



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

**CALIDAD DE SERVICIO DE LAS MYPES, SECTOR
SERVICIOS, RUBRO RESTAURANTES – CASO:
RESTAURANTE CEVICHERÍA EL GRAN CHIMÚ–
TUMBES– TUMBES, AÑO 2020.**

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

AUTOR

LABAN PÉREZ, CÉSAR HUMBERTO

ORCID: 0000-0001-9149-5050

ASESOR

ESCOBEDO GÁLVEZ, JOSÉ FERNANDO

ORCID: 0000-0002-6443-1497

TUMBES – PERÚ

2020

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

Laban Pérez, César Humberto

ORCID: 0000-0002-6443-1497

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

ASESOR

Escobedo Gálvez, José Fernando

ORCID: 0000-0002-6443-1497

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

JURADO

Guerrero García, Galvani

ORCID: 0000-0003-1038-1866

Aguilar Chuquizuta, Darwin Ebert

ORCID: 0000-0001-6721-620X

Villarreyes Guerra, Domingo Miguel

ORCID: 0000-0001-6769-1959

HOJA DE FIRMA DEL JURADO Y ASESOR

MGTR. GALVANI GUERRERO GARCÍA
PRESIDENTE

MGTR. DARWIN EBERT AGUILAR CHUQUIZUTA
MIEMBRO

MGTR. DOMINGO MIGUEL VILLARREYES GUERRA
MIEMBRO

MGTR. JOSÉ FERNANDO ESCOBEDO GÁLVEZ
ASESOR

AGRADECIMIENTO

A Dios, por haberme dado la vida, la salud y la sabiduría a lo largo del estudio de la carrera profesional.

A la MyPes, por permitirme recopilar los datos necesarios para realizar mi investigación.

A los docentes de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote por sus enseñanzas.

DEDICATORIA

Dedicar a nuestro padre Jehová, y a mi familia, quienes han sido mi principal motivación para continuar y crecer como persona y profesional, en mi anhelo de darles una mejor calidad de vida, y quienes además me han apoyado en cada momento en esta etapa.

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo general el Determinar el nivel de Calidad de servicio de los empleados de las MyPes del sector servicios, rubro restaurantes – Caso Restaurant Cevichería El Gran Chimú – Tumbes, año 2020. en la cual se ha planteado como problema de investigación: ¿Cuál es el nivel de calidad de servicio de las MyPes del sector servicio, rubro restaurantes, – Caso Restaurante Cevichería El Gran Chimú- Tumbes, año 2020? En esta investigación la metodología empleada es el de una investigación del tipo cuantitativo, nivel descriptivo y un diseño no experimental. La población estuvo conformada por los trabajadores de las MyPes del sector servicio, rubro restaurantes, siendo la muestra del restaurante seleccionado de 12 trabajadores que es el total, a criterio del investigador; en el cual se ha utilizado una encuesta como instrumento para la recolección e información ,empleando para su diseño la escala de SERVQUALING; la cual tiene un grado de confiabilidad general de Cron Bach de 0.935, y consiste en 22 interrogantes a partir de 4 dimensiones identificadas en la calidad de servicio divididas de la siguiente manera: (dimensión instalaciones = 5 preguntas; dimensión personal = 5 preguntas; dimensión satisfacción = 4 preguntas; dimensión servicios = 4 preguntas; y dimensión imagen = 4 preguntas. Entre los resultados destacados se identificó que tanto el nivel de la infraestructura del local y de la atención del personal e considera de nivel medio, concluyendo en que no se realiza una inversión suficiente en el mejoramiento de instalaciones y el fortalecimiento de capacidades lo cual es necesario mejorar para tener un servicio de mejor calidad.

Palabras claves: Calidad de servicio y MyPes.

ABSTRACT

The general objective of this research was to determine the level of quality of service of myPes employees in the services sector, including restaurants – Caso Restaurant Cevichería El Gran Chimú – Tumbes, 2020.in which it has been raised as a problem research: What is the level of quality of service of the MyPes of the service sector, in which restaurants, – Case Restaurant Cevichería El Gran Chimú- Tumbes, year 2020? In this research the methodology used is that of a quantitative type research, descriptive level and a non-experimental design. The population was made up of the workers of the MyPes of the service sector, restaurants, being the sample of the selected restaurant of 12 workers that is the total, at the opinion of the researcher; in which a survey has been used as a tool for collection and information, using for its design the scale of SERVQUALING; which has a general degree of Cron Bach reliability of 0.935, and consists of 22 questions from 4 dimensions identified in the quality of service divided as follows: (dimensions installations - 5 questions; personal dimension s 5 . questions; Satisfaction dimension - 4 questions; Services dimension - 4 questions; and image dimension s 4 questions. Among the outstanding results, it was identified that both the level of the infrastructure of the premises and the attention of the staff and considers the mid-level, concluding that there is insufficient investment in the improvement of facilities and the strengthening of capabilities which need to be improved to have a better quality service.

