

**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE
CHIMBOTE**

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

**CALIDAD DE SERVICIO Y RENTABILIDAD DE LA MYPE
DEL SECTOR SERVICIO, CASO RESTAURANTE “EL
PILOTO”, DISTRITO DE SAN LUIS, PROVINCIA DE
CAÑETE, AÑO 2018**

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

AUTOR:

BACH. LOBATON FLORES, ANGELICA MARIA

ASESOR:

MGTR. JURADO GUILLÉN, JESÚS ALEJANDRO

CAÑETE – PERÚ

2019

TÍTULO DE LA TESIS

**CALIDAD DE SERVICIO Y RENTABILIDAD DE LA MYPE DEL
SECTOR SERVICIO, CASO RESTAURANTE “EL PILOTO”,
DISTRITO DE SAN LUIS, PROVINCIA DE CAÑETE, AÑO 2018.**

FIRMA DEL JURADO Y ASESOR

Dra. Adm. Carmen Rosa Zenozain Cordero

Presidente

Lic. Adm. Víctor Hugo Espinosa, Otoyá

Miembro

Mgtr. Lizbeth Giovana Ralli Magipo

Miembro

Mgtr. Jesús Alejandro Jurado Guillén

Asesor

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por bendecirme y guiarme en el transcurso de mi carrera profesional.

A mi familia, por el aliento y el interés prestado en el desarrollo de mi vida académica, alentándome a alcanzar los éxitos aspirados.

Agradecimiento enorme a mis docentes de la carrera profesional de administración, por compartir sus conocimientos, en especial a mi tutor de investigación Mgtr. Jesús Alejandro Jurado Guillén por su paciencia y guiarnos a conseguir culminar nuestro proyecto.

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación lo dedico principalmente a Dios, por guiarme y darme la oportunidad de realizar y culminar este proyecto, dándome salud y vitalidad para afrontarlo.

A mis padres:

Ana y Edgardo por el amor y paciencia demostrados en todos estos años de estudios, que gracias a ellos pude cumplir con mi sueño anhelado.

A mis hermanos:

José y Luis por su apoyo incondicional que me han brindado.

A mi hijo Oscar de Jesús por ser mi orgullo y mi gran motivación.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación denominado “Calidad de Servicio y Rentabilidad de la Mype del Sector Servicio, Caso Restaurante “EL PILOTO”, Distrito de San Luis, Provincia de Cañete, Año 2018.” Por lo tanto, se planteó el siguiente Objetivo General: Determinar la relación de la calidad de servicio y la rentabilidad en la Mype del Sector Servicio, caso Restaurante “EL PILOTO”, Distrito de San Luis, provincia de Cañete, Año 2018. Asimismo, metodológicamente, la investigación tiene un enfoque cuantitativo, con un nivel descriptivo, diseño no experimental, de corte transversal y correlacional. Con la aplicación de un cuestionario bajo la técnica de encuesta, que se realizó a 376 clientes. Respecto a la calidad de servicio: la investigación señala que los servicio brindado por el restaurante “EL PILOTO” son buenos considerando en un 63.3% y un nivel regular con 36.7% ya que ellos emplean apropiadamente los elementos tangibles como los materiales de comunicación para ofertar sus productos a los clientes, mostrándose con buena capacidad de respuesta en la atención y entrega de pedidos en los tiempos prometidos, mostrándose por consiguiente credibilidad en los precios establecidos, además brinda atención individualizada, comprensión a sus necesidades, profesionalismo y cortesía durante la atención. Respecto a la Rentabilidad: la investigación señala que el restaurante “EL PILOTO” en el año 2018 tuvo mejor resultado con un 30.29% sobre la venta, 4% sobre la inversión y un 15% sobre el capital lo cual demuestra ser una empresa rentable.

Por lo tanto se concluye que la calidad de servicio y rentabilidad es buena en el restaurante “EL PILOTO”

Palabras clave: Calidad de Servicio, Mype, Rentabilidad, Restaurante.

ABSTRACT

The present research work called "Quality of Service and Profitability of the Mype of the Service Sector, Case Restaurant" EL PILOTO ", District of San Luis, Province of Cañete, Year 2018." Therefore, the following General Objective was proposed: Determine the relationship of quality of service and profitability in the Mype of the Service Sector, case Restaurant "EL PILOTO", District of San Luis, province of Cañete, Year 2018. Likewise, methodologically, the research has a quantitative approach, with a descriptive level, non-experimental design, cross-sectional and correlational. With the application of a questionnaire under the survey technique, which was carried out to 376 clients. Regarding the quality of service: the research indicates that the services offered by the restaurant "EL PILOTO" are good considering at 63.3% and a regular level with 36.7% since they use the tangible elements appropriately as the communication materials to offer its products to customers, showing a good response capacity in the delivery and delivery of orders in the promised times, thus showing credibility in the established prices, also provides individualized attention, understanding their needs, professionalism and courtesy during the service. Regarding the Profitability: the research indicates that the restaurant "EL PILOTO" in 2018 had better results with 30.29% on the sale, 4% on the investment and 15% on the capital which proves to be a profitable company.

Therefore it is concluded that the quality of service and profitability is good in the restaurant "EL PILOTO"

Keywords: Quality of Service, Mype, Profitability, Restaurant.

CONTENIDO

	Pág.
TÍTULO DE LA TESIS	ii
FIRMA DEL JURADO Y ASESOR	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DEDICATORIA	v
RESUMEN	vi
ABSTRACT	vii
CONTENIDO	viii
INDICE DE TABLAS	x
INDICE DE FIGURAS	xi
I. INTRODUCCIÓN	1
II. REVISIÓN DE LITERATURA	4
2.1. Antecedentes	4
2.1.1. Antecedentes Internacionales	4
2.1.2. Antecedentes Nacionales	7
2.2. Bases teóricas de la investigación	9
2.2.1. Teorías de la Calidad	9
2.2.2. Calidad de servicio	11
2.2.3. Los objetivos de la calidad de servicio	11
2.2.4. Características de la calidad de servicio	11
2.2.5. Ventajas de la calidad de servicio.....	12
2.2.6. Modelo Servperf	12
2.2.7. Dimensiones de la calidad de servicio	13
2.2.8. Teoría de la Rentabilidad.....	14
2.2.9. Importancia de la Rentabilidad.....	15
2.2.10. Tipos de rentabilidad	15
2.2.11. Dimensiones de Rentabilidad	17
2.2.12. Teoría de las MYPES	18
2.2.13. Prioridades de las MYPES	19
2.3. Marco Conceptual	20
III. HIPÓTESIS	24
3.1. Hipótesis general	24
3.2. Hipótesis específicas	24
IV. METODOLOGÍA	26

4.1. Diseño de la investigación.....	26
4.1.1. El tipo de investigación	27
4.1.2. Nivel de la investigación de las tesis	27
4.2. Población y muestra	28
4.2.1. Población	28
4.2.2. Muestra	28
4.3. Definición y operacionalización de variables	30
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	31
4.4.1. Técnicas	31
4.4.2. Instrumentos	31
4.5. Plan de análisis	32
4.6. Matriz de consistencia.....	33
4.7. Principios éticos	34
V. RESULTADOS	36
5.1. Resultados	36
5.2. Análisis de resultados.....	48
VI. CONCLUSIÓN.....	50
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	52
ANEXOS.....	55
1.- Encuesta.....	55
2.- Carta de Presentación	57
3.- Carta de aceptación.....	58
4.- Remype	59
5.- Validación de instrumento.....	60
6.- Evidencia	78

INDICE DE TABLAS

TABLA 1: POBLACION DEL RESTAURANTE "EL PILOTO"	28
TABLA 2: DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	30
TABLA 3: MATRIZ DE CONSISTENCIA	33
TABLA 4: DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIA DE LOS NIVELES DE CALIDAD DE SERVICIO	36
TABLA 5: DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIA DE LOS NIVELES DE ELEMENTOS TANGIBLES	37
TABLA 6: DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIA DEL NIVEL DE LA CAPACIDAD DE RESPUESTA.....	38
TABLA 7: DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIA DEL NIVEL EMPATÍA	39
TABLA 8: DISTRIBUCIÓN DE LOS RATIOS DE LA RENTABILIDAD SOBRE LAS VENTAS.....	40
TABLA 9: DISTRIBUCIÓN DE LOS RATIOS DE LA RENTABILIDAD SOBRE LAS INVERSIONES	41
TABLA 10: DISTRIBUCIÓN DE LOS RATIOS DE LA RENTABILIDAD SOBRE EL CAPITAL	42
TABLA 11: LA DCALIDA DE SERVICIO Y LA RENTABILIDAD.....	43
TABLA 12: EL ELEMENTO TANGIBLE DE LA CALIDAD DE SERVICIO Y LA RENTABILIDAD	44
TABLA 13: LA CAPACIDAD DE RESPUESTA DE CALIDAD DE SERVICIO Y LA RENTABILIDAD .	46
TABLA 14: LA EMPATÍA DE LA CALIDAD DE SERVICIO Y LA RENTABILIDAD	47

INDICE DE FIGURAS

FIGURA 1: PROBLEMAS DE LAS MYPES	19
FIGURA 2: NIVELES DE CALIDAD DE SERVICIO.....	36
FIGURA 3: NIVELES DE ELEMENTOS TANGIBLES	37
FIGURA 4: NIVELES DE LA CAPACIDAD DE RESPUESTA.....	38
FIGURA 5: NIVELES DE LA EMPATÍA	39
FIGURA 6: RATIOS DE LA RENTABILIDAD SOBRE LAS VENTAS	40
FIGURA 7: RATIOS DE LA RENTABILIDAD SOBRE LAS INVERSIONES	41
FIGURA 8: RATIOS DE LA RENTABILIDAD SOBRE EL CAPITAL.....	42

I. INTRODUCCIÓN

Actualmente en el Perú ha sido reconocido tres años consecutivos como “Mejor destino culinario del mundo”. Según los estudios del instituto nacional de estadísticas informática, nos indica que cada año el rubro del restaurante va en aumento, en el año 2018 obtuvo un crecimiento de 3.5%. La micro y pequeña empresa posee un destacable comportamiento dentro de la economía peruana, su aporte se incrementa continuamente al ser el tipo empresarial más difundido a nivel nacional en los últimos años. Obteniendo un porcentaje del 95%, donde un 70% corresponde a microempresas con un bajo volumen de ventas anuales, mucho menor a las 150 UIT establecidas por la Ley de la MYPE (Pérez, 2013)

La calidad de servicio es de gran importancia en todos los negocios, ya que los clientes exigen el mejor trato; al ofrecer un mejor servicio, los clientes se encontrarán satisfechos y por lo tanto la empresa obtendrá un mejor resultado económico y su rentabilidad tendrá resultados positivos.

Hoy en día los restaurantes son el sitio principal para reunirse a degustar diversos platos que brindan diferentes variedades de sabores para los diferentes gustos, por ello la atención al cliente de los distintos restaurantes de la zona debe ser superior al prestado en otros lugares.

Es por esta razón que para ofrecer una mejor calidad de servicio a los clientes de la Empresa “EL PILOTO”, es necesario identificar las formas más adecuadas de servir a los clientes para que se encuentren satisfechos, porque son ellos quienes generan el crecimiento o decrecimiento de la empresa.

Asimismo, en Cañete la competencia cada día es mayor, ya que es la ciudad que está creciendo en rubro empresarial, uno de ellos es la empresa que estudiaremos en este trabajo, quien considera lograr sus objetivos, los cual es determinar la relación entre la calidad del servicio y

rentabilidad de la Mype. Obteniendo como referencia los problemas expuestos, se ha decidido realizar la presente investigación, planteando el siguiente enunciado del problema ¿Cuál es la relación entre la calidad del servicio y la rentabilidad de la Mype del sector servicio caso Restaurante “EL PILOTO”, Distrito de San Luis, Provincia de Cañete, Año 2018? Por lo siguiente se plantea el Objetivo general: Determinar la relación de la calidad de servicio y la rentabilidad en la Mype del Sector Servicio, caso Restaurante” EL PILOTO”, Distrito de San Luis, provincia de Cañete, Año 2018. Considerando Objetivos específicos:

Determinar la relación entre el elemento tangible de la calidad de servicio y la rentabilidad la Mype del sector servicio caso Restaurante “EL PILOTO”, Distrito de San Luis, Provincia de Cañete, Año 2018.

Determinar la relación entre la capacidad de respuesta de la calidad de servicio y la rentabilidad de la Mype del sector servicio caso Restaurante “EL PILOTO”, Distrito de San Luis, Provincia de Cañete, Año 2018.

Determinar la relación entre la empatía de la calidad de servicio y la rentabilidad de la Mype del sector servicio caso Restaurante “EL PILOTO”, Distrito de San Luis, Provincia de Cañete, Año 2018.

En esta investigación se justifica en base que se ha empleado teorías existentes y confiables para su desarrollo, con el fin de crear nuevos conocimientos acerca de la calidad de servicio y rentabilidad, y también mejorar la capacidad de atención del personal para así afrontar sucesos inesperados, implantando las mejores políticas y prácticas para brindar un servicio de calidad. También se justifica ya que ha proporcionado información y conocimientos nuevos, acerca la calidad de servicio y su relación con la rentabilidad, ya que será una base para la toma de

decisiones de las diferentes empresas siempre adecuándose a lo más conveniente, para el cual se aplicó diversos instrumentos de recolección de datos tal como es y los cuestionarios que mostraran la aplicación de las variables.

El estudio permitirá generar una reflexión en los administradores y/o propietarios de las MYPE en el rubro de restaurantes, en cuanto a la importancia de centrarse en la atención del cliente, para que se realicen las mejoras en la gestión de la calidad de los servicios que brindan; porque, las MYPE han adquirido un importante papel en el desarrollo de la economía peruana.

Asimismo metodológicamente, la investigación tiene un enfoque cuantitativo, con un nivel descriptivo, diseño no experimental, de corte transversal y correlacional. Con una población de 17,140 clientes, se aplicó un cuestionario bajo la técnica de encuesta a una muestra de 376 clientes.

Según los resultado obtenido nos señala que el restaurante “EL PILOTO” tiene un nivel bueno con un 63.3% y un nivel regular con 36.7% ya que al ofrecer un mejor servicio, los clientes se encontraron satisfechos y por lo tanto la empresa obtendrá un mejor resultado económico, en lo cual se obtuvo un 30.29% sobre la venta, 4% sobre la inversión y un 15% sobre el capital, eso no indica que una empresa rentable.

