gerente</li> </ul>

<b>Cargo</b>	<b>Chef o cocinero</b>
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Saber escuchar y mantener una comunicación asertiva</li> <li>✓ Poseer suficiente capacidad para preparar los platos</li> <li>✓ Propiciar la integridad de los consumidores</li> </ul>
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Prepara los platos diariamente con cuidado y al acorde al pedido de los clientes</li> <li>✓ Medir los tiempos de preparación de los platos para tener a tiempo</li> </ul>

<b>Cargo</b>	<b>Mozo</b>
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Dominio palabras convencionales</li> <li>✓ Capacidad en la atención al cliente</li> <li>✓ Ser consciente lo que dice y piensa al atender un cliente</li> </ul>
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Atender a los consumidores con respeto</li> <li>✓ Realizar los pedidos y los pagos</li> </ul>

<b>Cargo</b>	<b>Asistente general</b>
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ La responsabilidad ante todo lo que realiza la limpieza de los utensilios tomando en consideración las medidas de salubridad</li> <li>✓ Paciencia y cuidado</li> <li>✓ Agilidad</li> </ul>
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Apoyar en las labores de elaboración que reporte de ventas</li> <li>✓ Apoyar a los meseros</li> <li>✓ Apoyo en el cobro a los clientes</li> </ul>

<b>Cargo</b>	<b>Ayudante de cocina</b>
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Personal con capacidad para cortar las verduras</li> <li>✓ Saber administrar el tiempo</li> </ul>
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Cortar las verduras</li> <li>✓ Realizar compras</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Ayudar a los mozos en lo pertinente</li> <li>✓ La limpieza de los utensilios tomando en consideración las medidas de salubridad</li> </ul>
--	---

## 7. Diagnostico empresarial

	<b>FORTALEZAS</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Precio acorde a los estándares de calidad</li> <li>2. Personal capacitado en atención al cliente</li> <li>3. Implementación de equipos adecuados</li> <li>4. Contar con local propio</li> </ol>	<b>DEBILIDADES</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Poca capacidad de respuesta</li> <li>2. No realiza una supervisión adecuada los ingresos</li> <li>3. Carencia de estrategias frente a la competencia</li> </ol>
<b>OPORTUNIDADES</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Deseo de apertura nuevo local</li> <li>2. Aplicativos tecnológicos para atención al cliente</li> <li>3. Crecimiento de la población</li> </ol>	<b>F-O</b> (F1, O1) Aprovechar el precio de los platos para abrir el nuevo local (F2, O2) Aprovechar la capacidad del personal para usar nuevos aplicativos (F3, O3) Mejorar los equipos o ampliar local del restaurante para brindar el servicio a más clientes	<b>F-A</b> (F1, A1) generar una ventaja competitiva con los precios (F2, A2) Realizar todos los protocolos de seguridad (F3.A3) Contar con cámaras de seguridad
<b>AMENAZAS</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Costos elevados para pedir permiso de funcionamiento</li> <li>2. Pandemia mundial</li> <li>3. Incremento de delincuencia</li> </ol>	<b>D-O</b> (D1, O1) tener un control minucioso de la capacidad del personal (D2, O2) Aprovechar el sistema tecnológico para llevar un control adecuado los ingresos (D3, O3) implementar estrategias de para no perder el cliente	<b>D-A</b> (D1, A1) Mejorar la capacidad del personal a traves de feedback (D2, A2) Tener una base de datos (D3, A3) Mantener las actividades dentro de zona segura.

## 8. Indicadores de una buena gestión

Indicadores para la gestión de la empresa

Indicadores	Evaluación de los indicadores dentro de estas empresas
Evaluación constante del servicio que se ofrece	Tienen un conocimiento empírico de la calidad de servicio
Capacitar al personal	Deficiencias para capacitar al personal y no contar herramientas necesarias para realizarlo.

Mejorar al trato al cliente	No utilizan estrategias como tratar al cliente.
-----------------------------	---

## 9. Problemas

Problemas identificados en la empresa

Indicadores	Problema	Surgimiento del problema
Evaluación constante del servicio que se ofrece	Tienen un conocimiento empírico de la calidad de servicio	Descuido de los representantes de conocer temas sobre en ofrecer un servicio de calidad
Capacitar al personal	Deficiencias para capacitar al personal y no contar herramientas necesarias para realizarlo	No realizan acciones que les ayuden a mejorar en ofrecer un servicio de calidad
Mejorar al trato al cliente	No utilizan estrategias como tratar al cliente.	Solo buscan ganar y no más el trato al cliente.

## 10. Establecer soluciones

a). Establecer acciones

Indicadores	Problema	Acción de mejora
Evaluación constante del servicio que se ofrece	Tienen un conocimiento empírico de la calidad de servicio	Asistir o inscribirse en cursos o talleres que traten acerca de la calidad de servicio
Capacitar al personal	Deficiencias para capacitar al personal y no contar herramientas necesarias para realizarlo	Una vez al mes a realizar la capacitación a todo el personal que forma parte de la empresa
Mejorar al trato al cliente	No utilizan estrategias como tratar al cliente.	Implementar estrategias que ayuden a evaluar las necesidades del cliente y responder adecuadamente sus inquietudes

b). Estrategias que desean implementar

N.º	Acción de mejora	Dificultad	Plazo	Impacto	Priorización
1	Asistir o inscribirse en cursos o talleres que traten acerca de la calidad de servicio	Poco interés de los representantes en no invertir en conocimientos en nuestras herramientas administrativas	2 a 3 meses	Tomar decisiones correctas y adecuada en prestar un servicio de calidad	Al tener un conocimiento nuevo permite prestar un servicio mejor al cliente
2	Una vez al mes a realizar la capacitación a todo el personal que forma parte de la empresa	Poco presupuesto para realizar la capacitación	1 a 2 meses	Mejora y aumento de la capacidad de respuesta de los colaboradores hacia los clientes.	Capacitar a todos los trabajadores y realizar la evaluación en cierto tiempo
3	Implementar estrategias que ayuden a evaluar las necesidades del cliente y responder adecuadamente sus inquietudes	Desinterés de los representantes	3 a 4 mese	Fidelización y confianza de los clientes	Realizar la búsqueda de los diferentes bases informativos.

c). Recursos para la implementación de estrategias

N.º	Acción de mejora	Recursos humanos	Económicas	Tecnológicos	Tiempo
1	Asistir o inscribirse en cursos o talleres que traten acerca de la calidad de servicio	Representante de la empresa	Aproximadamente a 700 soles	Laptop Folletos Manuales	3 mese
2	Una vez al mes a realizar la capacitación a todo el personal que forma parte de la empresa	Responsable o gerente de la empresa	Aproximadamente 500 soles	Local Laptop Diapositivas	
3	Implementar estrategias que ayuden a evaluar las necesidades del cliente y responder adecuadamente sus inquietudes	Gerente de la empresa		Laptop Internet Manuales	

## **5.2. Análisis de resultados**

### **Referente a las características de fiabilidad de la calidad de servicio en las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes en la ciudad, 2021**

Se determinó que el 71,70% de los representantes manifestaron que siempre sus colaboradores cumplen lo prometido en tiempo pactado con el cliente de los restaurantes en la ciudad de Yungay (Tabla 1), lo cual coincide con Elguera (2016) el 36% de los gerentes encuestados del restaurante de Huánuco mencionan que están conformes a que sus trabajadores cumplen lo que prometen. También en lo teórico con Vargas y Aldana (2020) manifiestan la fiabilidad comprende la capacidad que tienen las empresas para prestar el servicio confiable a los clientes, pero contrasta con López (2018) que el 46% de los clientes encuestados no están de acuerdo a que los trabajadores cumplen lo que prometen en el restaurante de Rach's en la ciudad de Guayaquil; esto demuestra que en las MYPES del rubor restaurantes los responsables hacen que sus colaboradores cumplan con lo que prometen el servicio para lograr la satisfacción del cliente, ya que así mejoran calidad de servicio a traves de la fiabilidad del cliente.

En cuanto ofrecen un servicio seguro el 89,10% los representantes encuestados manifiestan que siempre (Tabla 1), coincide con Elguera (2016) que el 48% de los gerentes encuestados en los restaurantes de Huánuco mencionan que los consumidores siempre se sienten satisfechos con el servicio seguro que ofrecen los restaurantes, también con Gabriel (2017) que el 50% de los clientes encuestados están de acuerdo con servicio seguro de la empresa, este resultado muestra a que los representantes de los restaurantes de la ciudad de Yungay siempre se preocupan en ofrecer un servicio adecuado y fiable a sus clientes ,ya que ellos son la razón de ser de estas empresas en el mercado y así permite mejorar en ese aspecto frente a la competencia.

### **Características de la capacidad de respuesta en las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes en la ciudad de Yungay, 2021**

La atención rápida el 54,30% de los representantes encuestados de los restaurantes en la ciudad de Yungay manifiestan siempre (tabla 2). Coincide con Cornel (2016) el 46,6% de los clientes encuestados están satisfechos con la atención del personal en el restaurante Pizza Hut en centro comercial Lima, también con Gabriel (2017) el 51,8% los clientes encuestados están de acuerdo con la atención rápida del personal y en lo teórico con Arenal (2016) que menciona los empresarios deben entender la forma como ofrecer un servicio de calidad y trato hacia el consumidor para lograr la diferencia de las demás empresas, este resultado demuestra que la mayoría de estas empresas cuenta con personales eficientes.

Están dispuestos a ayudar a los clientes el 56.50% los representantes de los restaurantes de la ciudad de Yungay manifiestan que siempre sus colaboradores ayudan a los clientes en lo que necesitan (tabla 2). Coincide con Dávila y Aguilar (2017) el 47% los clientes están de acuerdo con la capacidad del personal para ofrecer la ayuda y con Valls et al (2017) consideran la calidad de servicio como factor principal de la satisfacción del cliente y además como un vínculo positivo que favorece la lealtad de los clientes a la empresa, pero contrasta con López (2018) que el 40% de los clientes encuestados no se sienten satisfecho a que los trabajadores nunca están dispuestos a ayudarlos, esto demuestra que los personales de estas empresas del rubro restaurante están dispuestos a ayudar a los clientes ,ya que generará beneficios para la empresa logrando la satisfacción del cliente con el servicio brindado.