Keywords: Quality of service and MyPes.

ÍNDICE

TÍTULO	i
EQUIPO DE TRABAJO	ii
HOJA DE FIRMA DEL JURADO Y ASESOR	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DEDICATORIA	v
RESUMEN.....	vi
ABSTRACT	vii
ÍNDICE	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. REVISIÓN DE LITERATURA	6
2.1. Antecedentes.....	6
2.1.1. Antecedentes internacionales	6
2.1.2. Antecedentes nacionales	7
2.1.3. Antecedentes locales.....	8
2.2. Bases teóricas y conceptuales.....	10
2.2.1. Calidad de servicio	10
2.2.2. MyPes	14
2.2.3. Restaurantes.....	15
2.2.4. Clientes.....	16
III. HIPÓTESIS	18
IV. METODOLOGÍA	19
4.1. Diseño de investigación	19
4.2. Población y muestra.....	19
4.3. Definición y operacionalización de variables	20
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	21
4.5. Plan de análisis	21
4.6. Matriz de consistencia.....	22
4.7. Principios éticos.....	24
V. RESULTADOS	25
5.1. Resultados	25
5.2. Análisis de resultados	32
5.2.1. Respecto a las características sociodemográficas de los trabajadores:.....	32

5.2.2. Respecto a las características las MyPes:	32
5.2.3. Respecto a las características de calidad de servicio:	32
VI. CONCLUSIONES	34
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	35
ANEXOS.....	38
Anexo 01: Encuesta	38
Anexo 02: Consentimiento informado.....	41
Anexo 03: Matriz de ítems	42
Anexo 04: Álbum de fotografías	43
Anexo 05: Turnitin.....	44

I. INTRODUCCIÓN

En los últimos años se ha abordado ampliamente el tema de la lealtad de los consumidores y/o clientes en diversas investigaciones, en las cuales se trata de explicar qué factores contribuyen al logro de la fidelización de los clientes, la cual constituye una ventaja competitiva muy importante para las empresas.

En este sentido, se han identificado algunos aspectos que se encuentran estrechamente relacionados con la lealtad del consumidor y/o cliente, tales como: la calidad del producto o servicio ofrecido, el precio, la confianza, la satisfacción de las expectativas, entre otros aspectos; de los cuales predomina la satisfacción de las necesidades y expectativas de los clientes. Cabe resaltar que la satisfacción está muy relacionada con la calidad del servicio que se ofrece; por lo cual cuando se quiere medir la calidad de un servicio, es importante conocer el nivel de satisfacción de los clientes(Vera, 2019).

Los restaurantes constituyen una buena oportunidad para quienes desean empezar una empresa, teniendo muchas probabilidades de éxito, pero para ello es necesario emplear estrategias acertadas para poder marcar la diferencia en los productos y servicios ofertados. Sin embargo, la mayoría de los propietarios de restaurantes no le dan la importancia necesaria a la satisfacción de los requerimientos de sus clientes en relación al servicio prestado, ya que otorgan mayor atención a otros aspectos como: El financiamiento, con lo cual tienden a incrementar sus precios de venta y a reducir la inversión para la comodidad de los comensales. En este sentido, el servicio que se le brinda al cliente es un factor fundamental que implica aspectos como el tiempo de esperar para ser atendido, el buen trato, la buena presentación, entre otros; que influyen mucho en las

decisiones del consumidor respecto a las preferencias de un restaurante u otro.(Causado Edwin, Charris, & Guerrero, 2019)

De acuerdo con la información proporcionada por la Cámara Nacional de Industria del Rubro Restaurantes de México; este sector contribuye ampliamente en el fomento del empleo, y así mismo, ha generado un aporte importante al incremento del turismo. En este sentido, los restaurantes tienen vital importancia en la dinamización de la economía de un país.

Partiendo de esta premisa, la calidad del servicio que se brinda en los restaurantes, es muy importante para su sostenibilidad y posicionamiento en el mercado, teniendo en cuenta que la amplia relación que existe entre la calidad del servicio y la fidelización de los clientes. (J. Vera & Trujillo, 2017).