Por lo tanto se concluye que la calidad de servicio y rentabilidad en el restaurante “EL PILOTO” está en un nivel bueno ya que ellos emplean apropiadamente los elementos tangibles como los materiales de comunicación para ofertar sus productos, mostrándose con buena capacidad de respuesta en la atención, además brinda atención individualizada, comprensión a sus necesidades, profesionalismo y cortesía durante la atención.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. Antecedentes

2.1.1. Antecedentes Internacionales

López (2018). En su estudio realizado “*Calidad del servicio y la satisfacción de los clientes del restaurante Rachy’s de la ciudad de Guayaquil.*” Para obtener el grado de Magister en Administración. Cuyo objetivo general fue: Determinar la relación de la calidad del servicio con la satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy’s de la ciudad de Guayaquil, a través de una investigación de campo para el diseño de estrategias de mejora del servicio al cliente. La metodología de esta investigación fue mixta, con un enfoque cualitativo por medio de entrevistas a profundidad para tener mayor conocimiento de las variables de estudio y se pudo evidenciar falta de capacitación y motivación de parte de la empresa hacia sus trabajadores. En el enfoque cuantitativo va dirigida a los clientes, con una población de 7,280 clientes de los cuales se tomó una muestra de 365 clientes, donde se aplicó una encuesta con un modelo Servqual; en la cual se obtuvo como información una insatisfacción con las dimensiones de respuesta inmediata y empatía. Se pudo evidenciar que existe una correlación positiva entre la calidad de servicio y la satisfacción al cliente. Llego a la conclusión que el servicio al cliente es muy importante en cualquier empresa. Depende de esto el éxito o el fracaso de la misma. Para una organización siempre es bueno que un cliente salga satisfecho para que así ellos puedan recomendar el lugar por su buena comida y servicio. Por lo cual debería capacitar a todo su personal administrativo y de servicio, enfatizando la calidad del servicio al cliente, monitoreando mensualmente los

resultados. El personal del restaurante debe de tomar conciencia que depende de ellos que el cliente regrese al restaurante y que exista una mayor rentabilidad en la empresa.

Villalba (2016). Según su estudio “*Análisis de calidad del servicio y atención al cliente en azuca beach, azuca bistro y q restaurant, y sugerencias de mejora*”. En la ciudad de Quito – Ecuador. Para optar el título de Ingeniería en Gestión Hotelera. Cuyo objetivo general fue: Analizar la calidad de servicio y atención al cliente de los tres restaurantes tomados como objeto de estudio para la posible implementación de mejoras en los mismos. Con un diseño de investigación descriptiva, con una población de 3000 clientes y solo tomó una muestra de 341 clientes con el cual realizó las encuestas de 15 preguntas. Llegó a la conclusión que debería implementar programas de capacitaciones al personal que se ejecuten mínimo dos veces al año y cada quien realice actualización del menú, que mejore los conocimientos y habilidades de los colaboradores, y con esto la calidad en el servicio. También debería implementar un manual de procedimiento que permita mejorar los procesos de servicios de los establecimientos.

Jurado (2014). En su investigación titulada: “*Calidad de la Gestión en el Servicio y Atención al Cliente para el Mejoramiento de las Operaciones Internas en Restaurantes de Lujo en el Centro Histórico de la Ciudad de Quito*”. Para grado de Magister. Se realizó en la ciudad de Quito – Ecuador. Cuyo objetivo general fue: determinar el nivel de calidad de gestión del servicio y atención al cliente en un restaurante de lujo en la ciudad de Quito, con la finalidad de mejorar los procedimientos internos, utilizando los criterios de la Norma UNE 93200. La investigación tuvo un diseño descriptivo –

situacional, con un enfoque cuantitativo de lo cual se aplicando un cuestionario de preguntas para la recolección de datos dirigida hacia los clientes, diseñado bajo el modelo de Servqual y Dineserv con una población de 4504, de lo cual tomo una muestra de 241 clientes. Llego a la conclusión que los clientes se encuentran satisfechos con la calidad del servicio recibido, sin embargo, hay aspectos que mejorar dentro del proceso, así como otros que reestructurar.

González, (2013). En su investigación denominada: *“Análisis de Rentabilidad en Empresas Hoteleras: Rentabilidad del Servicio de Restaurante VS Servicios de Hotel. Caso Práctico Hotel Cuenca”*. Cuenca – Ecuador. Para optar el título de contador. Cuyo objetivo general fue: analizar la rentabilidad en empresas hoteles y determinar si el servicio de restaurante o el área de servicio de habitaciones de hotel en general. Con una investigación metodología descriptiva, teniendo un enfoque cuantitativo en lo cual se realizó encuesta para poder lograr obtener la información necesaria para el planteamiento de las variables. Concluyo que la liquidez de la empresa se encuentra en un margen aceptado lo cual está confirmado por la investigación que se realizó. Asimismo, se planteó establecer factores que intervengan en el crecimiento del negocio y proporcionar al área de administración información útil y sencilla para poder tomar mejores decisiones; con una metodología de investigación cuantitativa y logrando obtener un análisis de investigación vertical.

2.1.2. Antecedentes Nacionales

Orellano y Tafur (2018). En su investigación: “*Nivel de satisfacción de la atención al cliente en el restaurante Mama Juana*”. Para obtener el título de Licenciado en Administración Hotelera. Se realizó en la ciudad de Chiclayo – Perú. Cuyo objetivo general fue: evaluar el nivel de satisfacción de la atención en el restaurante Mama Juana. Con un diseño de investigación mixta (cualitativa y cuantitativa), con una población de 50 comensales. Llego a la conclusión que el personal del restaurante Mama Juana cuenta con actitudes para poder brindar un buen servicio; porque son amables, cortés y empáticos. Sin embargo, le falta apoyo por parte de los directivos de la empresa para poder fortalecer sus cualidades y poder brindarles a los consumidores el servicio correcto.

Espinoza (2018). Según su estudio realizado “*Calidad de servicio y su incidencia en la satisfacción del cliente en el Restaurante Turístico Don Kike en la Ciudad Huaraz, Ancash – Perú*”. Para optar la Licenciatura de Administración. Cuyo objetivo general fue: determinar cómo incide la calidad de servicio en la satisfacción del cliente en el Restaurante Turístico Don Kike en la Ciudad de Huaraz, Ancash - Perú, 2017 Con un diseño de investigación No Experimental de corte Transversal, de tipo Explicativo y una investigación aplicada con un enfoque cuantitativo. Se aplicó a 20 cliente con un cuestionario de 40 preguntas. Llego con la conclusión de que el restaurante turístico Don Kike obtuvo un nivel de 0.05; donde al contrastarse mediante el análisis factorial si incide con las dimensiones de la calidad en la satisfacción al cliente.

Espíritu (2018). En su estudio realizado “*Influencia de la calidad de servicio en la rentabilidad de la empresa Sabor y Punto restaurante bar. Chorrillos, 2017*”. Para

optar Licenciatura en Administración. Cuyo objetivo general fue: Determinar cómo influye la calidad de servicio en la rentabilidad de la empresa Sabor y Punto restaurant bar. Chorrillos, 2017. Con un tipo de investigación no experimental – aplicada, tomo una población de 84 colaboradores. Llego a la conclusión que existe influencia de la calidad de servicio en la rentabilidad de la empresa. Al obtener los resultados se le recomienda a la empresa invertir en la capacitación de los colaboradores y que esto no se ve como un gasto sino como una inversión que ayudara a incrementar su rentabilidad.

Ñahuirima (2015). En su tesis titulada: *“Calidad de servicio y satisfacción del cliente de las pollerías del distrito de Andahuaylas, periodo 2015”*. Para optar el título Lic. Administración. Realizado en la ciudad de Andahuaylas – Perú. Cuyo objetivo general fue: Determinar la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente de las pollerías. Con una metodología cuantitativa, el diseño de investigación es Transeccional correlacional; con una población de 3,675 tomando una muestra solo 348 clientes. Llego a la conclusión que en las Mypes del distrito un nivel moderado, en lo cual le recomienda que siempre deben mostrar un trato amable y cordial con los clientes por parte de los trabajadores, tanto en el personal de atención y administrativo. Deben implementar atractivos (juegos innovadores) para los niños de esta manera llegara a satisfacer sus necesidades del cliente.

Finalmente, todo el personal debe estar capacitado en brindar una buena atención al cliente para mejorar la calidad de servicio, porque esto repercute en la rentabilidad de la empresa.

Pérez (2014). En su tesis titulada: *“La calidad del servicio al cliente y su influencia en los resultados económicos y financieros de la empresa restaurante Campestre S.A.C. – Chiclayo periodo enero a setiembre 2011 y 2012.”* Para optar el título de Contador. Realizado en la ciudad de Chiclayo – Perú. Cuyo objetivo general fue: evaluar la Calidad del Servicio al Cliente para mejorar los Resultados Económicos y Financieros de la Empresa Restaurante Campestre. Con una metodología descriptiva – analítica, teniendo un enfoque mixto, en la cualitativa se utilizó documentaciones financieros que nos ayudó para el resultado de la investigación y en el cuantitativo se aplicó encuesta y experimentos para determinar la muestra de objeto de estudio ; en la cual tomo los meses de junio a agosto como una población de 1,390 usuarios y tomo como muestra solo 228 usuarios de lo cual llegando a la conclusión que la empresa ofrece un servicio bueno, atiende modernamente las necesidades de sus clientes, sin embargo puede mejorar la prestación de su servicio para adelantarse a los requerimiento y así superar las expectativas del cliente, mientras la empresa ofrezca un mejor servicio los ingresos aumentaran mejorando sus resultados económicos. Según la evaluación financiera que se realizó nos indica que la empresa esta está aprovechando todos sus recursos para poder mejorar esta situación, no hay rentabilidad adecuada por ende la empresa esta ineficiente.

2.2. Bases teóricas de la investigación

2.2.1. Teorías de la Calidad

Los fundadores de la teoría de la calidad son: Philip B. Crosby, W. Edwards Deming, Armand V. Feigenbaum y Joseph M. Juran son probablemente las figuras más reconocidos de la calidad.

A. Teoría de William Edwards Deming

Deming (como se citó en Méndez Rosey, 2013) la calidad “es una lucha por mantener la mejora continua de la organización a través de la cooperación de todas las partes interesadas: proveedores, clientes, responsables del diseño de los productos o servicios”. Deming dice que al mejorar la calidad, decrecen los costos por la menor cantidad de errores cometidos, las menores demoras y la mejor utilización de las máquinas y los materiales; el resultado es la mejora de la productividad que lleva a capturar mercados al ofrecer mejor calidad a menores precios, permitiendo así la prosperidad de la empresa.(p.35)

B. Teoría de Philip Crosby

Crosby, P (como se citó en Méndez Rosey, 2013) Sostiene que la calidad equivale a conformidad con los requerimientos. La prevención es el sistema de la calidad y el estándar debe ser el cero defecto. La calidad es gratis, la mala calidad cuesta y la medida de la calidad no son los indicadores, sino; el precio que se paga por la falta de conformidad. (p.36)

Según López (2005) Opinaba que la clave para mejorar la calidad, consistía en cambiar la mentalidad de la alta dirección. Si lo que ésta esperaba era imperfección y defectos, los tendría, ya que sus trabajadores impondrían expectativas similares a su trabajo. Pero si impregnaba un rendimiento más elevado y hacía una buena comunicación a todos los niveles, era posible conseguir el “cero defectos”. (p.44).

2.2.2. Calidad de servicio

Para Herrera (2014) menciona que calidad en el servicio “es el proceso de cambio que compromete a toda organización en torno a valores, actitudes y comportamientos a favor de los clientes de nuestro negocio”. (p.130).

Según Duque O. (2005) nos dice que la calidad “es traducir las necesidades futuras de los usuarios en características medibles, solo así un producto puede ser diseñado y fabricado para dar satisfacción a un precio que el cliente pagara” (p.67).

2.2.3. Los objetivos de la calidad de servicio

Según Abadí, M. (2004) Los objetivos que pueden surgir en relación a la calidad de servicio pueden ser:

- La satisfacción del cliente.
- Mejoramiento continuo del servicio.
- Eficiencia en la prestación del servicio. (p.24)

2.2.4. Características de la calidad de servicio

Según Pérez (2006) los servicios se caracterizan por:

- Ser intangible.
- Ser heterogéneo, esto significa que los servicios son prestados por personas, y que varían de un proveedor a otro.
- No existe separación entre la producción y el consumo, ello implica que los servicios se producen al mismo tiempo que se están consumiendo.

- Caduca; se basa en que los servicios deben ser utilizados en el momento en que estén disponibles. (p.35).

2.2.5. Ventajas de la calidad de servicio

Según Gosso (2008) la empresa se beneficia de diferentes maneras:

- A. **Elemento diferenciador;** una excelente calidad de servicio es difícil de imitar o reproducir.
- B. **Personalidad;** se refiere al contacto del personal con el cliente al momento de brindarle algún servicio, manteniendo estándares de calidad que lo diferencien de la competencia.
- C. **Mejores ingresos;** una empresa que brinda una excelente calidad de servicio obtendrá más clientes a su favor, y podrá ofrecer otros servicios a los mismos clientes obteniendo mayores ingresos.
- D. **Menor inversión publicitaria;** ello se basa en que son los mismos clientes quienes hacen publicidad de la empresa, puesto que la calidad de servicio percibida satisface sus necesidades, ello incurre a que recomienden a sus amistades.
- E. **Fidelidad;** Toda empresa que incurre en estándares de calidad y lo aplica constantemente logra que sus clientes queden satisfechos y ello genere su fidelización del cliente en la empresa. (p. 37).

2.2.6. Modelo Servperf

Cronin Jr, J. J., & Taylor, S. A. (1992) citado por Jordán y Salcedo (2013). Establecieron una escala más concisa que el modelo de SERVQUAL y la llamaron SERVPERF. Este

nuevo modelo se basó exclusivamente en la valoración de las percepciones, como una evaluación similar a la escala de SERVQUAL, la cual tiene en cuenta tanto las expectativas como las percepciones. (p.420).

Esta escala utiliza las expectativas en la medición de la calidad percibida, sin definir concretamente el tipo y el nivel de expectativas a utilizar. La ventaja del modelo es la mayor simplicidad en el cumplimiento por parte del encuestado, ya que la eliminación de las expectativas supone la reducción de los ítems que deben ser evaluados, causasen menor cansancio y mayor precisión en las repuestas.