### **Características de la seguridad en las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes en la ciudad de Yungay, 2021**

Transmiten confianza sus colaboradores el 65.20% los representantes manifiestan que siempre transmiten confianza a los clientes (tabla 3), este resultado coincide con Romero (2020) el 37% los dueños de los restaurantes en Zaruma califican un nivel alto la confianza y seguridad, también con De la cruz (2019) el 69,5% los clientes encuestados consideran un nivel regular la seguridad (confianza hacia el cliente). Además, coincide en lo teórico con Valls et al (2017) manifiestan que es importante a que los empleados de las empresas tengan conocimiento y habilidades para transmitir confianza y seguridad hacia los clientes, esto demuestra a que los empleados de las micro y pequeñas empresas del rubro restaurante en la ciudad de Yungay siempre transmiten confianza a los clientes. Además, el 67.40% los representantes manifiestan que siempre buscan la seguridad para sus clientes dentro de sus restaurantes de la ciudad de Yungay (Tabla 3). Que coincide con Cornel (2016) el 39,0% los clientes encuestados están satisfechos con la seguridad que brinda el restaurante pizza hut y en lo teórico con Vargas y Aldana (2020) consideran a que las empresas deben demostrar la preocupación por el interés del cliente y por dar una mayor satisfacción. En tal sentido en su mayoría los clientes se sienten seguros al asistir a los restaurantes ya que los dueños buscan comunidad para sus clientes.

### **Características de la empatía en las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes en la ciudad de Yungay, 2021**

Para demostrar la empatía a los clientes los representantes de los restaurantes en la ciudad de Yungay, el 67.40% algunas veces ofrecen un servicio personalizado (tabla 4). Coincide con Gabriel (2017) el 56,0% de los clientes no están de acuerdo a que los restaurantes brinden un servicio personalizado. Contrasta con lo teórico con Vargas y

Aldana (2020) manifiestan que la empatía demuestra la disposición que tienen las empresas para ofrecer un servicio cuidado y atención personalizada a los clientes, además contrasta con De la Cruz (2019) que el 76,7% de los clientes consideran un nivel regular la atención personalizada en el restaurante la española-Cañete. Por lo que es importante ofrecer un servicio personalizado a veces ya que los clientes se sienten únicos y especiales al momento de adquirir el servicio.

Asimismo, el 67,40% de los representantes de los restaurantes en la ciudad de Yungay comprenden la necesidad que tienen los clientes (tabla 4). Que coincide con López (2018) el 30% de los consumidores están totalmente de acuerdo que los restaurantes comprendan sus necesidades en base al servicio que ofrecen y en lo teórico con Blanco (2019) un servicio de calidad trata de que las empresas comprendan lo que buscan los clientes y lograra satisfacerlas, pero contrasta con García (2019) el 24% los clientes manifiestan que el restaurante no comprende sus necesidades. En tal sentido los clientes desean sentirse comprendidos para las organizaciones que prestan el servicio, ya que el objetivo que tienen los restaurantes es satisfacer las expectativas de los clientes en el servicio que ofrecen.

El 73,90% de los representantes manifiestan que algunas veces sus empleados son amables con los clientes (Tabla 4), que coincide con Dávila y Aguilar (2017) el 48%% de los clientes encuestados están de acuerdo con la simpatía y amabilidad del personal, también con Maldonado (2018) que el 70% de los clientes están de acuerdo con la amabilidad de los empleados. Este resultado demuestra en la mayoría de los restaurantes en la ciudad de Yungay cuentan con los empleados o los mozos pocos amables, pero esto deben mejorar para que puedan lograr más clientes.

## **Características de elementos tangibles de las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes en la ciudad de Yungay, 2021**

Los espacios físicos de las empresas del rubro restaurantes en la ciudad de Yungay, el 78,30% consideran que siempre cuenta con instalaciones(ambiente) adecuadas para que puedan prestar el servicio (tabla 5). Coincide con López (López D. , 2018) el 67% de los clientes encuestados están de acuerdo a que el restaurante cuenta con máquinas y equipos de apariencia moderna y con Maldonado (2018) el 71% de los clientes están de acuerdo con el equipamiento adecuado de la empresa. También coincide con Vargas y Aldana (2020) consideran que los aspectos físicos y los equipos de las empresas deben ser lo mejor para prestar un servicio adecuado, ya que representa la imagen de la empresa para poder construir la lealtad de los clientes; esto demuestra que las instalaciones de las MYPES del rubro restaurantes son adecuadas para brindar el servicio.

Referente a los materiales de comunicación el 69.60% los representantes de los restaurantes de la ciudad de Yungay consideran que siempre lo tienen visualmente atractivos (tabla 5). Este resultado coincide con Gabriel (2017) el 38,7% los clientes encuestados manifiestan de estar de acuerdo respecto a los materiales que utiliza los restaurantes (folletos, lista de precios, menú), además con Tacunan (2016) el 39,7% de los clientes están de acuerdo con los materiales de comunicación, ya que son atractivos visualmente, en tal sentido la mayoría de los clientes están de acuerdo con el aspecto físicos de las empresas de rubro restaurantes, por ello es importante contar con materiales de comunicación visual porque mediante ello los clientes perciben el servicio que ofrece la empresa.

## **VI. CONCLUSIONES**

### **Conclusión general**

Las micro y pequeñas rubro restaurantes en la ciudad de Yungay para lograr la sostenibilidad de sus empresas en el mercado en su mayoría están ejecutando en forma adecuada la calidad de servicio, por parte de los responsables bajo sus cinco componentes como la fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y los elementos tangibles. Esto se da porque la gran mayoría de los representantes se preocupan por mejorar las expectativas de los clientes ofreciendo una calidad de servicio y cubriendo las necesidades que buscan, finalmente estos resultados están orientados para que los responsables mejoren eficientemente la calidad de servicio para lograr la sostenibilidad de esta empresa en el futuro.

### **Conclusiones específicas**

Los restaurantes en la ciudad de Yungay el 89.10% ofrecen un servicio seguro y el 71.70% cumplen lo que prometen a sus clientes en lo que respecta a tiempo y al servicio, esto se refleja en la fiabilidad de la calidad de servicio, esto se debe a que los representantes de estas empresas se preocupan por ofrecer un servicio de calidad demostrando siempre la fiabilidad absoluta a sus clientes, ya que, la permanencia de las empresas es a gracias a la participación de los clientes en su desarrollo diaria, en tal sentido permite para que estas empresas sigan mejorando para lograr una ventaja competitiva

Los representantes de las empresas de rubro restaurantes en la ciudad de Yungay tienen una capacidad de respuesta eficiente hacia los clientes, ya que, el 54.30 % siempre brindan la atención rápida y el 56.50% están dispuestos a ayudar o dar respuesta a sus inquietudes

de los consumidores, ya que los dueños se preocupan por ofrecer una calidad de servicio cubriendo las expectativas de los clientes, y así capten más clientes en el mercado.

Los responsables de las empresas del rubro restaurante cuentan con trabajadores capaces, ya que el 65.20% a través de sus comportamientos siempre transmiten confianza hacia los clientes, además el 67.40% siempre buscando la seguridad dentro de sus locales, esto se debe porque los responsables de dichas empresas buscan día a día mejorar el servicio que ofrecen en la ciudad de Yungay. Lo cual los resultados obtenidos están orientados en mejorar la seguridad porque permite lograr más clientes y el crecimiento en el mercado.

Los representantes de las empresas de rubro restaurantes manifiestan que hay algunas deficiencias para demostrar la empatía por parte de sus colaboradores hacia los clientes, ya que el 67.40% algunas veces ofrecen un servicio personalizado y el 73.90% algunas veces son amables con los clientes, sin embargo el 67.40% siempre comprenden claramente las necesidades que tienen los consumidores, esto se debe porque las empresas a veces cuentan con trabajadores de capacidad deficiente para atender a los clientes y con conocimientos empíricos, en tal sentido estos resultados obtenidos están orientados hacia los responsables para que realicen algunas mejoras respecto a esta dimensión de la calidad de servicio para mejorar el trato hacia al cliente.

Los responsables de la empresa de rubro restaurantes en dicha ciudad respecto a los aspectos físicos de la empresa el 78.30% siempre cuentan con instalaciones adecuadas para prestar el servicio y el 69.60% con materiales de comunicación visualmente atractivos, ya que representa la imagen de la empresa y que los clientes lleven un aspecto agradable. Esto se debe porque los responsables se preocupan por el bien de la empresa.

## **ASPECTOS COMPLEMENTARIOS**

En lo general se recomienda a los responsables de los restaurantes en la ciudad de Yungay, que tomen en cuenta todos los componentes de la calidad de servicio para lograr la sostenibilidad de la empresa y para que puedan ofrecer un mejor servicio, en tal sentido permita lograr más clientes y ser diferente de la competencia, buscando siempre la permanencia de la empresa en el mercado.

Se recomienda a los representantes de los restaurantes en la ciudad de Yungay a que continúen mejorando la fiabilidad para que los clientes perciban su calidad de servicio de estas empresas y para lograr la sostenibilidad, por lo tanto, es importante implementar la herramienta feedback por parte de los responsables a fin de no solo ofrecer una calidad de servicio si no de superar las expectativas de los clientes.