En lo que respecta al aporte económico, los restaurantes son los negocios que más contribuyen al sector turismo, ya que forman parte de la ruta turística de muchas personas, generando ingresos. Por tal motivo, los restaurantes tienen gran relevancia para dinamizar la economía de un país; por tal motivo, resulta de mucha importancia la satisfacción de las expectativas de los clientes, lo cual pasa por mejorar la calidad del servicio que se ofrece y que influye mucho en quienes hacen turismo.

Es necesario en este sentido, identificar aquellos factores que contribuyan a mejorar la calidad de servicio de los restaurantes a fin de garantizar su sostenibilidad y éxito.(Cedeño, Campuzano, Uriguen, & Pizarro, 2017).

Al igual que en otros países, en el Perú se ha incrementado la competencia entre las diversas empresas; por lo cual la satisfacción del cliente es fundamental para la sostenibilidad del negocio y su rentabilidad, debiendo cumplir

determinados requisitos para la satisfacción de sus expectativas a partir del ofrecimiento de productos y servicios de calidad. Por lo tanto, la calidad de los servicios, es muy importante, particularmente para la gastronomía peruana, que es un sector que está en constante movimiento.(Fernández, León, & Guzmán, 2019)

En el contexto actual de nuestro país en relación al incremento de la competencia en el sector empresarial en el rubro de la gastronomía, es de mucha utilidad analizar las características del servicio brindado en los restaurantes a fin de identificar las principales falencias y adoptar medidas correctivas para mejorar la calidad del servicio. (Larico & Del Pino, 2018)

La calidad de servicio, en los últimos años en nuestro país, se ha convertido en un aspecto clave para mejorar el nivel de la competitividad de una empresa. Es necesario que los productos y servicios que se ofrecen cumplan con ciertos estándares que puedan dar satisfacción a las principales demandas de los clientes. En este sentido, la percepción de los clientes respecto al servicio es un indicador muy importante. La calidad del servicio brindado es un factor determinante para mejorar el posicionamiento de una empresa y por ende su rentabilidad.(Gutierrez, Vásquez, & Vilca, 2018)

En el contexto regional, en los últimos años, los restaurantes de nuestra región vienen teniendo gran aceptación y preferencia para turistas nacionales y extranjeros, debido a la acogida de nuestra diversidad gastronómica; lo cual contribuye al crecimiento económico de nuestra región.(Flores, 2019)

La gran variedad de comidas y bebidas de la gastronomía tumbesina, han dado lugar al incremento de turistas, que, atraídos por este aspecto, consideran como destino turístico a nuestra Región. Por lo tanto, ante la alta demanda de los restaurantes en Tumbes, se considera de vital importancia conocer las características de estos negocios respecto a la implementación de estrategias de gestión de calidad para brindar un mejor servicio.(Ortiz, 2018).

Es importante tener en cuenta que, en la Ciudad de Tumbes, la mayoría de los restaurantes, son pequeños negocios familiares que se han iniciado de forma empírica; donde la preparación de sus propietarios no es la más adecuada; lo cual se ve reflejado en la calidad de los servicios que brindan, los cuales presentan muchas debilidades a nivel de infraestructura, higiene, seguridad, entre otros.

En este sentido, los propietario de la gran mayoría de restaurantes de la Región no otorgan la atención adecuada a la implementación de estrategias para mejorar su calidad de servicio a los turistas y lugareños.(Guevara, 2018).

A pesar del importante aporte de los restaurantes a la economía en nuestra región, podemos notar que las autoridades tanto regionales como de las municipalidades no realizan acciones que permitan incentivar el fortalecimiento a los propietarios de los restaurantes a fin de que puedan ofrecer servicios de mejor calidad.(Ojeda, 2018)

En este sentido, y para poder definir el problema de la presente investigación se ha planteado la siguiente interrogante de investigación ¿Cuál es el nivel de calidad de servicio de las MyPes del sector servicio, rubro restaurantes, – Caso Restaurante Cevichería El Gran Chimú- Tumbes, año 2020?

De igual manera, se formuló como objetivo general de la investigación: Establecer el nivel de calidad de servicio de las MyPes del sector servicios, rubro Restaurantes – Caso: Cevichería El Gran Chimú - Tumbes, año 2020; a partir del cual se plantean los siguientes objetivos específicos: Determinar las principales características de las instalaciones de las MyPes, sector educación, rubro Restaurantes – Caso: Cevichería El Gran Chimú - Tumbes, año 2020. El segundo objetivo específico es el Determinar las principales características de la atención que brinda el personal en las MyPes, sector servicio, rubro Restaurantes – Caso: Cevichería El Gran Chimú - Tumbes, año 2020. Determinar el nivel de satisfacción de los clientes en las MyPes, sector servicio, rubro Restaurantes – Caso: Cevichería El Gran Chimú - Tumbes, año 2020. Determinar la percepción de la imagen del restaurante ante los clientes de las MyPes, sector servicio, rubro Restaurantes – Caso: Cevichería El Gran Chimú - Tumbes, año 2020.