2.2.7. Dimensiones de la calidad de servicio

Cronin Jr, J. J., & Taylor, S. A. (1992) nos indica que para determinar la calidad de servicio se necesita utilizar la escala de Servperf que está compuesta por cinco dimensiones. En cada dimensión hay varios aspectos que se mide con una escala de siete puntos desde muy de acuerdo a muy en desacuerdo, con un total de 22 preguntas. (p.28).

Según Seto (2004) nos indica las cinco dimensiones:

A. Elementos tangibles

Es la apariencia de las instalaciones físicas, equipo, el personal y los materiales de comunicación. Ellos transmiten representaciones físicas o imágenes del servicio, que los clientes utilizan en particular, para evaluar la calidad. (p.22).

B. Fiabilidad

Es la capacidad del personal de realizar el servicio acordado de forma fiable y correcta, mostrando veracidad y creencia en la honestidad del servicio que provee; con una certeza de buena atención. (p.22).

C. Capacidad de respuesta

Los consumidores cada vez somos más exigente por lo tal la disposición de atenderse lo más rápido y dar un buen servicio. La clave para asegurar que los clientes se fidelicen es manteniéndolos contento en la hora de brindarle el servicio. (p.22).

D. Seguridad

Es la condición en la que se desarrolla una actividad, las prevenciones que se han tenido en cuenta, para prevenir cualquier peligro y en caso de desastre naturales tener las señalizaciones para la evacuación. (p.22).

E. Empatía

Es una habilidad propia el ser humano, nos permite entender a los demás, poniéndonos en su lugar para poder entender su forma de pensar así como comprender y experimentar su punto de vista mejorando la relación interpersonal, Podemos decir que una persona es empático cuando sabe escuchar con atención a os demás pero mejor aún sabe cuándo hablar y está dispuesto a discutir de los problemas para así poder encontrar una soluciona ello. (p.22).

2.2.8. Teoría de la Rentabilidad

Fernández (2013). Menciona que “es el beneficio renta expresado en términos relativos (unidades monetarias) o porcentuales respecto a alguna otra magnitud económica como el capital total invertido o los fondos propios”. (p.234).

A. Teoría de la rentabilidad y del riesgo en el modelo de mercado de Sharpe

Para **Ferruz (2011)** En el modelo de Sharpe propone relacionar la evolución de la rentabilidad de cada activo financiero con un determinado índice, normalmente macroeconómico, únicamente. Este fue el denominado modelo diagonal, debido a que la matriz de varianzas y covarianzas solo presenta valores distintos de cero en la diagonal principal, es decir, en los lugares correspondientes a las varianzas de las rentabilidades de cada título. (p.29).

Como se ha indicado, el modelo de mercado es un caso particular de la diagonal. Dicha particularidad se refiere al índice de referencia que se toma, siendo tal el representativo de la rentabilidad periódica que ofrece el mercado de valores. (p.31).

2.2.9. Importancia de la Rentabilidad

Según **Gitman y Lawrence (2005)** La rentabilidad “es una inversión es un parámetro fundamental para determinar el éxito de la misma, y es de vital importancia poder establecer una metodología estándar en la empresa, que permita seleccionar aquellos proyectos que serán más rentables cuando los recursos de que se disponen son limitados y no es posible hacer frente a todas las alternativas”. (p.95).

2.2.10. Tipos de rentabilidad

A. Rentabilidad económica

Según **Sánchez (2012)**. Nos dice que la rentabilidad económica “es el rendimiento obtenido de los activos totales de una organización independiente de cómo estos hayan sido financiados, y sirve como indicador fundamental para determinar qué tan

buena ha sido la gestión de la Gerencia en la empresa en un tiempo determinado” (p.161).

Por otro lado, la Rentabilidad Económica nos permite realizar un análisis más profundo para saber cuán importante está siendo nuestro margen de ganancia y cada que lapso de tiempo rotan nuestros activos. (p.162).

Se calcula con la siguiente formula:

$$RE = \text{Resultado antes de intereses e impuestos} / \text{Activo total a su estado medio}$$

Mediante el análisis podemos decir que la rentabilidad económica es muy importante, ya que podemos medir los beneficios que nos generan los activos en los cuales la empresa ha invertido, también nos permitirá determinar si la gerencia está tomando adecuadas decisiones para que la organización crezca, sea más competente y obtenga una mayor rentabilidad tanto en el corto como en el largo plazo. (p.165).

B. Rentabilidad financiera

Según **Sánchez (2012)** nos dice que rentabilidad financiera “es la mayor o menor capacidad que tienen las empresas de crear Riqueza para sus propietarios, socios u accionistas, esto depende también del efecto multiplicativo, causado por la rentabilidad económica y el grado de endeudamiento y apalancamiento que pueda llegar a tener la entidad” (p.166).

Sánchez (2012). La rentabilidad financiera “es el rendimiento que se obtendrá de las inversiones realizadas por los socios, dueños u accionistas de la empresa, es decir, los fondos propios de la organización. Independientemente de la distribución del resultado obtenido en un determinado periodo” [...]. Si la rentabilidad financiera no es buena saldrán a flote factores como, el bajo nivel de rentabilidad lo cual indica

que los beneficios que genera la organización no son suficientes para cumplir con sus obligaciones y el segundo que la empresa ya no será vista en el mercado de una manera atractiva por aquellos inversionistas que quieran invertir sus ganancias en ellas. (p.167).

Así mismo tenemos que la fórmula para obtener la Rentabilidad Financiera es la siguiente:

$$\mathbf{RF = Resultado\ neto/Fondos\ Propios\ a\ su\ estado\ medio.}$$

La rentabilidad financiera es primordial para medir el desempeño y eficiencia de la gerencia, específicamente en la obtención de beneficios con los aportes brindamos por los socios o accionistas, es decir, este ratio es muy importante y de mucho interés para ellos. (p.167).

2.2.11. Dimensiones de Rentabilidad

Ratios de rentabilidad

Cccaccya (2015) Comprenden “el conjunto de indicadores y medidas cuya finalidad es determinar si una empresa genera ingresos suficientes para cubrir sus costos. Son medidas que colaboran con el estudio de la capacidad de generar beneficios por parte de la empresa sobre la base de sus ventas, activos e inversiones” (p.45).

A. Rentabilidad en relación con las Ventas.

Guzmán (2014). Nos indica que “este indicador es una medida de la rentabilidad neta sobre las ventas, donde se consideran los gastos operacionales, financieros, tributarios y laborales de una empresa, y además nos 56 indica cuantos soles gana

la empresa por cada nuevo sol vendido de la mercadería, y su fórmula se calcula de la siguiente manera” (p.147)

$$R. \text{ de las ventas} = \frac{\text{Utilidad bruta} \times 100}{\text{ventas}}$$

B. Rentabilidad en relación con la Inversión.

Van Horne (2010). Es la relación con la inversión, es la tasa de rendimiento sobre la inversión (RSI), o rendimiento sobre activos. Es el ratio más importante pues permite apreciar su capacidad para obtener utilidades en el uso del total activo. (p. 149)

$$\text{Rendimiento sobre I.} = \frac{\text{Utilidad bruta} * 100}{\text{Activos}}$$

C. Rendimiento sobre el capital (RSC)

Van Horne (2010). Este rendimiento sobre el capital es la comparación de la ganancia neta después de los impuestos con el capital que los accionistas han invertido en la empresa. Calcula la capacidad para generar utilidades netas con la inversión de los accionistas y lo que ha generado la propia empresa. (p. 149)

$$R. V. = \frac{\text{Utilidad neta} * 100}{\text{Patrimonio}}$$

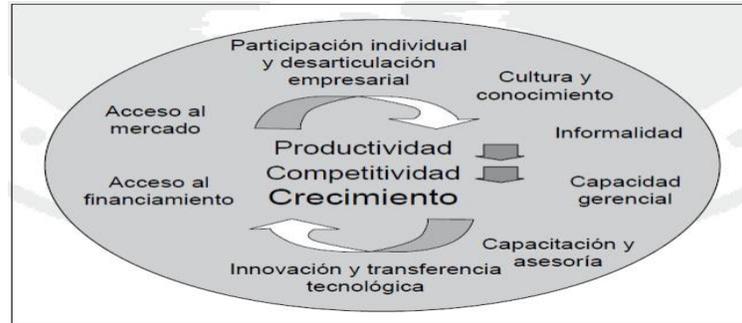
2.2.12. Teoría de las MYPES.

En los países de América Latina, como en el Perú las mypes enfrentan dificultades para convertirse en unidades productivas y competitivas. Las dificultades que se observan se

centran en acceso al mercado, rentabilidad; financiamiento; tecnológica; innovación y transferencia; capacitación y asesoría.

Entre los principales problemas que se encuentran en las mypes, se resumen en la Figura 1:

Figura 1: Problemas de las Mypes



Fuente: Elaboración propia.

El problema mayor de las mypes es su dificultad de acceder al mercado. Para enfrentar esta limitación se han desarrollado diversos mecanismos como información sobre mercados, la oferta a través de consorcios, ruedas de negocios que contribuyen al encuentro entre oferta y demanda, o venta de servicios a través de subcontratación.

Las instituciones financieras responden sobre todo a las demandas de capital de trabajo; mientras que los requerimientos de inversión de largo plazo no tienen suficiente atención. La imposibilidad de las MYPES de contar con el capital financiero adecuado para incrementar su productividad se constituye en un obstáculo importante para su desarrollo.

2.2.13. Prioridades de las MYPES

- Disponibilidad de información y tecnología.

- Mejorar su calidad de producción con estándares internacionales, permitiéndoles una ventaja competitiva
- Cumplir pedidos de gran magnitud que individualmente no lo pueden hacer.
- Necesidad de financiamiento para su crecimiento como sector fuerte de la economía del país.
- Mejorar su acceso y posicionamiento en el mercado externo.
- Mejorar la competitividad y productividad dentro de sus procesos.
- Disponibilidad de información y tecnología.

Mejorar su calidad de producción con estándares internacionales, permitiéndoles una ventaja competitiva.

2.3. Marco Conceptual

Calidad

Riveros (2007). Es el nivel de cumplimiento de los requisitos del servicio o del producto, que hace preferido por el cliente. Para lograrlo es necesario que todas las actividades de la organización funcionen de la mejor forma. (p.34).

Gryna, Chua, & Defeo (2007). Calidad empieza don la definición de la palabra cliente. Un cliente es “cualquiera que se ve afectado por el servicio, producto o el proceso” (p. 12).

Calidad del servicio

Drucker (1990). “La calidad no es lo que se pone dentro de un servicio, es lo que el cliente obtiene de él y por lo que está dispuesto a pagar” (p.67).

Servicio

Stanton, Etzel, y Walker (2007). Consideran al servicio "como actividades identificables e intangibles que son el objeto principal de una transacción ideada para brindar a los clientes satisfacción de deseos o necesidades"(p.156).

Según Matsumoto (2014). Enfatizo que los servicios “son actividades identificables e intangibles que son el objeto de una transacción para brindar satisfacción a los clientes, de acuerdo a sus deseos y necesidades. Los servicios no dan como resultado la propiedad de algo.”(p.48).

Cliente.

Kotler y Armstrong (2003) afirma que “El cliente es la persona más importante de toda organización. Es un ser humano que tiene necesidades y preocupaciones y merece el trato más cordial y atento que se le puede brindar. (p.441).

Satisfacción.

Kotler (2006). “La satisfacción es el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas” (p.67)

Rentabilidad

Van Horne (2010). Menciona que “es la unión que existe entre la utilidad y la inversión para lograrla, ya que mide tanto la eficiencia de la empresa, la que ser analizada por utilidades originadas de las ventas obtenidas en un determinado periodo”. (p. 151).

Venta

Resico (2008), define que las ventas son la “generación valorada de bienes por parte de la empresa durante un período determinado, mientras que los costos son el consumo valorado de bienes por la empresa; el saldo se llama resultado operativo” (p.15).

Capital

Escobar y Cuartas (2006). “Es uno de los factores de producción y comprende el conjunto de los bienes materiales que, habiendo sido creados por el hombre, son utilizados para producir otros bienes o servicios. Es la suma de todos los recursos, bienes y valores movilizados para la constitución y puesta en marcha de una empresa. Es su razón económica”. Cantidad invertida por los propietarios, socios o accionistas. (p. 80).

Riesgo

Stanley y Geoffrey (2001). “Medida de la incertidumbre acerca del resultado de un evento dado. Cuando mayor sea la variabilidad de los resultados posibles, bien sean a favor o en contra, tanto mayor será el riesgo”. (p.680).

Atención al cliente:

Blanco (como se citó en Pérez, 2007). “Es el conjunto de actividades desarrolladas por las organizaciones con orientación al mercado, encaminadas a identificar las necesidades de los clientes en la compra para satisfacerlas, logrando de este modo cubrir sus expectativas, y por tanto, crear o incrementar la satisfacción de nuestros clientes” (p.46).

Los Restaurantes

Aragón, Arcarons, Aspas & Melgosa (2004). Definen a los Restaurantes como “aquellos establecimientos que prestan servicios de restauración, mediante la oferta a sus clientes de carta de platos o menús a consumir, servicio por camareros, en el comedor del establecimiento...” (p.366).

III. HIPÓTESIS

Según Hernández, Fernández y Baptista (2010) refiere: “Las hipótesis son las guías para una investigación o estudio. Las hipótesis indican lo que tratamos de probar y se definen como explicaciones tentativas del fenómeno investigado que se formulan como proposiciones” (p. 93).

3.1. Hipótesis general

H1. Existe una relación significativa entre la calidad de servicio y la rentabilidad en la Mype del Sector Servicio, caso Restaurante “EL PILOTO” Distrito de San Luis, provincia de Cañete, Año 2018.

H0. No existe una relación significativa entre la calidad de servicio y la rentabilidad en la Mype del Sector Servicio, caso Restaurante “EL PILOTO” Distrito de San Luis, provincia de Cañete, Año 2018.

3.2. Hipótesis específicas

H1. Existe una relación significativa entre el elemento tangible de la calidad de servicio y la rentabilidad en la Mype del Sector Servicio, caso Restaurante “EL PILOTO” Distrito de San Luis, provincia de Cañete, Año 2018.