Se recomienda a que los responsables realicen capacitaciones a cada cierto tiempo a sus empleados para que sigan mejorando la capacidad de respuesta hacia los clientes a través de una comunicación adecuada y asertiva respondiendo todas las inquietudes que representan los consumidores, por ende, permita ofrecer una atención rápida confiable

Para que sigan fortaleciendo la seguridad se sugiere a los responsables de los restaurantes en la ciudad de Yungay deben realizar charlas motivacionales a los colaboradores para sigan representando a la empresa según políticas establecidas cada restaurante, ya que es importante transmitir confianza hacia los clientes, de tal modo, permita lograr la fidelización hacia la empresa a través y recomendación a otras personas.

Para mejorar la empatía los responsables deben contar con programas de capacitación para sus empleados para que así proporcione herramientas para comprender lo que el

cliente busca o necesita y que brinden un servicio adecuado. Además, el responsable o el gerente debe asistir en talleres o charlas sobre temas de la calidad de servicio.

Existe conformidad respecto al aspecto físico de la empresa, por lo que se recomienda considerar las opiniones de los clientes o personas expertos modelación de locales para mejorar en algunos aspectos de los elementos tangibles de la empresa, ya que puede ser útil para tomar decisiones para realizar algunas remodelaciones, para mantener la comodidad de los clientes.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Gastalver, C. (2017). *Calidad y servicios de proximidad en el pequeño comercio* (5ª ed.). España: Elearning. <https://books.google.com.pe/>
- Huamán, J. (15 de diciembre de 2019). Las mypes en el Perú. *gestiopolis*. <https://www.gestiopolis.com/>
- Arenal, C. (2016). *Calidad y servicio de aproximidad en el pequeño comercio*. San Millán. <https://elibro.net/>
- Bembibre, C. (18 de julio de 2015). *Establecimientos en el cual ofrecen comidas y bebidas para su consumo in situ*. definicionabc: <https://www.definicionabc.com/>
- Blanco, M. (2019). *Atención al cliente y calidad en el servicio*. España: Innovación y Cuantificación, S.L. <https://elibro.net/>
- Caronel, C. (2016). *Calidad de servicio y grado de satisfacción del cliente en el restaurante pizza Hut en el centro comercial mega plaza Lima, 2016. (tesis de titulación)*. Pimentel-Perú: Universidad Señor de Sipán. <http://servicios.uss.edu.pe/>
- Cortés, J. (2017). *Sistema de gestión de calidad (ISO 9001:2015)*. España. <https://books.google.com.pe/>
- Davila, K., & Flores, M. (2017). *Evaluación de la calidad del servicio en el restaurante turístico el cántaro E.I.R.L DE Lambayeque. (tesis de titulación)*. Chiclayo: Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. <http://tesis.usat.edu.pe/>
- 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, 2018. (tesis de titulación)*. Cañete: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. <http://repositorio.uladech.edu.pe/>
- el Congreso de la República. (24 de Setiembre de 2013). Promulgan Ley N° 30056 que modifica la actual Ley MYPE y otras normas para las micro y pequeñas empresas. *mep*. <https://www.mep.pe/>

- Gabriel, S. (2017). *Calidad de servicio del restaurante La Rosa Náutica, distrito Miraflores 2017:(tesis de titulación)*. Lima: Universidad César Vallejo. de <https://repositorio.ucv.edu.pe/>
- García, P. (2017). La calidad y servicio más valorado por los españoles en los restaurante. *Gestión*. <https://enlacocina.telemesa.es/>
- García, P. (2019). *Análisis de la calidad del servicio del restaurante Toro Asado para diseñar un plan de mejora del servicio:(tesis de titulación)*. Guayaquil: Universidad del Guayaquil. <http://repositorio.ug.edu.ec/>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación* (5ª ed.). México: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. .
- Ibáñez, J. (2015). *Métodos, técnicas e instrumentos de la investigación criminológica*. Madrid:Dikynson.[https://books.google.com.pe/books?id=ggTdBAAAQBAJ&dq=metodologia+dela+investigacion+libro&source=gbs\\_navlinks\\_s](https://books.google.com.pe/books?id=ggTdBAAAQBAJ&dq=metodologia+dela+investigacion+libro&source=gbs_navlinks_s)
- JL consultores. (14 de septiembre de 2019). *Calidad de servicio influye en 60% en decisión de compra de limeños*. *Gestión*: <https://gestion.pe/>
- López, D. (2018). *Calidad del servicio y la satisfacción de los clientes del Restaurante Rach's de la ciudad de Guayaquil:(tesis de titulación)*. Guayaquil: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. <http://repositorio.ucsg.edu.ec/>
- López, J. (2020). *COMT004PO:fundamentos de atención al cliente*. España: Elearning s.l. <http://books.google.com.pe/>
- Maldonado , C. (2018). *Calidad de servicio y posicionameinto de la empresa Ishiba Contratistas Generales,Chimbote 2018.(tesis de titulación)*. Chimbote: Universidad Santo Pedro. <http://publicaciones.usanpedro.edu.pe/>
- Meriño, V., Martínez , C., & Pérez, C. (4 de Noviembre de 2018). Emprendimiento sostenible para el desarrollo económico de las PYMES. *revistaespacios*, Pág. 3. <https://www.revistaespacios.com/>
- Moya , M. (10 de junio de 2019). Estrategia:calidad de servicio. *revistalogistec*. de <https://www.revistalogistec.com/>

- Muñoz , C. (2015). *Metodología de la investigación*. México: Oxford University Press. Obtenido de [https://books.google.com.pe/books?id=DflcDwAAQBAJ&dq=hipotesis+en+investigacion&source=gbs\\_navlinks\\_s](https://books.google.com.pe/books?id=DflcDwAAQBAJ&dq=hipotesis+en+investigacion&source=gbs_navlinks_s)
- Prieto, J. (2014). *Gerencia del servicio: La clave para ganar todos* (3° ed.). Bogotá. e <https://books.google.com.pe/>
- Rodríguez, D. (2016). Emprendimiento sostenible, significado y dimensiones. *Dialnet*, pp. 419-448.
- Romero, J. (2020). *Determinación de un modelo de calidad de servicio en restaurante de la ciudad de Zaruma.(tesis de Grado)*. Ecuador: Universidad de Católica de Santiago de Guayaquil. <http://192.188.52.94/>
- Tacunan, N. (2016). *Caracterización de la calidad de servicio bajo el modelo servperf en las micro y pequeñas empresas del sector servicios-rubro restaurantes en el Distrito de Huari, 2014:(tesis de titulación)*. Huaraz: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. <http://repositorio.uladech.edu.pe/>
- Valle, Y., & Pérez, C. (2016). *La Responsabilidad Social Universitaria: emprendimiento sostenible como impacto de intervención en comunidades vulnerables*. Bogotá. doi:DOI: <http://dx.doi.org/10.21158/0120860.n81.2016.1560>
- Valls, W., Román, V., Chica, C., & Salgado, G. (2017). *La calidad del servicio: Vía segura para alcanzar la competitividad*. Manabí-Ecuador: Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. <https://isbn.cloud/97899429592/la-calidad-de-servicio-via-segura-para-alcanzar-la-competitividad/>
- Vargas, M., & Aldana, R. (2020). *calidad en el servicio: conceptos y herramientas*. Bogotá: Universidad de la Sabana. de <https://issuu.com/>
- Vázquez, J. (2015). *El Emprendimiento Empresarial: La Importancia de ser Emprendedor*. España: Campus academy. <https://books.google.com.pe/>

## ANEXOS

### Anexo 1: Cronograma de actividades

<b>CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES</b>																	
N.º	Actividades	AÑO 2020-2				AÑO 2021-0				AÑO 2021-1				AÑO 2021-2			
		SEMESTRE II				SEMESTRE I				SEMESTRE II				SEMESTRE I			
		TESIS I				TESIS II				TESIS III				TESIS IV			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Elaboración del Proyecto	X	X	X													
2	Revisión del proyecto por el Jurado de Investigación			X													
3	Aprobación del proyecto por el Jurado de Investigación			X													
4	Exposición del proyecto al Jurado de Investigación o Docente Tutor			X													
5	Mejora del marco teórico				X												
6	Redacción de la revisión de la literatura.				X	X											
7	Elaboración del consentimiento informado (*)					X											
8	Ejecución de la metodología						x										
9	Resultados de la investigación							x									
10	Análisis de los resultados								x	x							
11	Conclusiones y recomendaciones									x	x						
12	Redacción del pre informe de Investigación										x	x					
13	Reacción del informe final													x	x		
14	Aprobación del informe final por el Jurado de Investigación															X	
15	Presentación de ponencia en eventos científicos															X	
16	Redacción de artículo científico																X

## Anexo 2: El presupuesto

<b>PRESUPUESTO DESEMBOLSABLE (estudiante)</b>			
<b>Categoría</b>	<b>Base</b>	<b>% numero</b>	<b>Total (s/.)</b>
<b>Suministros (*)</b>			
• Impresiones fotocopias	0.20	100	20
• Empastados	6.00	2	12
• Papel bond A-4 (500 hojas)	0.10	100	10
• Lapiceros			
<b>Servicios</b>			
Uso de Turnitin	50.00	2	100.00
<b>Sub total</b>			<b>142</b>
<b>Gastos de viaje</b>			
• Pasajes para recolectar información	1.00	30	30
<b>Sub total</b>			30
<b>Total, de presupuesto desembolsable</b>			<b>172</b>
<b>Presupuesto no desembolsable (universidad)</b>			
<b>Categoría</b>	<b>Base</b>	<b>% numero</b>	<b>Total (s/.)</b>
<b>Servicio</b>			
• Uso de Internet (Laboratorio de Aprendizaje Digital - LAD)	30.00	4	120
• Búsqueda de información en base de datos	35.00	2	70
• Soporte informático (Módulo de Investigación del ERP University - MOIC)	40.00	4	160
• Publicación de artículo en repositorio institucion	50.00	1	50
<b>Sub total</b>			
<b>Recurso humano</b>			
• Asesoría personalizada (5 horas por semana)	63.00	4	252
<b>Sub total</b>			<b>652</b>
<b>Total, de presupuesto no desembolsable</b>			652
<b>Total (S/.)</b>			<b>824</b>