La investigación se justifica por constituir una base teórica importante para desarrollar capacidades conceptuales en relación a la temática de calidad de servicio, además proporciona datos estadísticos confiables respecto a las características de la calidad de servicio en restaurantes, que se han recogido empleando un instrumento de recolección como es la encuesta que ha permitido la obtención de sus resultados. En el aspecto social, la investigación se justifica en la medida en que promueve la responsabilidad de los empresarios de las MyPes para mejorar la calidad de servicios de sus restaurantes, a fin garantizar su sostenibilidad y rentabilidad.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. Antecedentes

2.1.1. Antecedentes internacionales

(Jiménez, Granados, & Nieto, 2019). En una investigación realizada con la finalidad de determinar cuál es la percepción que tienen los clientes en promedio, respecto a la calidad de servicio de 54 restaurantes que se encontraban adscritos a la Cámara de restaurantes y alimentos condimentados de La Paz, en México; y cómo influye éste factor en la satisfacción de los clientes. Producto de la recopilación de datos a través de una encuesta dirigida a los clientes de los restaurantes de la muestra; en la cual se contemplaron dentro de los factores que influyen en la calidad de servicio a : Infraestructura, atención del personal, ambiente, comida; se identificó la necesidad de analizar de manera estratégica los aspectos relacionados con el servicio que se brinda en estos negocios, teniendo en cuenta que existe una estrecha relación entre la satisfacción del cliente en relación a la calidad de servicio, la que presentó una $r=0.9$ global.

(Ayón, 2019). En un estudio realizado con la finalidad de generar una propuesta de un Plan de mejora del servicio al cliente del Chifa Restaurant “La Fama” en Guayaquil, Ecuador ; para lograr su fidelización y preferencia; en el cual producto de la recopilación de información se propusieron acciones estratégicas para lograr la captación de un mayor número de clientes. Para la recopilación de los datos se empleó el instrumento de la encuesta dirigida a los clientes a fin de conocer sus percepciones sobre la calidad del servicio de este restaurante, concluyendo que existe una amplia relación entre un servicio de óptima calidad y el posicionamiento en cuanto a la preferencia de los clientes.

(Padilla, 2018) En una investigación realizada en el restaurant Nancy, ubicado en el Cantón Guayaquil, pudo identificar algunas debilidades en relación a la calidad del servicio al cliente, pese a ser un negocio con muchos años de experiencia, lo cual afectaba seriamente al nivel de satisfacción de los comensales, en particular con relación a la atención del personal del restaurante quienes no daban información clara y precisa respecto a la variedad de productos que se ofrecen, y además su trato no era el más cordial. Por tal motivo, se desarrolló esta investigación con la finalidad de identificar las debilidades que afectan la calidad de servicio en los restaurantes y a partir de ello proponer un Plan de mejora del servicio; para lo cual se empleó el instrumento de la encuesta para recopilar la información de la percepción de los propios clientes

2.1.2. Antecedentes nacionales

(Loreña, 2019). En una investigación realizada en Satipo, en un restaurante denominado El Bambú, del distrito de Pichanaki, se pudo identificar que los comensales que acuden a éste lugar, tienen la percepción de que el servicio brindado no cumple con sus expectativas, lo cual genera insatisfacción en relación al servicio brindado. En la investigación realizada, se empleó una encuesta que se aplicó a 50 clientes de dichos restaurantes, para la recopilación de los datos respectivos, llegando a la conclusión de que existe una relación muy significativa entre la calidad de servicio y la variable de satisfacción del cliente, es decir, que la calidad de servicio influye mucho en las decisiones y preferencias de los clientes. Teniendo en cuenta esta relación, la calidad de servicio es muy necesaria para la sostenibilidad de un negocio y su rentabilidad, es decir, es necesario que exista un buen servicio para tener ventas progresivas.

(Larico & Del Pino, 2018). En su investigación respecto a la calidad de servicio en los restaurantes de Juliaca en la Provincia de San Román, y su influencia en la satisfacción de los comensales, se realizó una encuesta a 283 clientes de dichos restaurantes, a fin de conocer sus percepciones respecto a la calidad de servicio, en la cual se llegó a la conclusión de que existe una relación muy estrecha entre la calidad de servicio y el nivel de satisfacción de los clientes, donde el 71,4% de los entrevistados consideraban que el servicio brindado en los principales restaurantes de Juliaca es de calidad regular, y un 68,6% declararon estar medianamente satisfechos con el servicio que se les viene brindando.