H0. No existe una relación entre el elemento tangible de la calidad de servicio y la rentabilidad en la Mype del Sector Servicio, caso Restaurante “EL PILOTO” Distrito de San Luis, provincia de Cañete, Año 2018

H2. Existe una relación significativa entre capacidad de respuesta de la calidad de servicio y la rentabilidad en la Mype del Sector Servicio, caso Restaurante “EL PILOTO” Distrito de San Luis, provincia de Cañete, Año 2018.

H0. No existe una relación significativa entre capacidad de respuesta de la calidad de servicio y la rentabilidad en la Mype del Sector Servicio, caso Restaurante “EL PILOTO” Distrito de San Luis, provincia de Cañete, Año 2018

H3. Existe una relación significativa entre la empatía de la calidad de servicio y la rentabilidad en la Mype del Sector Servicio, caso Restaurante “EL PILOTO” Distrito de San Luis, provincia de Cañete, Año 2018.

H0. No existe una relación significativa entre la empatía de la calidad de servicio y la rentabilidad en la Mype del Sector Servicio, caso Restaurante “EL PILOTO” Distrito de San Luis, provincia de Cañete, Año 2018

IV. METODOLOGÍA

4.1. Diseño de la investigación

Para la elaboración del presente trabajo de investigación se utilizará el diseño No Experimental – Transversal - Descriptivo.

No experimental, Según Bernal (2010) Se realizará sin operar premeditadamente las variables, es decir, se observará el fenómeno tal como se encuentra dentro de su contexto. (p.43).

Es Transversal, Para Sampieri (2010) Nos indica que el estudio se realizará en un determinado espacio de tiempo. (p.151).

Descriptivo, Según Salkind (1998). “Se reseñan las características o rasgos de la situación o fenómeno objeto de estudio.”(p.54).

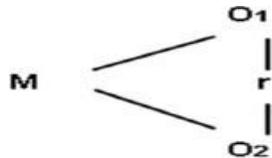
Es correlacional, Según Sampieri (2010) tiene como propósito mostrar o examinar la relación entre variables o resultados de variables. Tiene como fuentes de información las bases de dato. (p.149).

Esquema:

Diseño Específico: Correlacional

Esquema de diseño específico:

Dónde:



M = muestra de estudio

O1 = Información de lo que ya aconteció: Calidad de servicio

O2 = Información actual: Rentabilidad

r = Relación.

4.1.1. El tipo de investigación

Según Vara (2010) El tipo de la investigación “es aplicada, se caracteriza por el interés en la aplicación de conocimientos teóricos a determinada situación concreta y sus resultados son utilizados inmediatamente en solucionar un problema concreto, práctico, de la realidad cotidiana de las empresas”. (p. 187).

Para Vara (2010) Tiene” un enfoque cuantitativo, donde se define que es un estudio basado en medición de cantidades o magnitudes; por tanto, se desea estudiar un fenómeno que puede ser expresado en datos numéricos, este tipo de investigación es la más apropiada”. (p.160)

4.1.2. Nivel de la investigación de las tesis.

El nivel de investigación es descriptivo - correlacional, ya que se pretende comprender, describir, registrar, analizar e interpretar la naturaleza actual y la composición o procesos de los fenómenos del problema planteado.

Para Hernández, Fernández y Baptista (2014) nos dice que es descriptivo porque busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Y correlacional porque tiene como finalidad conocer la relación o grado de asociación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables en una muestra o contexto en particular (p.126).

4.2. Población y muestra

4.2.1. Población

Hernández, Fernández & Baptista (2014) afirma que la población es: “conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones” (p. 174).

La población está conformada por todo los clientes que frecuenta a la Mype “EL PILOTO” durante el periodo 2018. Con un total de 17,140 clientes durante todo el periodo.

Tabla 1: Población del restaurante "El Piloto"

PERIODO 2018	N° PLATO	CLIENTE	TOTAL DE CLIENTE
ENERO	1678	1	1678
FEBRERO	1550	1	1550
MARZO	1543	1	1543
ABRIL	1120	1	1120
MAYO	1199	1	1199
JUNIO	1163	1	1163
JULIO	1765	1	1765
AGOSTO	1347	1	1347
SEPTIEMBRE	1256	1	1256
OCTUBRE	1298	1	1298
NOVIEMBRE	1576	1	1576
DICIEMBRE	1645	1	1645
TOTAL DE CLIENTE			17140

Fuente: Elaboración propia

4.2.2. Muestra

Palomino, Peña, Zevallos y Orizano (2015) la muestra “es un subconjunto representativo de una población (p.140).

Donde:

N: Tamaño de muestra

Z: Nivel de confianza (Considerado para 95% de confianza = 1.96)

P: Probabilidad 0.5%

Q: No probabilidad (donde Q=1-P), es decir: 0.5%

E: Error permitido = 0.05

En ese orden de ideas, la muestra de la variable Calidad del Servicio al cliente se determinó de la siguiente manera:

$$N = \frac{2}{\frac{Z^2 * P * Q * N}{E^2 (N-1) + Z^2 * P * Q}}$$

$$N = \frac{(1.96)^2 * (0.5) * (0.5) * 17140}{(0.05)^2 (17140-1) + (1.96)^2 (0.5) * (0.5)}$$

$$N = 375.76 < > 376$$

4.3. Definición y operacionalización de variables

Tabla 2: Definición y operacionalización de variables

VARIABLE	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	ESCALA DE MEDICION
Calidad de Servicio	Para Herrera (2014) menciona que calidad en el servicio “es el proceso de cambio que compromete a toda organización en torno a valores, actitudes y comportamientos a favor de los clientes de nuestro negocio”. (p.130).	Se define a través de la aplicación de un cuestionario adaptado en el modelo de la escala Servperf.	Elementos tangibles Capacidad de Respuesta Empatía	Características de las instalaciones Características de los equipos Aspecto de los colaboradores Nivel de tiempo de esperas rapidez del servicio Disposición de respuesta Disposición de ayuda Nivel del conocimiento del personal Cortesía del Personal Orientación al cliente del personal	1-2 3-4 5 6-7 8 9 10 11-12 13-14 15	Escala Ordinal Likert: 1. Totalmente desacuerdo 2. En desacuerdo 3. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo 4. De acuerdo 5. Totalmente de acuerdo
Rentabilidad	Fernández (2013). Menciona que “es el beneficio renta expresado en términos relativos (unidades monetarias) o porcentuales respecto a alguna otra magnitud económica como el capital total invertido o los fondos propios”. (p.234).	Para la evaluación de esta variable se utilizará el acervo documental del Restaurante el "PILOTO" es decir los estados financieros.	Ratios de la rentabilidad	Rentabilidad en relación con la ventas Rentabilidad en relación con la inversión Rendimiento sobre el capital	Análisis Documentario	Razón

Fuente: Elaboración propia

4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

En la investigación se requiere contar con técnicas e instrumentos que nos permitan recolectar información confiable y válida. En esta etapa se realiza trabajo de campo y la información obtenida permitirá responder a nuestras preguntas de investigación y lograr nuestros objetivos planteados.

4.4.1. Técnicas

Hernández (2014). La encuesta “es un instrumento de la investigación de mercados que consiste en obtener información de las personas encuestadas mediante el uso de cuestionarios diseñados en forma previa para la obtención de información específica”.

Pardinas (2005). Observación significa también el conjunto de cosas observadas, el conjunto de datos y conjunto de fenómenos. En este sentido, que pudiéramos llamar objetivo, observación equivale a dato, a fenómeno, a hechos. (p.89).

4.4.2. Instrumentos

Bernal (2010) sostiene que: “el cuestionario es un conjunto de preguntas diseñadas para generar los datos necesarios con el propósito de alcanzar los objetivos del proyecto de investigación” (p. 250).

Garza (1988) presenta una definición más específica de la investigación documental. Este autor considera que ésta técnica “...se caracteriza por el empleo predominante de registros gráficos y sonoros como fuentes de información..., registros en forma de manuscritos e impresos,” (p. 8).

4.5. Plan de análisis

Para la presente investigación se realizó la recolección de datos haciendo uso del análisis descriptivo entre la relación de la calidad de servicio y la rentabilidad, tomando como población los clientes que frecuenta, de lo cual se tomó una muestra aplicando un cuestionario. En la tabulación de los datos se tuvo como soporte el programa: **IBM SPSS Statistics versión 25**: SPSS es un software popular entre los usuarios de Windows, es utilizado para realizar la captura y análisis de datos para crear tablas y gráficas con data compleja.

Una vez tabulado los datos obtenidos se procedió a evaluar dichos resultados recopilados e interpretarlos los valores estadísticos con uso de tablas y figuras.

Después del análisis de resultado se llegó a una conclusión.

4.6. Matriz de consistencia

Tabla 3: Matriz de Consistencia

CALIDAD DE SERVICIO Y RENTABILIDAD DE LA MYPE DEL SECTOR SERVICIO, CASO RESTAURANTE “EL PILOTO”, DITRITO DE SAN LUIS, PROVINCIA DE CAÑETE, AÑO 2018.						
ENUNCIADO DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION
¿Cuál es la relación entre la calidad del servicio al cliente y la rentabilidad de la Mype del sector servicio caso Restaurante “EL PILOTO”, Distrito de San Luis, Provincia de Cañete, Año 2018?	Objetivos General	Hipótesis General	Calidad de Servicio			Diseño de la investigación
	Determinar la relación de la calidad de servicio y la rentabilidad en la Mype del Sector Servicio, caso Restaurante “EL PILOTO” Distrito de San Luis, provincia de Cañete, Año 2018.	H1. Existe una relación significativa entre la calidad de servicio y la rentabilidad en la Mype del Sector Servicio, caso Restaurante “EL PILOTO” Distrito de San Luis, provincia de Cañete, Año 2018.	Para Herrera (2014) menciona que calidad en el servicio “es el proceso de cambio que compromete a toda organización en torno a valores, actitudes y comportamientos a favor de los clientes de nuestro negocio”. (p.130).	Elementos tangibles	Características de las instalaciones Características de los equipos Aspecto de los colaboradores	No experimental Transversal Correlacional
	Objetivo Específicos	Hipótesis Específicos		Capacidad de Respuesta	Rapidez del servicio Nivel de tiempo de espera Disposición de respuesta Disposición de ayuda	Tipo de la investigación Un enfoque cuantitativo Nivel de investigación
	Determinar la relación entre el elemento tangible de la calidad de servicio y la rentabilidad la Mype del sector servicio caso Restaurante EL PILOTO, Distrito de San Luis, Provincia de Cañete, Año 2018.	H1. Existe una relación significativa entre el elemento tangible de la calidad de servicio y la rentabilidad en la Mype del Sector Servicio, caso Restaurante “EL PILOTO” Distrito de San Luis, provincia de Cañete, Año 2018.		Empatía	Nivel de conocimiento del personal Cortesía del Personal Orientación al cliente al personal	Descriptivo Técnica Encuesta Observación directa Instrumento Cuestionario Técnica documental
	Determinar la relación entre la capacidad de respuesta de la calidad de servicio y la rentabilidad de la Mype del sector servicio caso Restaurante EL PILOTO, Distrito de San Luis, Provincia de Cañete, Año 2018.	H2. Existe una relación significativa entre capacidad de respuesta de la calidad de servicio y la rentabilidad en la Mype del Sector Servicio, caso Restaurante “EL PILOTO” Distrito de San Luis, provincia de Cañete, Año 2018.	Rentabilidad	Ratios de la rentabilidad	Rentabilidad en relaciones con ventas Rentabilidad en relación con la inversión Rentabilidad Sobre el Capital	Población La población está conformada por 17,140 clientes que frecuenta a la Mype “EL PILOTO” durante el periodo 2018. Muestra La muestra está conformada por 376 clientes de la Mype “EL PILOTO” durante el periodo 2018.
Determinar la relación entre la empatía de la calidad de servicio y la rentabilidad de la Mype del sector servicio caso Restaurante EL PILOTO, Distrito de San Luis, Provincia de Cañete, Año 2018.	H3. Existe una relación significativa entre la empatía de la calidad de servicio y la rentabilidad en la Mype del Sector Servicio, caso Restaurante “EL PILOTO” Distrito de San Luis, provincia de Cañete, Año 2018.	Fernández (2013). Menciona que “es el beneficio renta expresado en términos relativos (unidades monetarias) o porcentuales respecto a alguna otra magnitud económica como el capital total invertido o los fondos propios”. (p.234).				

Fuente: Elaboración propia

4.7. Principios éticos

**Aprobado por acuerdo del consejo Universitario con Resolución N° 0108-2016-
CU-ULADECH Católica, de fecha 25 de enero de 2016**

- **Protección a las personas.-** La persona en toda investigación es el fin y no el medio, por ello necesitan cierto grado de protección, el cual se determinará de acuerdo al riesgo en que incurran y la probabilidad de que obtengan un beneficio.

En el ámbito de la investigación es en las cuales se trabaja con personas, se debe respetar la dignidad humana, la identidad, la diversidad, la confidencialidad y la privacidad. Este principio no solamente implicará que las personas que son sujetos de investigación participen voluntariamente en la investigación y dispongan de información adecuada, sino también involucrará el pleno respeto de sus derechos fundamentales, en particular si se encuentran en situación de especial vulnerabilidad.

- **Beneficencia y no maleficencia.-** Se debe asegurar el bienestar de las personas que participan en las investigaciones. En ese sentido, la conducta del investigador debe responder a las siguientes reglas generales: no causar daño, disminuir los posibles efectos adversos y maximizar los beneficios.
- **Justicia.-** El investigador debe ejercer un juicio razonable, ponderable y tomar las precauciones necesarias para asegurarse de que sus sesgos, y las limitaciones

de sus capacidades y conocimiento, no den lugar o toleren prácticas injustas. Se reconoce que la equidad y la justicia otorgan a todas las personas que participan en la investigación derecho a acceder a sus resultados. El investigador está también obligado a tratar equitativamente a quienes participan en los procesos, procedimientos y servicios asociados a la investigación.

- **Integridad científica.-** La integridad o rectitud deben regir no sólo la actividad científica de un investigador, sino que debe extenderse a sus actividades de enseñanza y a su ejercicio profesional. La integridad del investigador resulta especialmente relevante cuando, en función de las normas deontológicas de su profesión, se evalúan y declaran daños, riesgos y beneficios potenciales que puedan afectar a quienes participan en una investigación. Asimismo, deberá mantenerse la integridad científica al declarar los conflictos de interés que pudieran afectar el curso de un estudio o la comunicación de sus resultados.
- Consentimiento informado y expreso.- En toda investigación se debe contar con la manifestación de voluntad, informada, libre, inequívoca y específica; mediante la cual las personas como sujetos investigadores o titular de los datos consienten el uso de la información para los fines específicos establecidos en el proyecto.