### Anexo 3: Instrumento de recolección de datos

N.º	ÍTEMS	ESCALA		
<b>FIABILIDAD</b>		<b>Siempre</b>	<b>Algunas veces</b>	<b>Nunca</b>
01	¿En su empresa cumplen lo prometido en tiempo determinado?			
02	¿En su empresa ofrecen un servicio seguro a los clientes?			
<b>CAPACIDAD DE RESPUESTA</b>		<b>Siempre</b>	<b>Algunas veces</b>	<b>Nunca</b>
03	¿En su empresa la atención es rápida con los pedidos de los clientes?			
04	¿En su empresa sus trabajadores ayudan a los clientes a solucionar sus problemas?			
<b>SEGURIDAD</b>		<b>Siempre</b>	<b>Algunas veces</b>	<b>Nunca</b>
05	¿En su empresa el comportamiento de sus trabajadores transmite confianza hacia los clientes?			
06	¿Cómo gerente busca seguridad para sus clientes en su establecimiento?			
<b>EMPATÍA</b>		<b>Siempre</b>	<b>Algunas veces</b>	<b>Nunca</b>
07	¿En su empresa ofrece servicio personalizado a los clientes?			
08	¿En su empresa el personal es amable con los clientes?			
09	¿Usted cómo gerente comprende la necesidad de sus clientes?			
<b>ASPECTOS FISICOS</b>		<b>Siempre</b>	<b>Algunas veces</b>	<b>Nunca</b>
10	¿En su empresa las instalaciones son adecuadas para prestar el servicio?			
11	¿A los materiales de comunicación mantienen atractivos visualmente?			

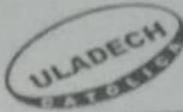
#### Anexo 4: Directorio de las empresas

N.º	NOMBRE COMERCIAL	REPRESENTANTE LEGAL	DIRECCIÓN
1	RESTAURANTE-PICANTERÍA "LLANERO"	UCHPAS HUERTA GLORIA CONSUELO	JR LEONCIO PRADO S/N-YUNGAY
2	RESTAURANTE EL BUEN SABOR	LÉON DE VASQUEZ DELFINA AURORA	JR SANTO DOMINGO S/N-YUNGAY
3	RESTAURANTE RINCÓN TARMEÑO	ROMERO ROCA JULIA MARLENE	AV. ARLAS GRAZZNIANI S/N-YUNGAY
4	RESTAURANTE TURÍSCO YUNGAY HERMOSURA	TORRES MENA ARMANDO	AV.28 DE JULIO S/N-YUNGAY
5	RESTAURANTE CAMPESTRE "SABORES ANDINOS"	FITZCARRALD DE MEJIA PILAR F.	CARRETERA CENTRAL CASERIO DE HUANCHUY
6	RESTAURANTE LA CASA	BARROSO PÉREZ MARIA IDELBERTA	AV. ARIAS GRAZZIANI S/N-YUNGAY
7	RESTAURANTE "LAS DELICIAS"	RAMIREZ ARNAO HEIDI KARINA	AV. ARIAS GRAZZIANI S/N-YUNGAY
8	RESTAURANTE ALPAMAYO	QUIROGA DE PAJUELO INGEBORG JESÚS	AV. CENTENARIO NORTE (CARRETERA CENTRAL HUARAZ A CARAZ)
9	RESTAURANTE YOMEIRA	ROSALES PEÑA EFRAIN ROBERT	AV.28 DE JULIO S/N-YUNGAY
10	RESTAURANTE "DELICIA"	PASIÓN SOSA JUSTO MAGNO	CALLE INDUSTRIAL SECTOR SANTA ROSA S/N-YUNGAY
11	RESTAURANTE "CHABELA"	PARIA UCHPA NANCY LUISA	AV. ARIAS GRAZZIANI S/N-YUNGAY
12	RESTAURANTE MAYOLUZ	VARGAS TORRES MANUEL RUBEN	CERRETERA HUARAZ-CARAZ COSTADO DEL CAMAL-YUNGAY
13	RESTAURANTE YUNGAINO	FELIPE NATIVIDAD BLANCA MARIA	JR. LEONCIO PRADO SECTOR PAMPAC-YUNGAY
14	RESTAURANTE-LLANGANUCO	MENDOZA HUAMÁN HERMELINDA ELENA	ESQUINA DE LA PLAZA DE ARMAS-YUNGAY
15	RESTAURANTE-KING	FRANCISCO URBANO BARRIOS AGULA	AV. ARIAS GRAZZIANI-YUNGAY
16	RESTAURANTE "KAWAQ YAKU"	RANDOLPH SCOTT ROSS JR	INTERSECCIÓN DEL JR.28 DE JULIO Y RJ. 2 DE MAYO-YUNGAY
17	RESTAURANTE "LOBO"	NEHEMIAS MICHAEL SOSA MEJIA	CAMPO FERIAL-LADO NORTE S/N-YUNGAY
18	RESTAURANTE TURISTICO "YUNGAY HERMOSURA"	ARMANDO TORRES MENA	AV. ARIAS GRAZZIANI-YUNGAY
19	REATURANTE BRITER	ARMANDINA MORRILLO VIA	CARRETERA CENTRAL S/N-YUNGAY
20	RESTAURANTE "SAZÓN YUNGAINO"	CINDER BEATRIZ HUERTA ASHNATE	MZ "J" LOTE 10 Y 05-JR. INÉZ DE SALAS-YUNGAY
21	RESTAURANTE TURÍSTICO "VILLASOL DEL HUASCARÁN"	SANDRA NELYDA BERNALDO FUENTES	SECTOR CAMPO SANTO S/N YUNGAY
22	RESTAURANTE "LA CUCHARA BRAVA"	ESTELITA LUCIA ALVA MONTAÑEZ	JR. SANTA ROSA S/N YNUGAY
23	RESTAURANTE "PURO SABOR"	FELICIANA MARIA ROSALES DE LA CRUZ	AV.28 DE JULIO S/N YUNGAY
24	RESTAURANTE ROSITA	ROSA PELAGIA AGUILAR VILLACORTA	JR. SANTA ROSA S/N YUNGAY

25	RESTAURANTE “ROSDELY”	GRABIEL ANGEL SÁNCHEZ BARROSO	LR. SANTA ROSA S/N YUNGAY
26	RESTAURANTE “NELSON”	ELADIO DIONICIO CARRIÓN ADAGUA	AV. ARIAS GRAZZIANI NORTE-YUNGAY-ANCASH
27	RESTAURANTE “RINCONCITO MAZAQUINO”	NATALIA KARINA BARROSO ROMERO	AV. ARIAS GRAZZIANI NORTE-YUNGAY-ANCASH
28	RESTAURANTE “EL MANANTIAL II”	IRMA YOVANA PRUDENCIO CRUZ	CARRETERA LLANGANUCO S/N-CALLE 2 SANTO DOMINDO
29	RESTAURANTE “LA PULPA”	LIDIA MARINA GARCILAZO VEGA	AV. LLANGANUCO
30	RESTAURANTE “EL QUE TE DIJE”	EDOVIX SEFERINO JAVIER BENITO	URBANIZACIÓN SANTA ROSA MZ. B LOTE 15 JR. INDUSTRIAL
31	RESTAURANTE “SANTA ROSITA”	DONATA SEGUNDINA INTI HUAMÁN	URBANIZACIÓN SANTA ROSA MZ. B LOTE 23 JR. INDUSTRIAL
32	RESTAURANTE “PALACIO DEL POLLO”	VIOLETA MARIENE BEDON MACAYO	URBANIZACIÓN YUNGAY JR. INÉZ DE SALAS LOTE 10 MZ.URB.ZONA A
33	RESTAURANTE SOFI	TAMARA VILLAFAN SOFIA MARGARITA	AV. ARIAS GRAZZIANI-YUNGAY
34	RESTAURANTE CHILCA	CHILCA SALVADOR GILBER AMANCIO	CALLE 14 MZ ELT5-YUNGAY
35	RESTAURANTE “ROCKY”	SOLIS MELENDEZ MARLÓN JIM	URBANIZACIÓN YUNGAY MZ. E LOTE 10 JR..MIGUEL GRAU
36	RESTAURANTE “VIRGEN DEL ROSARIO”	MILLA RAMIREZ SIMÓN ALFREDO	URBANIZACIÓN YUNGAY - ZONA A MZ. J LOTE 10 JR..INÉZ DE SALAS
37	RESTAURANTE “MISKY WASI”	SALON PÉREZ NANCY VIOLETA	JR. LEOCIO PRADO S/N- YUNGAY
38	RESTAURANTE TURÍSTICO “EL RINCONCITO DEL ARPA YUNGAINA”	SÁNCHEZ MILLA JESÚS EMILIO	SECTOR PIQUIP CARRETERA ANTIGUA HUARAZ-CARAZ-YUNGAY
39	RESTAURANTE-POLLERIA “YAROPASIS”	SIRHUA HUERTA ROCIO VICTORIA	MZ. B LOTE 15 JR. INDUSTRIAL-YUNGAY
40	RESTAURANTE VEGA	PAREDES VEGA YBAN HIPOLITO	JR. SANTA ROSA MZ A LT 17-YUNGAY
41	RESTAURANTE CHAVEZ	MENDEZ CHAVEZ ADOLFO JAIME	AV..LIBERTAD S/N SECTOR COCHAHUAIN-YUNGAY
42	RESTAURANTE “DOÑA CARMEN”	UCHPAS JARA CARMEN	SECTOR DE COCHAHUAIN AV. CARRETERA HUARAZ-CARAZ
43	RESTAURANTE “MIRADOR”	MENDEZ HUARAC YONI EFRAIN	AV. ARIAS GRAZZIANI S/N-YUNGAY
44	RESTAURANTE ROMENO	ROMERO PÉREZ PEDRO ORLANDO	CAMPO FERIAL MZ. A LOTE 09-YUNGAY
45	RESTAURANTE “SANTA ROSA”	LINO RAMIREZ FREDY JHON	CARRETERA CENTRAL HUARAZ-CRAZ CRUCE DE LLACTA
46	RESTAURANTE PILAR	GÓMEZ ROJAS CAROLINA	CARRETERA CENTRAL HUARAZ-CARAZ-CRUCE DE LLACTA