V. RESULTADOS

5.1. Resultados

Calidad de servicio

Tabla 4: Distribución de frecuencia de los niveles de calidad de servicio

Distribución de frecuencia de los niveles de calidad de servicio de la Mype del sector servicio caso Restaurante “EL PILOTO”, Distrito de San Luis, Provincia de Cañete, Año 2018.

<u>Nivel</u>	<u>Frecuencia</u>	<u>Porcentaje</u>
Regular	157	41,8
Bueno	219	58,2
Total	376	100,0

Fuente: Elaboración Propia

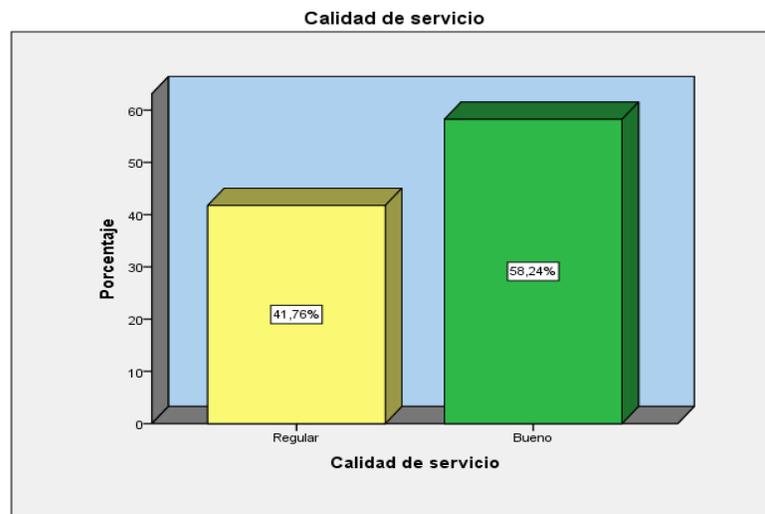


Figura 2: Niveles de calidad de servicio

Interpretación:

Como observamos en la tabla 4 y figura 2, de un total de 376 clientes en la Mype del sector servicio caso Restaurante “EL PILOTO”, Distrito de San Luis, Provincia de Cañete, Año 2018, consideran como un nivel bueno la calidad de servicio un 58,2% (219 clientes) y un nivel regular con 41,8% (157 clientes) de la calidad de servicio.

Tabla 5: Distribución de frecuencia de los niveles de elementos tangibles

Distribución de frecuencia de los niveles de elementos tangibles de la Mype del sector servicio caso Restaurante “EL PILOTO”, Distrito de San Luis, Provincia de Cañete, Año 2018.

<u>Nivel</u>	<u>Frecuencia</u>	<u>Porcentaje</u>
Regular	138	36,7
Bueno	238	63,3
Total	376	100,0

Fuente: Elaboración Propia

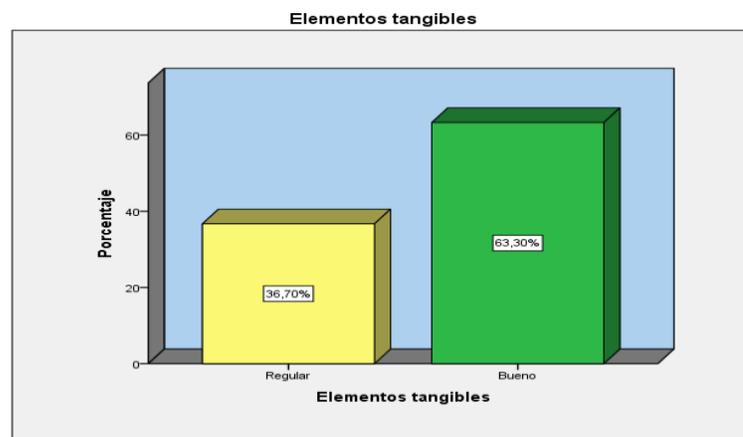


Figura 3: Niveles de elementos tangibles

Interpretación:

Como observamos en la tabla 5 y figura 3, de un total de 376 clientes en la Mype del sector servicio caso Restaurante “EL PILOTO”, Distrito de San Luis, Provincia de Cañete, Año 2018., consideran como un nivel bueno la calidad de servicio un 63,3% (238 clientes) y un nivel regular con 36,7% (138 clientes) de los elementos tangibles.

Tabla 6: Distribución de frecuencia de los niveles de la capacidad de respuesta

Distribución de frecuencia de los niveles de la capacidad de respuesta de la Mype del sector servicio caso Restaurante “EL PILOTO”, Distrito de San Luis, Provincia de Cañete, Año 2018.

<u>Nivel</u>	<u>Frecuencia</u>	<u>Porcentaje</u>
Regular	138	36,7
Bueno	238	63,3
Total	376	100,0

Fuente: Elaboración Propia

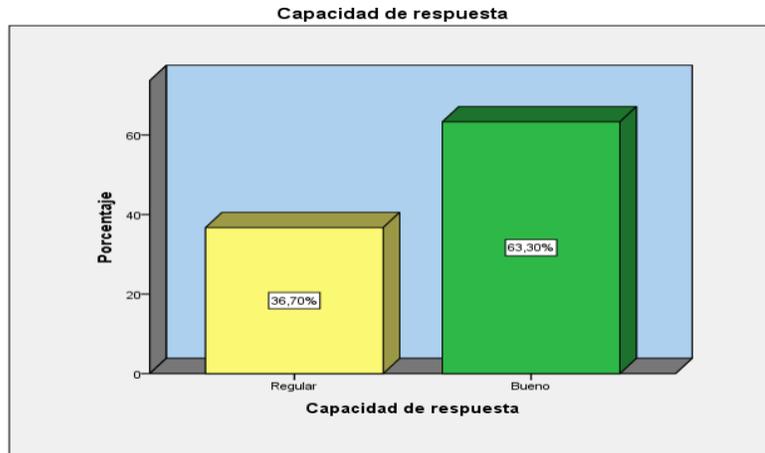


Figura 4: Niveles de la capacidad de respuesta

Interpretación:

Como observamos en la tabla 6 y figura 4, de un total de 376 clientes en la Mype del sector servicio caso Restaurante “EL PILOTO”, Distrito de San Luis, Provincia de Cañete, Año 2018., consideran como un nivel bueno la calidad de servicio un 63,3% (238 clientes) y un nivel regular con 36,7% (138 clientes) de la capacidad de respuesta.

Tabla 7: Distribución de frecuencia del niveles empatía

Distribución de frecuencia del niveles empatía de la Mype del sector servicio caso Restaurante “EL PILOTO”, Distrito de San Luis, Provincia de Cañete, Año 2018.

<u>Nivel</u>	<u>Frecuencia</u>	<u>Porcentaje</u>
Regular	138	36,7
Bueno	238	63,3
Total	376	100,0

Fuente: Elaboración Propia

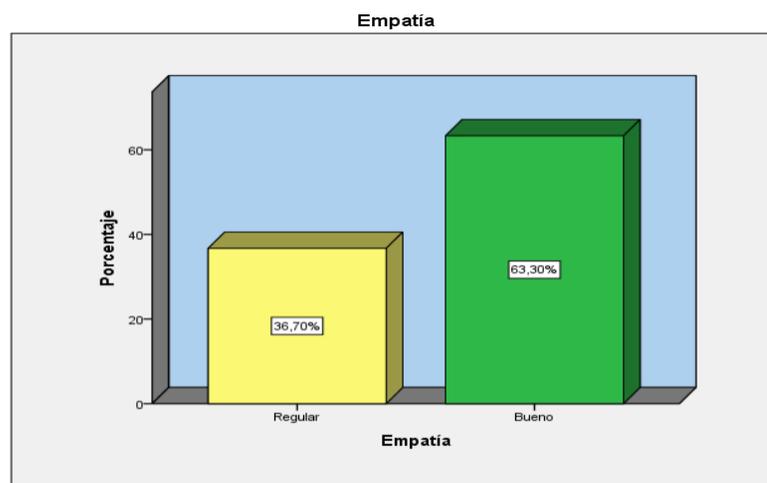


Figura 5: Niveles de la empatía

Interpretación:

Como observamos en la tabla 7 y figura 5, de un total de 376 clientes en la Mype del sector servicio caso Restaurante “EL PILOTO”, Distrito de San Luis, Provincia de Cañete, Año 2018., consideran como un nivel bueno la calidad de servicio un 63,3% (238 clientes) y un nivel regular con 36,7% (138 clientes) de la empatía.

Rentabilidad sobre las ventas

Tabla 8: Distribución de los ratios de la rentabilidad sobre las ventas

Distribución de los ratios de la rentabilidad sobre las ventas de la Mype del sector servicio caso Restaurante “EL PILOTO”, Distrito de San Luis, Provincia de Cañete, Año 2018.

Año	Utilidades de ventas	Ventas	Rentabilidad de las ventas
2017	2,715,342.32	13,893,634.2	19.54%
2018	2,075,983.35	6,853,462.84	30.29%

Fuente: Elaboración Propia

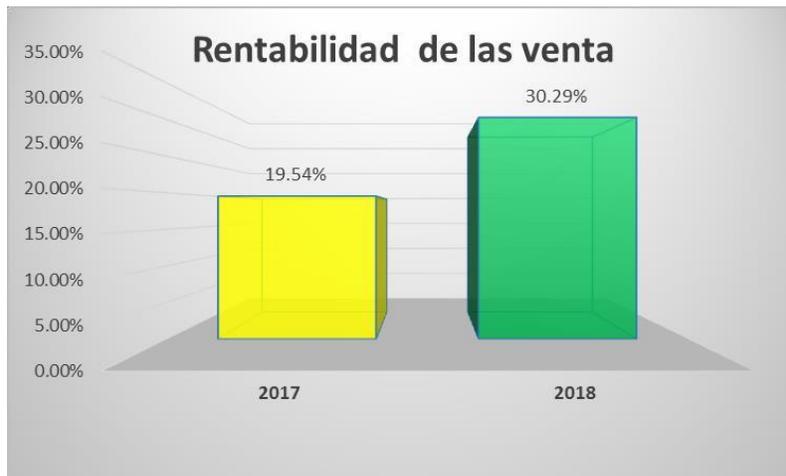


Figura 6: Ratios de la rentabilidad sobre las ventas

Interpretación:

Como observamos en la tabla 8 y figura 6, de un total de 376 clientes con Ratios de la rentabilidad sobre las ventas de la Mype del sector servicio caso Restaurante “EL PILOTO”, Distrito de San Luis, Provincia de Cañete, Año 2018 fue de 30,29% (como referencia en el año 2017 fue de 19,54%) esto describe que hay mayor rentabilidad con respecto al año 2018 en restaurante “EL PILOTO”, Distrito de San Luis, Provincia de Cañete.

Tabla 9: Distribución de los ratios de la rentabilidad sobre las inversiones

Distribución de los ratios de la rentabilidad sobre las inversiones de la Mype del sector servicio caso Restaurante “EL PILOTO”, Distrito de San Luis, Provincia de Cañete, Año 2018.

Año	Utilidad Neta	Activos	Rentabilidad sobre la inversión
2017	125,877.34	6,915,912.27	2%
2018	264,479.59	6,304,396.13	4%

Fuente: Elaboración Propia

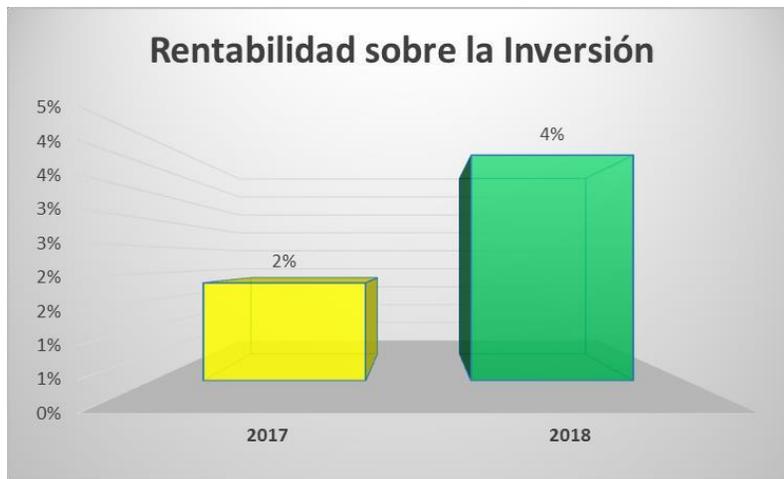


Figura 7: Ratios de la rentabilidad sobre las Inversiones

Interpretación:

Como observamos en la tabla 9 y figura 7, de un total de 376 clientes con Ratios de la rentabilidad sobre las inversiones de la Mype del sector servicio caso Restaurante “EL PILOTO”, Distrito de San Luis, Provincia de Cañete, Año 2018 fue de 4% (como referencia en el año 2017 fue de 2%) esto describe que hay mayor rentabilidad con respecto al año 2018 en restaurante “EL PILOTO”, Distrito de San Luis, Provincia de Cañete.

Tabla 10: Distribución de los ratios de la rentabilidad sobre el capital

Distribución de los ratios de la rentabilidad sobre el capital de la Mype del sector servicio caso Restaurante “EL PILOTO”, Distrito de San Luis, Provincia de Cañete, Año 2018.

Año	Utilidad Neta	Patrimonio	Rentabilidad sobre el capital
2017	125,877.34	1,930,856.58	7%
2018	264,479.59	1,769,125.97	15%

Fuente: Elaboración Propia

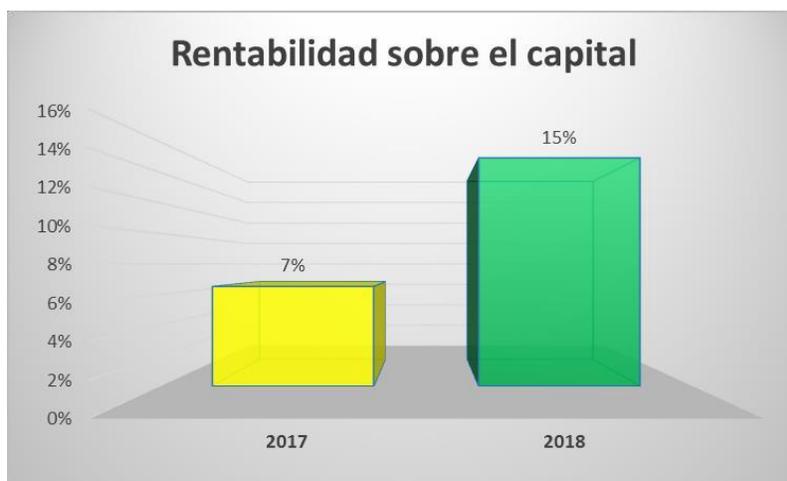


Figura 8: Ratios de la rentabilidad sobre el capital

Interpretación:

Como observamos en la tabla 10 y figura 8, de un total de 377 clientes con Ratios de la rentabilidad sobre las inversiones de la Mype del sector servicio caso Restaurante “EL PILOTO”, Distrito de San Luis, Provincia de Cañete, Año 2018 fue de 15% (como referencia en el año 2017 fue de 7%) esto describe que hay mayor rentabilidad con respecto al año 2018 en restaurante “EL PILOTO”, Distrito de San Luis, Provincia de Cañete.

Prueba de Hipótesis general

H_0 : No existe una relación significativa entre la calidad de servicio y la rentabilidad en la Mype del Sector Servicio, caso Restaurante “EL PILOTO” Distrito de San Luis, provincia de Cañete, Año 2018.

H_1 : Existe una relación significativa entre la calidad de servicio y la rentabilidad en la Mype del Sector Servicio, caso Restaurante “EL PILOTO” Distrito de San Luis, provincia de Cañete, Año 2018.

Nivel de significancia. $\alpha=0.05=5\%$ de margen máximo de error

Regla de decisión: $p \geq \alpha$ Se acepta la hipótesis nula H_0

$p < \alpha$ Se acepta la hipótesis alterna H_1

Tabla 11: La calidad de servicio y la rentabilidad

Coefficiente de correlación de Spearman de las variables: La calidad de servicio y la rentabilidad de la Mype del sector servicio caso Restaurante “EL PILOTO”, Distrito de San Luis, Provincia de Cañete, Año 2018

Correlaciones			Calidad de Servicio	de Rentabilidad
Rho de Spearman	Calidad de Servicio	Coefficiente de correlación	1,000	,580**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	376	376
	Rentabilidad	Coefficiente de correlación	,580**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	376	376

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

- Los resultados del análisis estadístico dan cuenta de la existencia de una relación $r=0.580$ entre las variables: calidad de servicio y la rentabilidad existe una relación positiva y con un nivel de correlación alta.
- La significancia de $p=0.00$ muestra que p es menor que 0.05 , lo que permite señalar que la relación es significativa, por otro lado se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa. Es decir la calidad de servicio tiene relación significativa con la rentabilidad de la Mype del sector servicio caso Restaurante “EL PILOTO”, Distrito de San Luis, Provincia de Cañete, Año 2018

Hipótesis específica 1

H_0 : No existe una relación significativa entre el elemento tangible de la calidad de servicio y la rentabilidad en la Mype del Sector Servicio, caso Restaurante “EL PILOTO” Distrito de San Luis, provincia de Cañete, Año 2018.

H_1 : Existe una relación significativa entre el elemento tangible de la calidad de servicio y la rentabilidad en la Mype del Sector Servicio, caso Restaurante “EL PILOTO” Distrito de San Luis, provincia de Cañete, Año 2018.

Nivel de significancia. $\alpha=0.05=5\%$ de margen máximo de error

Regla de decisión: $p \geq \alpha$ Se acepta la hipótesis nula H_0
 $p < \alpha$ Se acepta la hipótesis alterna H_1

Tabla 12: El elemento tangible de la calidad de servicio y la rentabilidad

Coefficiente de correlación de Spearman de las variables: elemento tangible de la calidad de servicio y la rentabilidad de la Mype del sector servicio caso Restaurante “EL PILOTO”, Distrito de San Luis, Provincia de Cañete, Año 2018

Correlaciones

		Elementos		
			tangibles	Rentabilidad
Rho de Spearman	Elementos tangibles	Coefficiente de correlación	1,000	,525**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	376	376
	rentabilidad	Coefficiente de correlación	,525**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	376	376

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

- Los resultados del análisis estadístico dan cuenta de la existencia de una relación $r=0.525$ entre las variables: los elementos tangibles de la calidad de servicio y la rentabilidad en la Mype del sector servicio caso Restaurante “EL PILOTO”, Distrito de San Luis, Provincia de Cañete, Año 2018
- La significancia de $p=0.00$ muestra que p es menor que 0.05, lo que permite señalar que la relación es significativa, por otro lado se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa. Es decir los elementos tangibles tiene relación positiva y significativa con la rentabilidad de la Mype del sector servicio caso Restaurante “EL PILOTO”, Distrito de San Luis, Provincia de Cañete, Año 2018

Hipótesis específica 2

H_0 : No Existe una relación significativa entre capacidad de respuesta de la calidad de servicio y la rentabilidad en la Mype del Sector Servicio, caso Restaurante “EL PILOTO” Distrito de San Luis, provincia de Cañete, Año 2018.

H_1 : Existe una relación significativa entre capacidad de respuesta de la calidad de servicio y la rentabilidad en la Mype del Sector Servicio, caso Restaurante “EL PILOTO” Distrito de San Luis, provincia de Cañete, Año 2018.

Nivel de significancia. $\alpha=0.05=5\%$ de margen máximo de error

Regla de decisión: $p \geq \alpha$ Se acepta la hipótesis nula H_0

$p < \alpha$ Se acepta la hipótesis alterna H_1

Tabla 13: La capacidad de respuesta de calidad de servicio y la rentabilidad

Coefficiente de correlación de Spearman de las variables: La capacidad de respuesta de calidad de servicio y la rentabilidad en la Mype del sector servicio caso Restaurante “EL PILOTO”, Distrito de San Luis, Provincia de Cañete, Año 2018

Correlaciones		Capacidad de respuesta	Rentabilidad
Rho de Spearman	Capacidad de respuesta	Coefficiente de correlación 1,000	,511**
		Sig. (bilateral)	,000
		N	376
Rentabilidad		Coefficiente de correlación ,511**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000
		N	376

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

- Los resultados del análisis estadístico dan cuenta de la existencia de una relación $r=0.511$ entre las variables: capacidad de respuesta de la calidad de servicio y la rentabilidad, indicándonos que existe una relación positiva y con un nivel de correlación media.
- La significancia de $p=0.000$ muestra que p es menor que 0.05, lo que permite señalar que la relación es significativa, por otro lado se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa. Es decir la capacidad de respuesta tiene relación positiva y significativa con la rentabilidad en la Mype del sector servicio caso Restaurante “EL PILOTO”, Distrito de San Luis, Provincia de Cañete, Año 2018.

Hipótesis específica 3

H₀: No Existe una relación significativa entre la empatía de la calidad de servicio y la rentabilidad en la Mype del Sector Servicio, caso Restaurante “EL PILOTO” Distrito de San Luis, provincia de Cañete, Año 2018.

H₁: Existe una relación significativa entre la empatía de la calidad de servicio y la rentabilidad en la Mype del Sector Servicio, caso Restaurante “EL PILOTO” Distrito de San Luis, provincia de Cañete, Año 2018.

Nivel de significancia. $\alpha=0.05=5\%$ de margen máximo de error

Regla de decisión: $p \geq \alpha$ Se acepta la hipótesis nula H₀

$p < \alpha$ Se acepta la hipótesis alterna H₁

Tabla 14: La empatía de la calidad de servicio y la rentabilidad

Coefficiente de correlación de Spearman de las variables: La empatía de la calidad de servicio y la rentabilidad en la Mype del sector servicio caso Restaurante “EL PILOTO”, Distrito de San Luis, Provincia de Cañete, Año 2018

Correlaciones			Empatía	Rentabilidad
Rho de Spearman	Empatía	Coefficiente de correlación	1,000	,692**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	376	376
	Rentabilidad	Coefficiente de correlación	,692**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	376	376

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

- Los resultados del análisis estadístico dan cuenta de la existencia de una relación $r=0.692$ entre las variables: empatía de la calidad de servicio y la rentabilidad, indicándonos que existe una relación positiva y con un nivel de correlación media.
- La significancia de $p=0.000$ muestra que p es menor que 0.05 , lo que permite señalar que la relación es significativa, por otro lado se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa. Es decir la empatía de la calidad de servicio tiene relación positiva y significativa con la rentabilidad en la Mype del sector servicio caso Restaurante “EL PILOTO”, Distrito de San Luis, Provincia de Cañete, Año 2018.

5.2. Análisis de resultados

5.2.1. Con respecto al objetivo general: De acuerdo a la investigación, se obtuvo una relación significativamente positiva $r= 0.580$ entre la calidad de servicio y la rentabilidad de la Mype del sector servicio caso Restaurante “EL PILOTO”, Distrito de San Luis, Provincia de Cañete, Año 2018.

La significancia de $p=0.00$ muestra que p es menor que 0.05 , lo que permite señalar que la relación es significativa, por otro lado se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa. Es decir la calidad de servicio tiene relación significativa con la rentabilidad con un nivel de correlación alta. Demostrándonos que si hay una mejor calidad de servicio los ingresos van aumentar y la empresa va obtener mejor rentabilidad.

5.2.2. Con respecto al objetivo específico 1: Se obtuvo una relación significativamente positiva $r=0.525$ entre los elementos tangibles de la calidad de servicio y la rentabilidad de la Mype del sector servicio caso Restaurante “EL PILOTO”, Distrito de San Luis, Provincia de Cañete, Año 2018.

La significancia de $p=0.00$ muestra que p es menor que 0.05 , lo que permite señalar que la relación es significativa, por otro lado se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa. Demostrándonos que el restaurante emplea adecuadamente los elementos tangibles como las infraestructura, mobiliario y aspecto de los colaboradores.

5.2.3. Con respecto al objetivo específico 2: Se obtuvo una relación significativamente positiva $r=0.511$ entre la capacidad de respuesta de la calidad de servicio y la rentabilidad de la Mype del sector servicio caso Restaurante “EL PILOTO”, Distrito de San Luis, Provincia de Cañete, Año 2018.

La significancia de $p=0.000$ muestra que p es menor que 0.05 , lo que permite señalar que la relación es significativa, por otro lado se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa. Donde se puede indicar que el restaurante emplea apropiadamente la capacidad de respuestas en la atención y entrega de pedidos en los tiempos prometidos.

5.2.4. Con respecto al objetivos específicos 3: Se obtuvo una relación significativamente positiva $r=0.692$ entre la empatía de la calidad de servicio y la rentabilidad de la Mype del sector servicio caso Restaurante “EL PILOTO”, Distrito de San Luis, Provincia de Cañete, Año 2018.

La significancia de $p=0.000$ muestra que p es menor que 0.05 , lo que permite señalar que la relación es significativa, por otro lado se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa. Donde se puede indicar que el restaurante un horario de atención adecuado que permite brindar el servicio, el personal tiene un lenguaje comprensible que logra una conversación fluida con el cliente.

VI. CONCLUSIÓN

Con respecto al objetivo general:

Se determinó la relación entre ambas variables, demostrando que el indicador que hizo que las utilidades suban para el año 2018 fue que las ventas aumentaron la rentabilidad, en la hora que mejoran la calidad de servicio hacia los clientes el rendimiento fue mejor para la empresa.

Con respecto al objetivo específico 1:

Se identificó una relación positiva $r= 0.525$ entre los elementos tangibles y la rentabilidad de la Mype del sector servicio caso Restaurante “EL PILOTO”, Distrito de San Luis, Provincia de Cañete, Año 2018. Asimismo se observa que los elementos tangibles ofrecidos en el restaurante “EL PILOTO”, es bueno, ya que emplean adecuadamente las instalaciones, los equipos y los aspectos de los colaboradores adecuadamente que hace que el cliente este satisfecho en el restaurante.

Con respecto al objetivo específico 2:

Se identificó una relación positiva $r=0.511$ entre la capacidad de respuesta de la calidad de servicio y la rentabilidad de la Mype del sector servicio caso Restaurante “EL PILOTO”, Distrito de San Luis, Provincia de Cañete, Año 2018. Asimismo se observa que la capacidad de respuesta brindado en el restaurante “EL PILOTO”, es bueno, ya que emplean adecuadamente la capacidad de respuesta como la rapidez del servicio, la disposición de respuesta y de ayuda hacia los clientes logrando una mejor satisfacción.