Anexo 5. Carta de aceptación

Carta de presentación a los representantes

  
UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Carta a N° 01- 2021-RAMM-ULADECH CATÓLICA  
Sr(a). *Bedon Macayo Uelota Mariana*

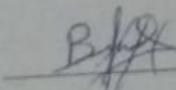
Gerente de restaurante:  
Presente. -  
De mi consideración:

Es un placer dirigirme a usted para expresar mi cordial saludo e informarle que soy estudiante de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. El motivo de la presente tiene por finalidad presentarme, **Ala Olivera Margarita Felicita**, con código de matrícula N° 1211171014, de la Carrera Profesional de Administración, ciclo VIII, quién solicita autorización para ejecutar de manera remota o virtual, el proyecto de investigación titulado **"PROPUESTA DE MEJORA DE LOS FACTORES RELEVANTES DE LA CALIDAD DE SERVICIO PARA LA SOSTENIBILIDAD DE LOS EMPRENDIMIENTOS EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS RUBRO RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE YUNGAY, 2021"**, durante los meses de enero y febrero del presente año.

Por este motivo, mucho agradeceré me brinde el acceso y las facilidades a fin de ejecutar satisfactoriamente mi investigación la misma que redundará en beneficio de su Institución.

En espera de su amable atención, quedo de usted.

Atentamente,

  
Apellidos y nombre  
DNI. N° *80364018*

Carta de presentación a los representantes



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Carta a N° 01- 2021-RAMM-ULADECH CATÓLICA

Sr(a). *Hilla Ramirez simón Alfredo*

Gerente de restaurante: *“Virgen del Rosario”*

Presente. -

De mi consideración:

Es un placer dirigirme a usted para expresar mi cordial saludo e informarle que soy estudiante de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. El motivo de la presente tiene por finalidad presentarme, **Ala Olivera Margarita Felicita**, con código de matrícula N° 1211171014, de la Carrera Profesional de Administración, ciclo VIII, quién solicita autorización para ejecutar de manera remota o virtual, el proyecto de investigación titulado **“PROPUESTA DE MEJORA DE LOS FACTORES RELEVANTES DE LA CALIDAD DE SERVICIO PARA LA SOSTENIBILIDAD DE LOS EMPRENDIMIENTOS EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS RUBRO RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE YUNGAY, 2021”**, durante los meses de enero y febrero del presente año.

Por este motivo, mucho agradeceré me brinde el acceso y las facilidades a fin de ejecutar satisfactoriamente mi investigación la misma que redundará en beneficio de su Institución. En espera de su amable atención, quedo de usted.

Atentamente,

Apellidos y nombre

DNI. N° *33199676*



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Carta a N° 01- 2021-RAMM-ULADECH CATÓLICA

Sr(a). Rosales de la Cruz Feliciana Hana

Gerente de restaurante: «i puro sabor»

Presente. -

De mi consideración:

Es un placer dirigirme a usted para expresar mi cordial saludo e informarle que soy estudiante de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. El motivo de la presente tiene por finalidad presentarme, **Ala Olivera Margarita Felicita**, con código de matrícula N° 1211171014, de la Carrera Profesional de Administración, ciclo VIII, quién solicita autorización para ejecutar de manera remota o virtual, el proyecto de investigación titulado **“PROPUESTA DE MEJORA DE LOS FACTORES RELEVANTES DE LA CALIDAD DE SERVICIO PARA LA SOSTENIBILIDAD DE LOS EMPRENDIMIENTOS EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS RUBRO RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE YUNGAY, 2021”**, durante los meses de enero y febrero del presente año.

Por este motivo, mucho agradeceré me brinde el acceso y las facilidades a fin de ejecutar satisfactoriamente mi investigación la misma que redundará en beneficio de su Institución. En espera de su amable atención, quedo de usted.

Atentamente,

Apellidos y nombre

DNI N°

Carta de presentación a los representantes



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Carta a N° 01- 2021-RAMM-ULADECH CATÓLICA

Sr(a). *Torres Mena Armando*

Gerente de restaurante: "*Turisco Yungay Heimosato*"

Presente. -

De mi consideración:

Es un placer dirigirme a usted para expresar mi cordial saludo e informarle que soy estudiante de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. El motivo de la presente tiene por finalidad presentarme, **Ala Olivera Margarita Felicita**, con código de matrícula N° 1211171014, de la Carrera Profesional de Administración, ciclo VIII, quién solicita autorización para ejecutar de manera remota o virtual, el proyecto de investigación titulado "**PROPUESTA DE MEJORA DE LOS FACTORES RELEVANTES DE LA CALIDAD DE SERVICIO PARA LA SOSTENIBILIDAD DE LOS EMPRENDIMIENTOS EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS RUBRO RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE YUNGAY, 2021**", durante los meses de enero y febrero del presente año.

Por este motivo, mucho agradeceré me brinde el acceso y las facilidades a fin de ejecutar satisfactoriamente mi investigación la misma que redundará en beneficio de su Institución. En espera de su amable atención, quedo de usted.

Atentamente,

Apellidos y nombre

DNI. N° *46015771*

Carta de presentación a los representantes



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Carta a N° 01- 2021-RAMM-ULADECH CATÓLICA

Sr(a). León de Vasquez Delfino Aurora

Gerente de restaurante: "E. buen sabor"

Presente. -

De mi consideración:

Es un placer dirigirme a usted para expresar mi cordial saludo e informarle que soy estudiante de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. El motivo de la presente tiene por finalidad presentarme, **Ala Olivera Margarita Felicita**, con código de matrícula N° 1211171014, de la Carrera Profesional de Administración, ciclo VIII, quién solicita autorización para ejecutar de manera remota o virtual, el proyecto de investigación titulado **"PROPUESTA DE MEJORA DE LOS FACTORES RELEVANTES DE LA CALIDAD DE SERVICIO PARA LA SOSTENIBILIDAD DE LOS EMPRENDIMIENTOS EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS RUBRO RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE YUNGAY, 2021"**, durante los meses de enero y febrero del presente año.

Por este motivo, mucho agradeceré me brinde el acceso y las facilidades a fin de ejecutar satisfactoriamente mi investigación la misma que redundará en beneficio de su Institución.

En espera de su amable atención, quedo de usted.

Atentamente,

Apellidos y nombre

DNI. N° 71900978

## Anexo 6: Consentimiento informado

**Consentimiento Informado**

  
**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE**  
(Ciencias Administrativas)

La finalidad de este protocolo en ciencias administrativas, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedará con una copia.

La presente investigación se titula **PROPUESTA DE MEJORA DE LOS FACTORES RELEVANTES DE LA CALIDAD DE SERVICIO PARA LA SOSTENIBILIDAD DE LOS EMPRENDIMIENTOS EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS RUBRO RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE YUNGAY, 2021** y es dirigido por Ala Olivera, Margarita Felicita, estudiante investigadora de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es recopilar de los representantes para proponer mejoras de los factores relevantes de la calidad de servicio para la sostenibilidad para los emprendimientos en los restaurantes, y de esta manera poder sentar una base científica en el campo de estudios. Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 minutos de su tiempo.

Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

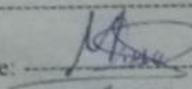
Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de medios oficiales. Si desea, también podrá escribir al correo [1211171014@uladech.pe](mailto:1211171014@uladech.pe) para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el comité de Ética de la investigación de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: Hilda Ramirez Simón Alfredo

Fecha: 12/02/2021

Correo electrónico: \_\_\_\_\_

Firma del participante: 

Firma del investigador: 

Consentimiento Informado



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE  
CHIMBOTE

(Ciencias Administrativas)

La finalidad de este protocolo en ciencias administrativas, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedará con una copia.

La presente investigación se titula **PROPUESTA DE MEJORA DE LOS FACTORES RELEVANTES DE LA CALIDAD DE SERVICIO PARA LA SOSTENIBILIDAD DE LOS EMPRENDIMIENTOS EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS RUBRO RESTAURACIÓN EN LA CIUDAD DE YUNGAY, 2021** y es dirigido por Ala Olivera, Margarita Felicita, estudiante investigadora de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es recopilar de los representantes para proponer mejoras de los factores relevantes de la calidad de servicio para la sostenibilidad para los emprendimientos en los restaurantes de esta manera poder sentar una base científica en el campo de estudios. Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 minutos de su tiempo.

Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna duda y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de medios oficiales. También podrá escribir al correo [1211171014@uladech.pe](mailto:1211171014@uladech.pe) para recibir mayor información. Asimismo, consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el comité de Ética de la investigación de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: Bedon Hdcayo Uchote Manica

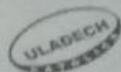
Fecha: 17/02/2021

Correo electrónico: \_\_\_\_\_

Firma del participante: [Firma]

Firma del investigador: [Firma]

Consentimiento Informado



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE  
CHIMBOTE

(Ciencias Administrativas)

La finalidad de este protocolo en ciencias administrativas, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedará con una copia.

La presente investigación se titula **PROPUESTA DE MEJORA DE LOS FACTORES RELEVANTES DE LA CALIDAD DE SERVICIO PARA LA SOSTENIBILIDAD DE LOS EMPRENDIMIENTOS EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS RUBRO RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE YUNGAY, 2021** y es dirigido por Ala Olivera, Margarita Felicita, estudiante investigadora de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es recopilar de los representantes para proponer mejoras de los factores relevantes de la calidad de servicio para la sostenibilidad para los emprendimientos en los restaurantes, y de esta manera poder sentar una base científica en el campo de estudios. Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 minutos de su tiempo.

Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de medios oficiales. Si desea, también podrá escribir al correo [1211171014@uladech.pe](mailto:1211171014@uladech.pe) para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el comité de Ética de la investigación de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: Rosales de la Cruz Feliciana Hana

Fecha: 17/02/2021

Correo electrónico: ---

Firma del participante: [Firma]

Firma del investigador: [Firma]

Consentimiento Informado



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE  
CHIMBOTE

(Ciencias Administrativas)

La finalidad de este protocolo en ciencias administrativas, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedará con una copia.

La presente investigación se titula **PROPUESTA DE MEJORA DE LOS FACTORES RELEVANTES DE LA CALIDAD DE SERVICIO PARA LA SOSTENIBILIDAD DE LOS EMPRENDIMIENTOS EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS RUBRO RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE YUNGAY, 2021** y es dirigido por Ala Olivera, Margarita Felicita, estudiante investigadora de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es recopilar de los representantes para proponer mejoras de los factores relevantes de la calidad de servicio para la sostenibilidad para los emprendimientos en los restaurantes, y de esta manera poder sentar una base científica en el campo de estudios. Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 minutos de su tiempo.

Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de medios oficiales. Si desea, también podrá escribir al correo [1211171014@uladech.pe](mailto:1211171014@uladech.pe) para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el comité de Ética de la investigación de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: Gabriel Angel Sánchez Barroso

Fecha: 13/02/2021

Correo electrónico: \_\_\_\_\_

Firma del participante: Gabriel

Firma del investigador: Ala Olivera

## Consentimiento Informado



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE  
CHIMBOTE  
(Ciencias Administrativas)

La finalidad de este protocolo en ciencias administrativas, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedará con una copia.

La presente investigación se titula **PROPUESTA DE MEJORA DE LOS FACTORES RELEVANTES DE LA CALIDAD DE SERVICIO PARA LA SOSTENIBILIDAD DE LOS EMPRENDIMIENTOS EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS RUBRO RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE YUNGAY, 2021** y es dirigido por Ala Olivera, Margarita Felicita, estudiante investigadora de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es recopilar de los representantes para proponer mejoras de los factores relevantes de la calidad de servicio para la sostenibilidad para los emprendimientos en los restaurantes, y de esta manera poder sentar una base científica en el campo de estudios. Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 minutos de su tiempo.

Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de medios oficiales. Si desea, también podrá escribir al correo [1211171014@uladech.pe](mailto:1211171014@uladech.pe) para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el comité de Ética de la investigación de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: Torres Mena Armando

Fecha: 16/02/2021

Correo electrónico: -

Firma del participante: [Firma]

Firma del investigador: [Firma]

## Anexo 7: validación del cuestionario

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

#### I. DATOS GENERALES:

1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): Yuly Yolanda Morillo Campos

1.2. Grado Académico: Magister

1.3. Profesión: Licenciada en Administración

1.4. Institución donde labora: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote

1.5. Cargo que desempeña: Docente

1.6. Denominación del instrumento: Cuestionario

1.7. Autor del instrumento: Ala Olivera Margarita Felicita

1.8. Carrera: Administración

#### I. 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: Fiabilidad (.....)</b>							
01	¿En su empresa cumplen lo prometido en tiempo determinado?	x		x		x	
02	¿En su empresa ofrecen un servicio seguro a los clientes?	x		x		x	
<b>Dimensión 2: Capacidad de respuesta</b>							
03	¿En su empresa la atención es rápida con los pedidos de los clientes?	x		x		x	
04	¿En su empresa sus trabajadores ayudan a los clientes a solucionar sus problemas?	x		x		x	
<b>Dimensión 3: Seguridad</b>							
05	¿En su empresa el comportamiento de sus trabajadores transmite confianza hacia los clientes?	x		x		x	

06	¿Cómo gerente busca seguridad para sus clientes en su establecimiento?	x		x		x		
Dimensión 4: Empatía								
07	¿En su empresa ofrece servicio personalizado a los clientes?	x		x		x		
08	¿En su empresa el personal es amable con los clientes?	x		x		x		
09	¿Usted cómo gerente comprende la necesidad de sus clientes?	x		x		x		
Dimensión 5: Elementos tangibles								
10	¿En su empresa las instalaciones son adecuadas para prestar el servicio?	x		x		x		
11	¿A los materiales de comunicación mantienen atractivos visualmente?	x		x		x		

**Otras observaciones generales:**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



**Mgtr. Yuly Yolanda Morillo Campos**

**DNI N° 33263862**

**CLAD N° 01359**

## INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

### I. DATOS GENERALES:

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

1.10. Grado Académico: Magister en Gestión Pública

1.11. Profesión: Licenciado en Administración

1.12. Institución donde labora: ULADECH

1.13. Cargo que desempeña: Coordinador de Investigación, Desarrollo Tecnológico e Innovación

1.14. Denominación del instrumento: Cuestionario

1.15. Autor del instrumento: Ala Olivera Margarita Felicita

1.16. Carrera: Administración

### II. 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	S I	NO	
<b>Dimensión 1: Fiabilidad</b>							
01	¿En su empresa cumplen lo prometido en tiempo determinado?	X		X		X	
02	¿En su empresa ofrecen un servicio seguro a los clientes?	X		X		X	
<b>Dimensión 2: Capacidad de respuesta</b>							
03	¿En su empresa la atención es rápida con los pedidos de los clientes?	X		X		X	
04	¿En su empresa sus trabajadores ayudan a los clientes a solucionar sus problemas?	X		X		X	
<b>Dimensión 3: Seguridad</b>							
05	¿En su empresa el comportamiento de sus	X		X		X	

	trabajadores transmite confianza hacia los clientes?						
06	¿Cómo gerente busca seguridad para sus clientes en su establecimiento?	X		X		X	
<b>Dimensión 4: Empatía</b>							
07	¿En su empresa ofrece servicio personalizado a los clientes?	X		X		X	
08	¿En su empresa el personal es amable con los clientes?	X		X		X	
09	¿Usted cómo gerente comprende la necesidad de sus clientes?	X		X		X	
<b>Dimensión 5: Elementos tangibles</b>							
10	¿En su empresa las instalaciones son adecuadas para prestar el servicio?	X		X		X	
11	¿A los materiales de comunicación mantienen atractivos visualmente?	X		X		X	

**Otras observaciones generales:**

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




---

Firma  
Escobedo Gálvez, José Fernando  
DNI N° 44632438

CORLAD N° 09720

## INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

### I. DATOS GENERALES:

**1.17. Apellidos y nombres del informante (Experto):** León Vigo Maritza

**1.18. Grado Académico:** Maestría de Administración

**1.19. Profesión:** Licenciada en Administración

**1.20. Institución donde labora:** Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote

**1.21. Cargo que desempeña:** Coordinadora de la Carrera Profesional de Administración

**1.22. Denominación del instrumento:** Cuestionario

**1.23. Autor del instrumento:** Ala Olivera Margarita Felicita

**1.24. Carrera:** Administración

### II. 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: Fiabilidad</b>							
01	¿En su empresa cumplen lo prometido en tiempo determinado?	x		x		x	
02	¿En su empresa ofrecen un servicio seguro a los clientes?	x		x		x	
<b>Dimensión 2: Capacidad de respuesta</b>							
03	¿En su empresa la atención es rápida con los pedidos de los clientes?	x		x		x	
04	¿En su empresa sus trabajadores ayudan a los clientes a solucionar sus problemas?	x		x		x	
<b>Dimensión 3: Seguridad</b>							
05	¿En su empresa el comportamiento de sus trabajadores transmite confianza hacia los clientes?	x		x		x	

06	¿Cómo gerente busca seguridad para sus clientes en su establecimiento?	x		x		x		
Dimensión 4: Empatía								
07	¿En su empresa ofrece servicio personalizado a los clientes?	x		x		x		
08	¿En su empresa el personal es amable con los clientes?	x		x		x		
09	¿Usted cómo gerente comprende la necesidad de sus clientes?	x		x		x		
Dimensión 5: Elementos tangibles								
10	¿En su empresa las instalaciones son adecuadas para prestar el servicio?	x		x		x		
11	¿A los materiales de comunicación mantienen atractivos visualmente?	x		x		x		

**Otras observaciones generales:**

-----

-----

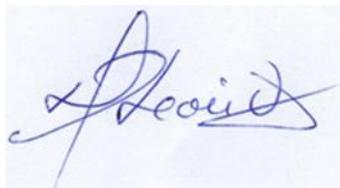
-----

-----

-----

-----

-----




---

Firma

León Vigo Maritza

DNI N°1885804

### Anexo 8: Cuadro de tabulación

Características de la fiabilidad como factor relevante de la calidad servicio para la sostenibilidad de los emprendimientos en las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes en la ciudad de Yungay,2021

Preguntas	Respuestas	Tabulación	N	%
Cumple lo prometido en tiempo pactado	Siempre	IIII IIII IIII IIII IIII IIII III	33	71.70
	Algunas veces	IIII IIII III	13	28.30
	Nunca			0.00
	Total		46	100.00
Ofrece un servicio seguro	Siempre	IIII IIII IIII IIII IIII IIII IIII IIII I	41	89.10
	Algunas veces	IIII	5	10.90
	Nunca		0	0.00
	Total		46	100.00

Características de la capacidad de respuesta como factor relevante para la sostenibilidad de los emprendimientos en las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes en la ciudad de Yungay,2021

Preguntas	Respuestas	Tabulación	N	%
La atención es rápida con los pedidos	Siempre	IIII IIII IIII IIII IIII	25	54.30
	Algunas veces	IIII IIII IIII I	16	34.80
	Nunca	IIII	5	10.90
	Total		46	100.00
Los trabajadores ayudan a los clientes	Siempre	IIII IIII IIII IIII IIII IIII I	26	56.50
	Algunas veces	IIII IIII IIII II	17	37.00
	Nunca	III	3	6.00
	Total		46	100.00