Con respecto al objetivo específico 3:

Se identificó una relación positiva $r=0.692$ entre la empatía de la calidad de servicio y la rentabilidad de la Mype del sector servicio caso Restaurante “EL PILOTO”, Distrito de San Luis, Provincia de Cañete, Año 2018. Asimismo se observa que la empatía brindado en el restaurante “EL PILOTO”, es bueno, ya que los colaboradores demuestra cortesía y conocimiento sobre lo que recomienda en la ahora de atender al cliente y eso hace que los clientes se encuentren satisfechos.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Cronin Jr, J. J., & Taylor, S. A. (1992).** *Measuring service quality: a reexamination and extensión.* The journal of marketing.
- Cronin Jr, J. J., & Taylor, S. A. (1994).** *SERVPERF versus SERVQUAL: measurement of service quality.* The Journal of Marketing.
- Crosby. (1979).** *Teoría de la calidad. Recuperado el 1997,de*
<http://uva.anahuac.mx/content/catalogo/diplanes/>
- Deming, W. (1989).** *Calidad, productividad y competitividad. La salida de la crisis.* Madrid: Díaz de Santos.
- Duque Oliva, E. J. (2005).** *Revista de Ciencias Administrativas y Sociales.* INNOVAR . Recuperado el 2016
- Escobar, H Y Cuartas, V. (2006).** *Diccionario económico Financiero (3ra edición).* Colombia.
- Espinoza (2018).** “*Calidad de servicio y su incidencia en la satisfacción del cliente en el Restaurante Turístico Don Kike de la ciudad de Ancash – Perú*”.(Lic. En Administración). Universidad Privada Telesup – Perú.
- Espiritu (2018).** “*Influencia de la calidad de servicio en la rentabilidad de la empresa Sabor y Punto Restaurant Bar. Chorrillos, 2017*”. (Lic. En Administración). Universidad Cesar vallejo – Perú.
- Evans, R. J., & Lindsay, M. W. (2008).** *Administración y Control de la Calidad.* Mexico: Cengage Learning
- Ferruz (2011).** *La rentabilidad y el riesgo. Biblioteca eumed.* Madrid, España.
- Gitman Y Lawrence J. (2003).** *Principios de Administración Financiera (décima edición).*
- González, (2013).** “*Análisis de Rentabilidad en Empresas Hoteleras: Rentabilidad del Servicio de Restaurante VS Servicios de Hotel. Caso Práctico Hotel Cuenca*”.(Título de Contador).Cuenca – Ecuador.
- Gosso, F. (2008).** *Híper Satisfacción del Cliente. México: Panorama S.A.de C.V.*

- Gryna, M. F., Chua, C. H., & Defeo, A. J. (2007).** *Metodo Juran, Analisis y Planeacion de la Calidad*. Mexico: Mc Graw Hill.
- Hernández J. Fernández y Baptista., (2010).** *Clima organizacional*, México, Editorial Azteca.
- Jurado (2014).** “*Calidad de la Gestión en el Servicio y Atención al Cliente para el Mejoramiento de las Operaciones Internas en Restaurantes de Lujo en el Centro Histórico de la Ciudad de Quito*”. (Magister en Administración). En la ciudad de Quito – Ecuador. Pontificia Universidad Católica Del Ecuador – Matriz.
- Kloter & Armstrong. (2003).** *Fundamentos del Marketing*. México:Prentice Hall.
- Kothari, C. R. (2004).** *Research methodology: Methods & techniques* (2. ed). Nueva Delhi: New Age International Publishers.
- Kotler, P. (1997).** *Mercadotecnia. México: Prentice-Hall. 2006*
- López (2018).** “*Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy’s de la ciudad de Guayaquil*”. (Magister en Administración). Universidad católica de Santiago de Guayaquil – Ecuador.
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2009).** *Marketing de Servicios - Personal, tecnologia y estrategia* (6 ed.). Mexico: Prentice Hall
- Matsumoto, R. (2014, 6 septiembre)** *Desarrollo del Modelo Servqual para la medición de la calidad del servicio en la empresa de publicidad Ayuda Experto*. v. 34, 1994-3733.
- Ñahuirima. (2015).** “*Calidad de servicio y satisfacción del cliente de las pollerías del Distrito de Andahuaylas, Provincia de Andahuaylas, periodo 2015*”. (Lic. en Administración). Universidad nacional Jose María Arguedas – Perú.
- Orellano y Tafur (2018).** “*Nivel de satisfacción de la atención al cliente en el restaurante Mama Juana*”. (Lic. En Administración Hotelera).
- Ortega, A. (2008).** *Introducción a las finanzas*. (2da. Edición). México DF: McGraw-Hill Interamericana Editores

Parasuraman A, Zeithaml A y Berry L. (1985). *Calidad total en la gestión de servicios.*

Madrid: Díaz de Santos.

Pérez (2014). “*La calidad del servicio al cliente y su influencia en los resultados económicos y financieros de la empresa restaurante Campestre SAC - Chiclayo periodo enero a Septiembre 2011 y 2012*”.

Pérez, V. (2006). *Calidad Total en la Atención al Cliente. España: Calidad total en la atención al cliente, Pautas para garantizar la excelencia en el servicio, (1ª. ed.), España: Ideas propias editorial.*

Sánchez, J, (2002). *Análisis de rentabilidad de la empresa.* España: Copy Right.

Setó, (2004). *De la Calidad de Servicio a la Fidelidad del Cliente.*

Stanley, B. Y Geoffrey, A. (2001). *Fundamentos de Gerencia Financiera.* (9na Edición).

Bogotá: Interamericana S.A.

Van Horne (2010), *Fundamentos de administración financiera.* Decimotercera edición.

Editorial Pearson. México. Recuperado el 21 de noviembre del 2015.

Van Horne, J. Y Wachowicz, M. (2010). *Fundamentos de la Administración Financiera*

(Décimo Tercera ed.). México: Pearson Educación.

Villalba (2016). “*Análisis de calidad del servicio y atención al cliente en Azuca Beach, Azuca Bistro y Q restaurant, y sugerencia de mejora*”. (Lic. En Administración Hotelera).

Pontificia universidad católica del ecuador.

Zeithaml, V., Parasuraman, P., & Berry, L. (1993). *Calidad Total en la Gestión de Servicios.*

España: Ediciones Diaz de Santos.

ANEXOS

1.- Encuesta



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

Encuesta:

El objetivo de este cuestionario detallado a continuación tiene por finalidad recopilar información del sector y rubro indicado, lo cual será un factor elemental para el desarrollo del trabajo de investigación denominado:

**“CALIDAD DEL SERVICIO Y RENTABILIDAD DE LA MYPE DEL SECTOR SERVICIO,
CASO RESTAURANTE “EL PILOTO”, DISTRITO DE SAN LUIS, PROVINCIA DE
CANETE, AÑO 2018.”**

Para lo cual se le pide conteste de manera objetiva las preguntas indicadas, marcando con una (X) en el recuadro que crea conveniente, teniendo en cuenta las siguientes indicaciones:

- Totalmente desacuerdo 1
- En desacuerdo 2
- Ni de acuerdo, ni desacuerdo 3
- De acuerdo 4
- Totalmente de acuerdo 5

ELEMENTOS TANGIBLES		1	2	3	4	5
1	¿La apariencia de las instalaciones está acorde con los servicios recibidos?					
2	¿Encuentra comodidad en las instalaciones con el mobiliario y los espacios brindados?					
3	¿Considera usted que los utensilios del restaurante son los adecuados?					
4	¿Considera usted que la vestimenta de los colaboradores están de acuerdo a su cargo?					
5	Para Usted ¿La calidad de servicio que brinda el restaurant en cuanto a la cantidad de comida, aspecto y sabor es la adecuada?					
CAPACIDAD DE RESPUESTA		1	2	3	4	5
6	¿Los colaboradores son comunicativos y asertivos en el servicio que se le brinda?					

7	¿Considera que el colaborador brinda disposición por resolver los problemas que tiene con el servicio?					
8	¿Considera que los colaboradores tienen la capacidad de responder a sus necesidades?					
9	¿Los colaboradores suelen estar pendiente de los pedidos de los clientes?					
10	¿Considera usted que la atención del servicio es rápida?					
EMPATIA		1	2	3	4	5
11	¿El restaurante da atención personalizada a los clientes?					
12	¿Los colaboradores demuestran cortesía y amabilidad con la atención?					
13	¿Los colaboradores demuestran sus habilidades con el trato hacia el cliente y el saber escuchar sus necesidades?					
14	¿Los colaboradores siempre están dispuestos ayudar con sus necesidades?					
15	¿Está de acuerdo con el horario de atención?					

2.- Carta de Presentación



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE
FILIAL CAÑETE

"EL AÑO DEL DIÁLOGO Y LA RECONCILIACIÓN NACIONAL"

Cañete, 04 de enero del 2018

Sra:
Encarnación Esmeralda Gonzales Vda. De Fernández
Representante
RESTAURANTE "EL PILOTO"

Presente. -

De mi especial consideración:

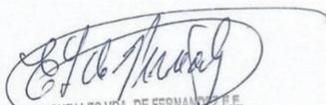
*Por medio del presente le hago llegar mi cordial saludo y a la vez presento al bachiller **LOBATON FLORES ANGÉLICA MARÍA** con D.N.I. 70168135 código 2511142001, de la E.P. Administración, quien actualmente se encuentra desarrollando su tesis para titulación en esta casa de estudios.*

Por ello solicito a su despacho la autorización para recabar información respecto a su representada que será utilizada únicamente con fines científicos y académicos de investigación que se encuentra desarrollando, denominado:

**CALIDAD DE SERVICIO Y RENTABILIDAD DE LA MYPE DEL SECTOR SERVICIO,
CASO RESTAURANTE "EL PILOTO", DISTRITO DE SAN LUIS, PROVINCIA DE
CAÑETE, AÑO 2018.**

Estimado le brinde las facilidades que el caso requiere, expreso mi profundo agradecimiento.

Atentamente,


GONZALES VDA. DE FERNANDEZ E.E.
R.U.C. Nº 40134091021


UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ANGELES
CHIMBOTE
FILIAL CAÑETE
Lc. Joel Dioses Pardo
COORDINADOR

Jr. Santa Rita 265 - 269 San Vicente
Cañete - Perú
Tel: (01) 5813725
www.uladech.edu.pe

3.- Carta de aceptación

EL PILOTO

Restaurant

CARTA DE RESPUESTA A SOLICITUD

De mi mayor consideración

Yo, **Encarnación Esmeralda Gonzales Vda. de Fernández**, representante del Restaurante "EL PILOTO", con **R.U.C 10154091021**, autorizo al Bachiller **Angélica Mará Lobatón Flores**, identificada con **DNI 70168135**, Facultad de Ciencias Contables y Administrativas – F-P. Administración, levantar información de mi empresa para investigación a desarrollar denominada:

CALIDAD DE SERVICIO Y RENTABILIDAD DE LA MYPE DEL SECTOR SERVICIO. CASO RESTAURANTE "EL PILOTO", DISTRITO DE SAN LUIS, PROVINCIA DE CAÑETE, AÑO 2018.

Sin otro particular aprovecho la ocasión para hacerle llegar mis consideraciones y estima personal.

Atentamente.

GONZALES VDA DE FERNANDEZ E.E.
R.U.C. 10154091021

Av. 28 de Julio Nro. 216 (Antigua Panamericana Sur Km. 138)
San Luis - Cañete - Lima Telfs.: 284-4114 / 284-4093 / Fax: 284-4072
CC Sur Plaza Boulevard Mza. N° Lote. 7
(alt. Panamericana Sur Km 975) Asia - Cañete - Lima
E-mail: elpiloto2000@terra.com

4.- Remype



CONSULTA DEL REGISTRO NACIONAL DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA

REGISTRO NACIONAL DE MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA - REMYPE (Desde el 20/10/2008)							
Nº DE RUC.	RAZÓN SOCIAL	FECHA SOLICITUD	ESTADO/CONDICIÓN	FECHA DE ACREDITACIÓN	SITUACIÓN ACTUAL	RESOLUCIÓN / OFICIO DGPE	FECHA DE BAJA / CANCELACIÓN
10154091021	GONZALES VDA DE FERNANDEZ ENCARNACION ESMERALDA	31/10/2017	ACREDITADO COMO PEQUEÑA EMPRESA	06/11/2017	ACREDITADO	-----	-----

REGISTRO NACIONAL DE EMPRESAS ACOGIDAS AL REGIMEN ESPECIAL LABORAL - LEY 28015 (Hasta el 19/10/2008)			
Nº DE RUC.	RAZÓN SOCIAL	ESTADO	FECHA
NO SE ENCONTRARON RESULTADOS PARA ESTA BUSQUEDA			

5.- Validación de instrumento

ANEXO I

CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor(a): Lic. Joel Dioses Prado.

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO.

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mis cordiales saludos y así mismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante del *Proyecto de investigación de la Universidad Católica los ángeles de Chimbozo, sede Cañete, promoción Cañete 2019-0, aula LAD3*, requiero validar el instrumento con lo cual recogeré la información necesaria para poder desarrollar mi investigación y con la cual optaré el grado de Licenciada.

El título de mi investigación es: **"CALIDAD DEL SERVICIO Y RENTABILIDAD DE LA MYPE DEL SECTOR SERVICIO, CASO RESTAURANTE "EL PILOTO", DISTRITO DE SAN LUIS, PROVINCIA DE CAÑETE, AÑO 2018"** y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, hemos considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas educativos y/o investigación educativa.

El expediente de validación, que le hacemos llegar contiene:

1. Anexo 1: Carta de presentación
2. Anexo 2: Matriz de operacionalización
3. Anexo 3: Definiciones conceptuales de las variables
4. Anexo 4: Certificado de validez de contenido de los instrumentos

Expresándole nuestros sentimientos de respeto y consideración nos despedimos de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.


ANGELICA MARIA LOBATON FLORES
D.N.I. N° 70168135

ANEXO 2

*Tabla de operacionalización de la variable 1: **Calidad de Servicio***

DIMENSIONES	INDICADORES	Nº DE ITEMS	ESCALA DE MEDICIÓN	NIVELES DE RANGO
Elementos tangibles	Características de las instalaciones Características de los equipos Aspecto de los colaboradores	1,2,3,4,5	Likert	1. Totalmente desacuerdo 2. En desacuerdo 3. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo 4. De acuerdo 5. Totalmente de acuerdo
Capacidad de respuesta	Nivel de tiempo de esperas rapidez del servicio Disposición de respuesta Disposición de ayuda	6,7,8,9,10		
Empatía	Nivel de conocimiento del personal Cortesía del personal Orientación al cliente del personal	12,13,14,15		

*Tabla de operacionalización de la variable 2: **Rentabilidad***

DIMENSIONES	INDICADORES	Nº DE ITEMS	ESCALA DE MEDICIÓN	NIVELES DE RANGO
Ratio de la Rentabilidad	Rentabilidad en relación con las Ventas		Ordinal	Documental
	Rentabilidad en relación con la Inversión			
	Rendimiento sobre el capital			

ANEXO 3

DEFINICIÓN CONCEPTUAL DE LA VARIABLE

Variable 1: CALIDAD DE SERVICIO

Para Herrera (2014) menciona que calidad en el servicio “es el proceso de cambio que compromete a toda organización en torno a valores, actitudes y comportamientos a favor de los clientes de nuestro negocio”. (p.130).

DIMENSIONES:

ELEMENTOS TANGIBLES

- Características de las instalaciones
- Características de los equipos
- Aspecto de los colaboradores

CAPACIDAD DE RESPUESTA

- Nivel de tiempo de esperas
- rapidez del servicio
- Disposición de respuesta
- Disposición de ayuda

EMPATIA

- Nivel de conocimiento del personal
- Cortesía del personal
- Orientación al cliente del personal

ANEXO 3

DEFINICIÓN CONCEPTUAL DE LA VARIABLE

Variable 2: RENTABILIDAD

Según Ferruz, (2011 pp. 22, 23, 28,29) la rentabilidad “es el rendimiento de la inversión medido mediante las correspondientes ecuaciones de equivalencia financiera”.

DIMENSION:

RATIO DE LA RENTABILIDAD

- Rentabilidad en relación con las Ventas
- Rentabilidad en relación con la Inversión
- Rendimiento sobre el capital

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSION 1 ELEMENTOS TANGIBLES							
1	¿La apariencia de las instalaciones está acorde con los servicios recibidos?	✓		✓		✓		
2	¿Encuentra comodidad en las instalaciones con el mobiliario y los espacios brindados?	✓		✓		✓		
3	¿Considera usted que los utensilios del restaurante son las adecuados?	✓		✓		✓		
4	¿Considera usted que la vestimenta de los colaboradores están de acuerdo a su cargo?	✓		✓		✓		
5	Para Usted ¿ La calidad de servicio que brinda el restaurant en cuanto a la cantidad de comida, aspecto y sabor es la adecuada?	✓		✓		✓		
	DIMENSION 2 - CAPACIDAD DE RESPUESTA	Si	No	Si	No	Si	No	
6	¿Los colaboradores son comunicativos y asertivos en el servicio que se le brinda?	✓		✓		✓		
7	¿Considera que el colaborador brinda disposición por resolver los problemas que tiene con el servicio?	✓		✓		✓		
8	¿Considera que los colaboradores tienen la capacidad de responder a sus necesidades?	✓		✓		✓		
9	¿Los colaboradores suelen estar pendiente de los pedidos de los clientes?	✓		✓		✓		
10	¿Considera usted que la atención del servicio es rápida?	✓		✓		✓		
	DIMENSION 3 - EMPATIA	Si	No	Si	No	Si	No	
11	¿El restaurante da atención personalizada a los clientes?	✓		✓		✓		
12	¿ Los colaboradores demuestran cortesía y amabilidad con la atención?	✓		✓		✓		
13	¿Los colaboradores demuestran sus habilidades con el trato hacia el cliente y el saber escuchar sus necesidades?	✓		✓		✓		
14	¿Los colaboradores siempre están dispuestos ayudar con sus necesidades?	✓		✓		✓		
15	¿Está de acuerdo con el horario de atención?	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): SÍ, HAY SUFICIENCIA EN LAS INTERROGANTES.

Opinión de aplicabilidad: Aplicable No aplicable

Apellidos y nombres del juez evaluador: Dr. José Pardo de...del 2019

DNI: 32992490

Especialidad del evaluador: ADMINISTRADOR

Fecha de Colegiatura: fotocopia..... fecha de Habilitación: fotocopia.....

UNIVERSIDAD CATORCLOS ANGELES
DIBUJO
FILIAL CAJETE
Dr. José Pardo
COORDINADOR
Firma

1 Pertinencia: El ítem corresponde al concepto técnico formulado.
2 Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
3 Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

ANEXO 1

CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor(a): **Lic. Ovidio Julian Castillon Matos**

Presente

Asunto: **VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO.**

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mis cordiales saludos y así mismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante del *Proyecto de investigación de la Universidad Católica los ángeles de Chimbote, sede Cañete, promoción Cañete 2019-0, aula LAD3*, requiero validar el instrumento con lo cual recogeré la información necesaria para poder desarrollar mi investigación y con la cual optaré el grado de Licenciada.

El título de mi investigación es: **"CALIDAD DEL SERVICIO Y RENTABILIDAD DE LA MYPE DEL SECTOR SERVICIO, CASO RESTAURANTE "EL PILOTO", DISTRITO DE SAN LUIS, PROVINCIA DE CAÑETE, AÑO 2018"** y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, hemos considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas educativos y/o investigación educativa.

El expediente de validación, que le hacemos llegar contiene:

1. Anexo 1: Carta de presentación
2. Anexo 2: Matriz de operacionalización
3. Anexo 3: Definiciones conceptuales de las variables
4. Anexo 4: Certificado de validez de contenido de los instrumentos

Expresándole nuestros sentimientos de respeto y consideración nos despedimos de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.


ANGELICA MARIA LOBATON FLORES
D.N.I: N°70168135

ANEXO 2

*Tabla de operacionalización de la variable 1: **Calidad de Servicio***

DIMENSIONES	INDICADORES	Nº DE ITEMS	ESCALA DE MEDICIÓN	NIVELES DE RANGO
Elementos tangibles	Características de las instalaciones Características de los equipos Aspecto de los colaboradores	1,2,3,4,5	Likert	1. Totalmente desacuerdo 2. En desacuerdo 3. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo 4. De acuerdo 5. Totalmente de acuerdo
Capacidad de respuesta	Nivel de tiempo de esperas rapidez del servicio Disposición de respuesta Disposición de ayuda	6,7,8,9,10		
Empatía	Nivel de conocimiento del personal Cortesía del personal Orientación al cliente del personal	12,13,14,15		

*Tabla de operacionalización de la variable 2: **Rentabilidad***

DIMENSIONES	INDICADORES	Nº DE ITEMS	ESCALA DE MEDICIÓN	NIVELES DE RANGO
Ratio de la Rentabilidad	Rentabilidad en relación con las Ventas		Ordinal	Documental
	Rentabilidad en relación con la Inversión			
	Rendimiento sobre el capital			

ANEXO 3

DEFINICIÓN CONCEPTUAL DE LA VARIABLE

Variable 1: CALIDAD DE SERVICIO

Para Herrera (2014) menciona que calidad en el servicio “es el proceso de cambio que compromete a toda organización en torno a valores, actitudes y comportamientos a favor de los clientes de nuestro negocio”. (p.130).

DIMENSIONES:

ELEMENTOS TANGIBLES

- Características de las instalaciones
- Características de los equipos
- Aspecto de los colaboradores

CAPACIDAD DE RESPUESTA

- Nivel de tiempo de esperas
- rapidez del servicio
- Disposición de respuesta
- Disposición de ayuda

EMPATIA

- Nivel de conocimiento del personal
- Cortesía del personal
- Orientación al cliente del personal

ANEXO 3

DEFINICIÓN CONCEPTUAL DE LA VARIABLE

Variable 2: RENTABILIDAD

Según Ferruz, (2011 pp. 22, 23, 28,29) la rentabilidad “es el rendimiento de la inversión medido mediante las correspondientes ecuaciones de equivalencia financiera”.

DIMENSION:

RATIO DE LA RENTABILIDAD

- Rentabilidad en relación con las Ventas
- Rentabilidad en relación con la Inversión
- Rendimiento sobre el capital

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSION 1 ELEMENTOS TANGIBLES							
1	¿La apariencia de las instalaciones está acorde con los servicios recibidos?	✓		✓		✓		
2	¿Encuentra comodidad en las instalaciones con el mobiliario y los espacios brindados?	✓		✓		✓		
3	¿Considera usted que los utensilios del restaurante son las adecuados?	✓		✓		✓		
4	¿Considera usted que la vestimenta de los colaboradores están de acuerdo a su cargo?	✓		✓		✓		
5	Para Usted ¿ La calidad de servicio que brinda el restaurant en cuanto a la cantidad de comida, aspecto y sabor es la adecuada?	✓		✓		✓		
	DIMENSION 2 - CAPACIDAD DE RESPUESTA	Si	No	Si	No	Si	No	
6	¿Los colaboradores son comunicativos y asertivos en el servicio que se le brinda?	✓		✓		✓		
7	¿Considera que el colaborador brinda disposición por resolver los problemas que tiene con el servicio?	✓		✓		✓		
8	¿Considera que los colaboradores tienen la capacidad de responder a sus necesidades?	✓		✓		✓		
9	¿Los colaboradores suelen estar pendiente de los pedidos de los clientes?	✓		✓		✓		
10	¿Considera usted que la atención del servicio es rápida?	✓		✓		✓		
	DIMENSION 3 - EMPATIA	Si	No	Si	No	Si	No	
11	¿El restaurante da atención personalizada a los clientes?	✓		✓		✓		
12	¿ Los colaboradores demuestran cortesía y amabilidad con la atención?	✓		✓		✓		
13	¿Los colaboradores demuestran sus habilidades con el trato hacia el cliente y el saber escuchar sus necesidades?	✓		✓		✓		
14	¿Los colaboradores siempre están dispuestos ayudar con sus necesidades?	✓		✓		✓		
15	¿Está de acuerdo con el horario de atención?	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): SI HAY SUFICIENCIA EN LAS IMPLANTACIONES.

Opinión de aplicabilidad: Aplicable No aplicable Aplicable después de corregir 20 de 07 del 2018

Apellidos y nombres del juez evaluador: CASTILLO MATOS OVIDIO JULIAN DNI: 15421219

Especialidad del evaluador: ADMINISTRADOR fecha de Habilitación: fotocopia



Firma _____

* Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
* Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
* Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

ANEXO I

CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor(a): **DR. NILO TEODORICO COLQUEPISCO PAUCAR**

Presente

Asunto: **VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO.**

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mis cordiales saludos y así mismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante del *Proyecto de Investigación de la Universidad Católica Los Angeles de Chimbote, sede Cañete, promoción Cañete 2019-0, aula LAD3*, requiero validar el instrumento con lo cual recogeré la información necesaria para poder desarrollar mi investigación y con la cual optaré el grado de Licenciada.

El título de mi investigación es: **"CALIDAD DEL SERVICIO Y RENTABILIDAD DE LA MYPE DEL SECTOR SERVICIO, CASO RESTAURANTE "EL PILOTO", DISTRITO DE SAN LUIS, PROVINCIA DE CAÑETE, AÑO 2018"** y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, hemos considerado conveniente recurrir a usted, ante su comotada experiencia en temas educativos y/o investigación educativa.

El expediente de validación, que le hacemos llegar contiene:

1. Anexo 1: Carta de presentación
2. Anexo 2: Matriz de operacionalización
3. Anexo 3: Definiciones conceptuales de las variables
4. Anexo 4: Certificado de validez de contenido de los instrumentos

Expresándole nuestros sentimientos de respeto y consideración nos despedimos de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.


ANGELICA MARIA LOBATON FLORES
D.N.I. N° 70168135

ANEXO 2

Tabla de operacionalización de la variable 1: **Calidad de Servicio**

DIMENSIONES	INDICADORES	Nº DE ITEMS	ESCALA DE MEDICIÓN	NIVELES DE RANGO
Elementos tangibles	Características de las instalaciones Características de los equipos Aspecto de los colaboradores	1,2,3,4,5	Likert	1. Totalmente en desacuerdo 2. En desacuerdo 3. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo 4. De acuerdo 5. Totalmente de acuerdo
Capacidad de respuesta	Nivel de tiempo de esperas rapidez del servicio Disposición de respuesta Disposición de ayuda	6,7,8,9,10		
Empatía	Nivel de conocimiento del personal Cortesía del personal Orientación al cliente del personal	12,13,14,15		

Tabla de operacionalización de la variable 2: **Rentabilidad**

DIMENSIONES	INDICADORES	Nº DE ITEMS	ESCALA DE MEDICIÓN	NIVELES DE RANGO
Ratio de la Rentabilidad	Rentabilidad en relación con las Ventas		Ordinal	Documental
	Rentabilidad en relación con la Inversión			
	Rendimiento sobre el capital			

ANEXO 3

DEFINICIÓN CONCEPTUAL DE LA VARIABLE

Variable 1: CALIDAD DE SERVICIO

Para Herrera (2014) menciona que calidad en el servicio “es el proceso de cambio que compromete a toda organización en torno a valores, actitudes y comportamientos a favor de los clientes de nuestro negocio”. (p.130).

DIMENSIONES:

ELEMENTOS TANGIBLES

- Características de las instalaciones
- Características de los equipos
- Aspecto de los colaboradores

CAPACIDAD DE RESPUESTA

- Nivel de tiempo de esperas
- rapidez del servicio
- Disposición de respuesta
- Disposición de ayuda

EMPATIA

- Nivel de conocimiento del personal
- Cortesía del personal
- Orientación al cliente del personal

ANEXO 3

DEFINICIÓN CONCEPTUAL DE LA VARIABLE

Variable 2: RENTABILIDAD

Según Ferruz, (2011 pp. 22, 23, 28,29) la rentabilidad “es el rendimiento de la inversión medido mediante las correspondientes ecuaciones de equivalencia financiera”.

DIMENSION:

RATIO DE LA RENTABILIDAD

- Rentabilidad en relación con las Ventas
- Rentabilidad en relación con la Inversión
- Rendimiento sobre el capital

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSION 1 ELEMENTOS TANGIBLES							
1	¿La apariencia de las instalaciones está acorde con los servicios recibidos?	✓		✓		✓		
2	¿Encuentra comodidad en las instalaciones con el mobiliario y los espacios brindados?	✓		✓		✓		
3	¿Considera usted que los utensilios del restaurante son las adecuados?	✓		✓		✓		
4	¿Considera usted que la vestimenta de los colaboradores están de acuerdo a su cargo?	✓		✓		✓		
5	Para Usted ¿ La calidad de servicio que brinda el restaurant en cuanto a la cantidad de comida, aspecto y sabor es la adecuada?	✓		✓		✓		
	DIMENSION 2 - CAPACIDAD DE RESPUESTA	Si	No	Si	No	Si	No	
6	¿Los colaboradores son comunicativos y asertivos en el servicio que se le brinda?	✓		✓		✓		
7	¿Considera que el colaborador brinda disposición por resolver los problemas que tiene con el servicio?	✓		✓		✓		
8	¿Considera que los colaboradores tienen la capacidad de responder a sus necesidades?	✓		✓		✓		
9	¿Los colaboradores suelen estar pendiente de los pedidos de los clientes?	✓		✓		✓		
10	¿Considera usted que la atención del servicio es rápida?	✓		✓		✓		
	DIMENSION 3 - EMPATIA	Si	No	Si	No	Si	No	
11	¿El restaurante da atención personalizada a los clientes?	✓		✓		✓		
12	¿ Los colaboradores demuestran cortesía y amabilidad con la atención?	✓		✓		✓		
13	¿Los colaboradores demuestran sus habilidades con el trato hacia el cliente y el saber escuchar sus necesidades?	✓		✓		✓		
14	¿Los colaboradores siempre están dispuestos ayudar con sus necesidades?	✓		✓		✓		
15	¿Está de acuerdo con el horario de atención?	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): SÍ, HAY SUFICIENCIA EN LAS INTERROGANTES

Opinión de aplicabilidad: Aplicable No aplicable Aplicable después de corregir No aplicable

Apellidos y nombres del juez evaluador: 20 de 07 del 2018

..... P.R. SOLAQUEPISCO PAUCAR N°10 TEGARRIC DNI: 40965725

Especialidad del evaluador: HETODÓLOGO

Especialidad del evaluador:

Fecha de Colegiatura: fotocopia fecha de Habilitación:

1 Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

2 Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

3 Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión


Firma

CMP N° 2097

6.- Evidencia