Características de la seguridad como factor relevante de la calidad de servicio para la sostenibilidad de los emprendimientos en las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes en la ciudad de Yungay,2021

Preguntas	Respuestas	Tabulación	N	%
Comportamiento de los trabajadores transmite confianza	Siempre	IIII IIII IIII IIII IIII IIII	30	65.20
	Algunas veces	IIII IIII IIII	15	32.60
	Nunca	I	1	2.20
	Total		46	100.00
Busca seguridad para los clientes en su establecimiento	Siempre	IIII IIII IIII IIII IIII IIII I	31	67.40
	Algunas veces	IIII IIII IIII	15	32.60
	Nunca		0	0.00
	Total		46	100.00

Características de la empatía como factor relevante de la calidad de servicio para la sostenibilidad de los emprendimientos en las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes en la ciudad de Yungay,2021

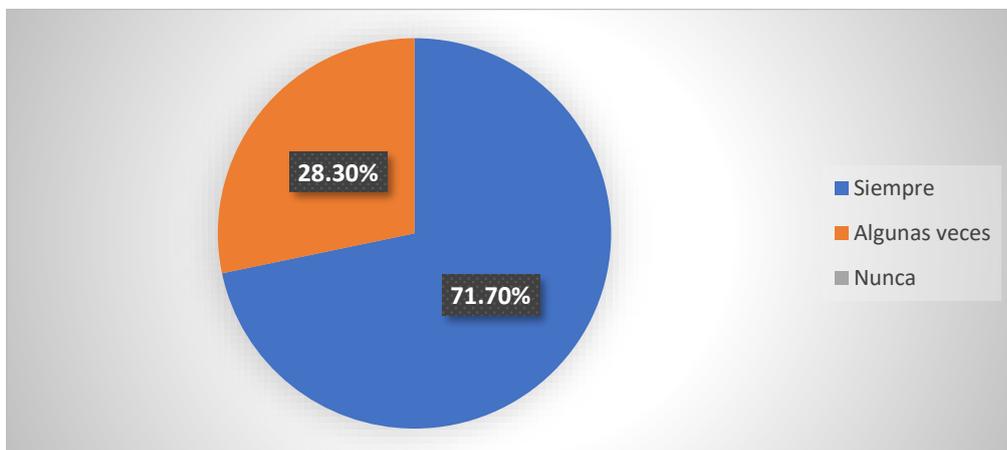
Preguntas	Respuestas	Tabulación	N	%
Ofrece un servicio personalizado	Siempre	IIII IIII	10	21.70
	Algunas veces	IIII IIII IIII IIII IIII IIII I	31	67.40
	Nunca	IIII	5	10.90
	Total		46	100.00
Empleados amables	Siempre	IIII IIII II	12	26.10
	Algunas veces	IIII IIII IIII IIII IIII IIII IIII	34	73.90
	Nunca		0	0.00
	Total		46	100.00
Compre la necesidad del cliente	Siempre	IIII IIII IIII IIII IIII IIII I	31	67.40
	Algunas veces	IIII IIII IIII	15	32.60
	Nunca		0	0.00
	Total		46	100.00

Características de los elementos tangibles como factor relevante de la calidad de servicio para la sostenibilidad de los emprendimientos en las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes en la ciudad de Yungay,2021

Preguntas	Respuestas	Tabulación	N	%
Las instalaciones son adecuadas para prestar el servicio	Siempre	IIII IIII IIII IIII IIII IIII IIII I	36	78.30
	Algunas veces	IIII IIII	9	29.60
	Nunca	I	1	2.20
	Total		46	100.00
Sus materiales de comunicación son atractivos visualmente	Siempre	IIII IIII IIII IIII IIII IIII II	32	69.60
	Algunas veces	IIII IIII III	13	28.30
	Nunca	I	1	2.20
	Total		46	100.00

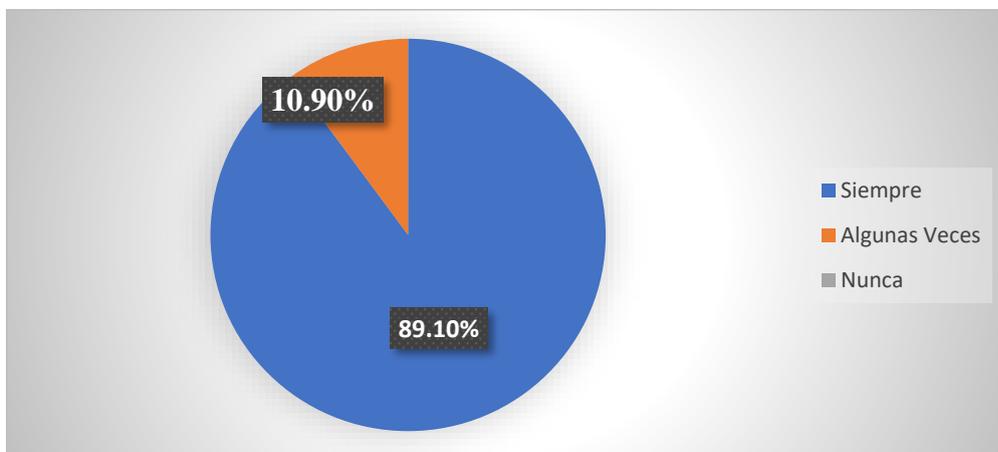
## Anexo 9: Figuras

*Características de la fiabilidad como factor relevante de la calidad servicio para la sostenibilidad de los emprendimientos en las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes en la ciudad de Yungay, 2021*



**Figura 1** Cumple lo prometido en tiempo pactado

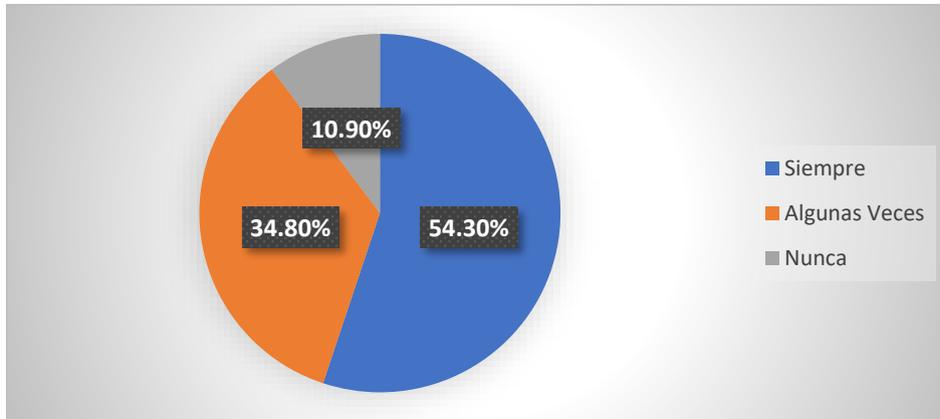
**Fuente:** Tabla 1



**Figura 2** Ofrece un servicio seguro

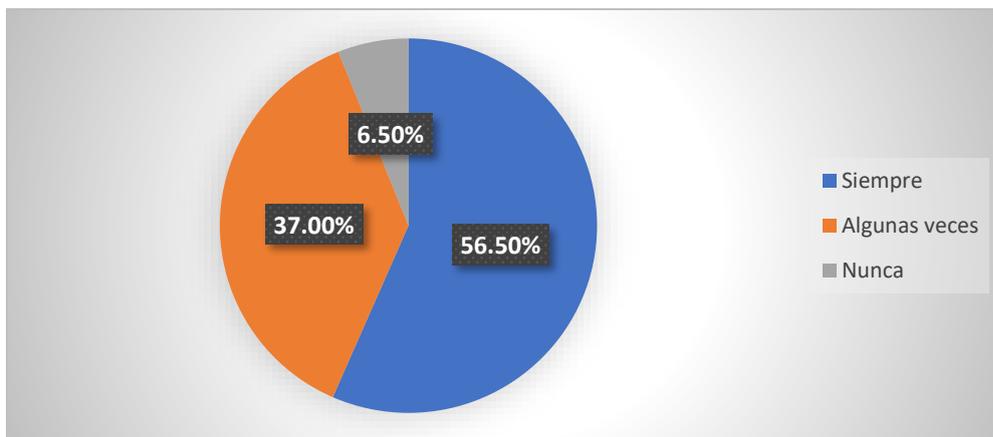
**Fuente:** tabla 1

*Características de la capacidad de respuesta como factor relevante para la sostenibilidad de los emprendimientos en las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes en la ciudad de Yungay, 2021*



**Figura 3** La atención es rápida con los pedidos

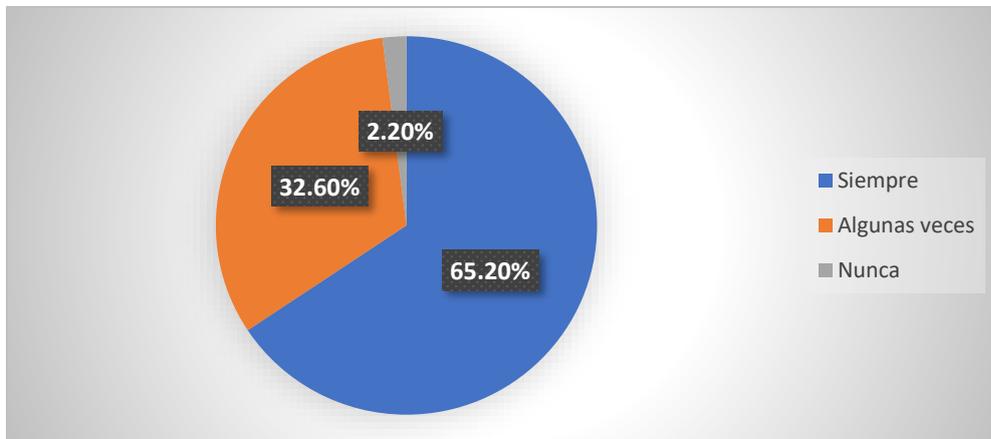
*Fuente:* tabla 2



**Figura 4** Los trabajadores ayudan a los clientes

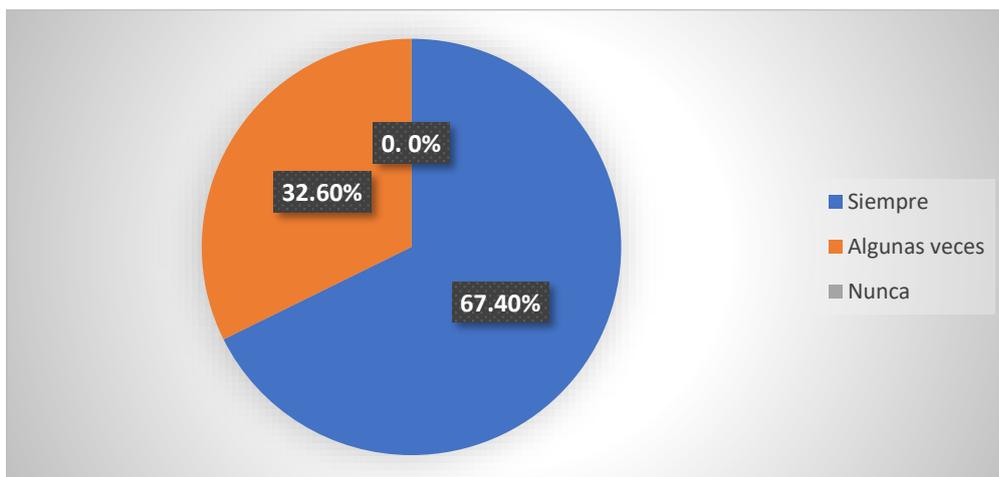
*Fuente:* tabla 2

*Características de la seguridad como factor relevante de la calidad de servicio para la sostenibilidad de los emprendimientos en las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes en la ciudad de Yungay, 2021*



**Figura 5** Los trabajadores transmiten confianza

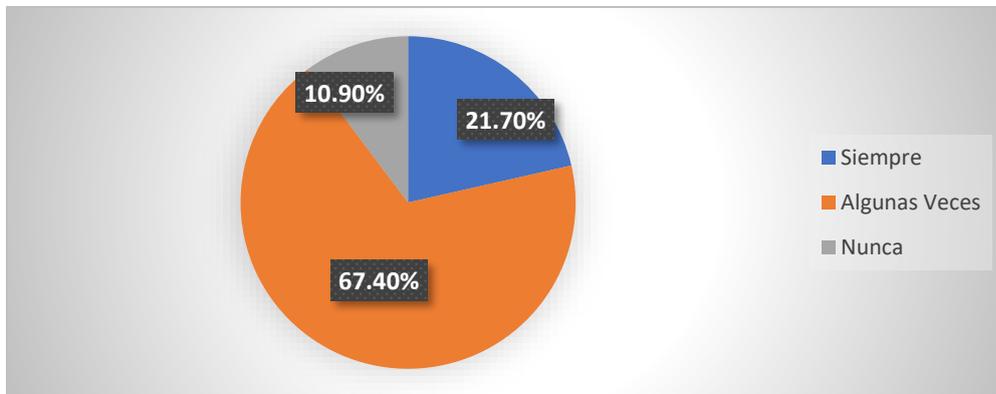
*Fuente:* tabla 3



**Figura 6** Busca seguridad para sus clientes en su establecimiento

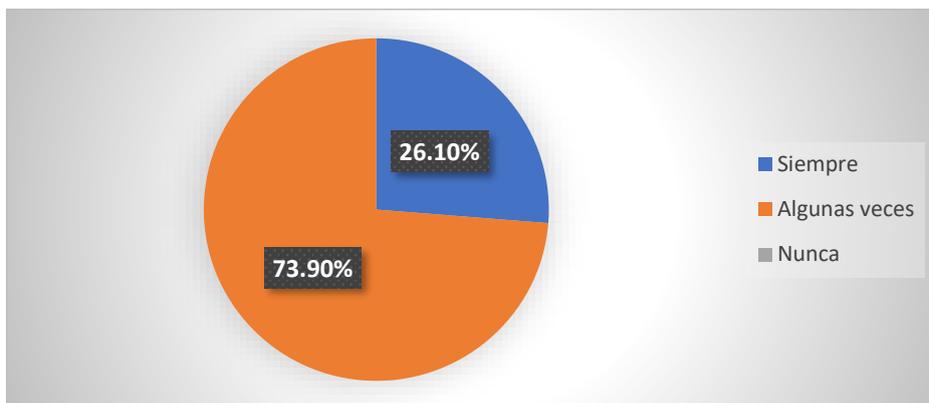
*Fuente:* tabla 3

*Características de la empatía como factor relevante de la calidad de servicio para la sostenibilidad de los emprendimientos en las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes en la ciudad de Yungay, 2021*



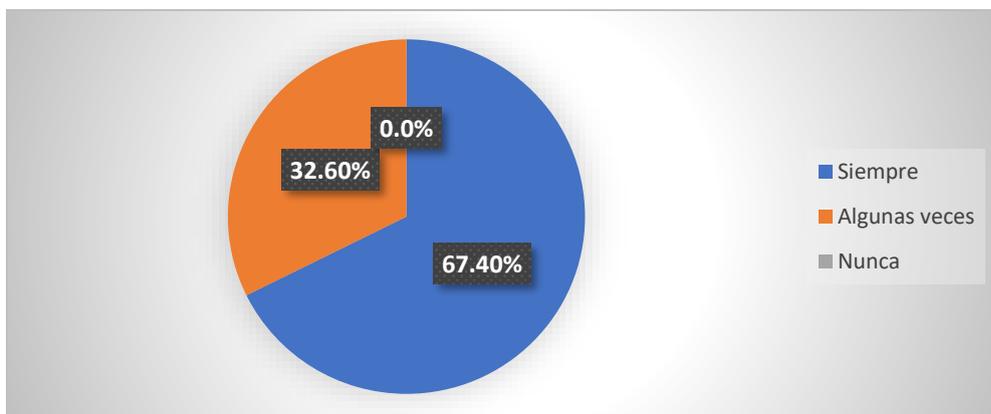
**Figura 7** Ofrece un servicio personalizado

*Fuente:* tabla 4



**Figura 8** Cuenta con empleados amables

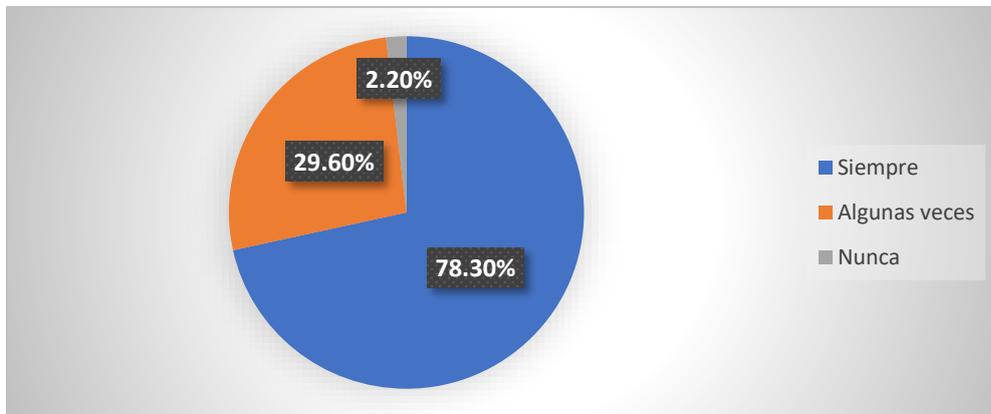
*Fuente:* tabla 4



**Figura 9** Comprende la necesidad del cliente

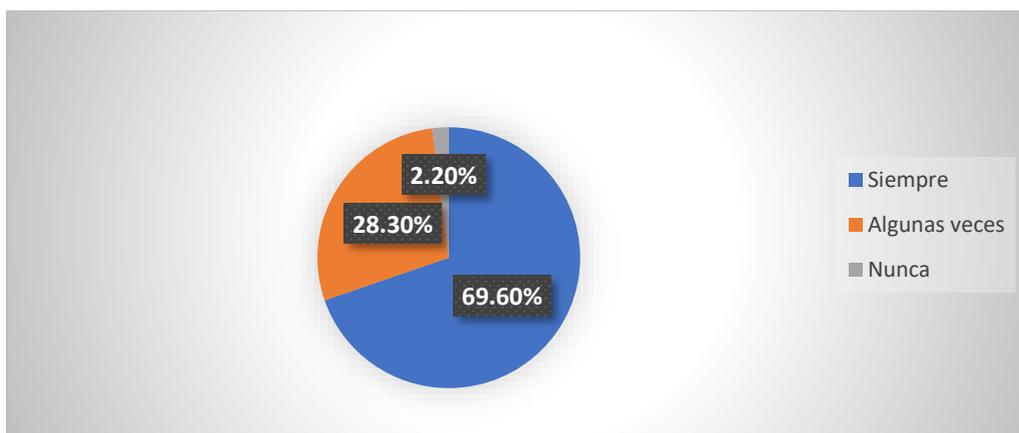
*Fuente:* tabla 4

*Características de los elementos tangibles como factor relevante de la calidad de servicio para la sostenibilidad de los emprendimientos en las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes en la ciudad de Yungay, 2021*



**Figura 10** Las instalaciones son adecuadas para el servicio

**Fuente:** tabla 5



**Figura 11** Los materiales de comunicación son atractivos visualmente

**Fuente:** tabla 5