(Landauro, 2017). Realizó una investigación con la finalidad de evaluar la calidad de servicio que brinda la pollería “El Rikotón Chiken”, en la Ciudad de Chimbote, en la cual empleó diferentes relacionados con las buenas prácticas para medir la calidad de servicio. Para conocer los aspectos relacionados con estos estándares y su cumplimiento, se realizó una encuesta al gerente de la empresa, sus colaboradores para obtener información en relación a la gestión empresarial, infraestructura del local, su equipamiento; encontrando que en este restaurante se cumple con aproximadamente el 78,8% de los estándares de calidad evaluados, concluyendo que la calidad del servicio que se brinda en este restaurante es regular, siendo necesario que se implementen estrategias para mejorar y cumplir con los estándares que no se han venido aplicando.

2.1.3. Antecedentes locales

(Cuenca, 2018) En su investigación realizada con la finalidad de determinar las principales características de la Gestión de calidad y su relación con la satisfacción de los clientes, la cual realizó en los principales restaurantes del mercado de Tumbes, se aplicó una encuesta a 68 clientes de 18 restaurantes del mercado de

Tumbes, a fin de recopilar información que contribuya con los objetivos de investigación. Producto del análisis de la información recogida se concluye que la mayoría de los propietarios de estos locales no brindan la importancia debida y no tienen un compromiso suficiente para mejorar la calidad de los productos y el servicio que ofrecen, ya que no realizan una evaluación frecuente de los indicadores que influyen en las decisiones de compra de los clientes.

(Flores, 2019) En su trabajo de investigación realizado con la finalidad de evaluar la Calidad de Servicio que brinda el Restaurante Piscis, en la Ciudad de Tumbes, para lo cual se empleó ciertos estándares relacionados con las buenas prácticas de atención, lo que permitió identificar las principales características de la calidad de servicio en el mencionado restaurante, así mismo, se empleó una encuesta diseñada por el investigador, la cual se aplicó a 68 clientes de este restaurante, para conocer sus percepciones respecto a la calidad de servicio del restaurante, concluyendo que si bien es cierto, los propietarios del local están implementando medidas para mejorar la calidad de los productos y servicios que ofrecen, aún existen muchas debilidades tanto a nivel de propietarios como del personal que no permiten que el servicio sea de óptima calidad.

(Dios, 2018) En su investigación sobre la Caracterización de la Gestión de la Calidad y la Competitividad en las MYPES del Rubro Restaurantes del Distrito de Corrales, la cual se realizó con la finalidad de identificar las principales características en cuanto a los procesos de gestión de la calidad y la competitividad de estos restaurantes, para lo cual se aplicó una encuesta diseñada por el investigador, a 68 clientes de dichos restaurantes. Los resultados obtenidos demuestran que aunque la mayoría de los clientes encuestados (79%) consideran que el servicio ofrecido en los restaurantes es adecuado, y que cuentan con

personal capacitado que brinda un trato amable e información completa y comprensible sobre los productos ofrecidos; también existe un importante porcentaje (56%) de los clientes que consideran que aún hay ciertos aspectos que no permiten que la calidad del servicio sea óptima ,como la infraestructura, ambientes de los locales, en los cuales no se invierte para innovar y mejorar la calidad del servicio.

2.2. Bases teóricas y conceptuales

2.2.1. Calidad de servicio

2.2.1.1. Definición:

El concepto de Calidad de Servicio está referido a la percepción y juicio que tienen los clientes respecto a la excelencia y superioridad del servicio brindado, el cual se traduce por la satisfacción de sus necesidades y expectativas. Para lograr un servicio de calidad es necesario tener información clara y adecuado conocimiento de los requerimientos de los clientes, a fin de planificar el servicio orientado a la satisfacción de sus necesidades.(Duque, 2005)

La Calidad de Servicio también se define como la apreciación que tiene los clientes respecto al desempeño en el servicio brindado, en cuanto al cumplimiento de sus expectativas. El poder brindar servicios de óptima calidad es una responsabilidad absoluta de la empresa, donde se deben diseñar estrategias para la satisfacción de las necesidades de los clientes, donde el trato de los empleados es de suma importancia. (Cárdenas, Gonzáles, & Pertuz, 2007)

Así mismo, la calidad de servicio se define como la idea que tiene el cliente de que un servicio o producto es superior a otros que brindan servicios similares, es decir, ideal, para lo cual la atención del personal es muy importante, así como también la infraestructura del local.(jorge Vera & Trujillo, 2009)

2.2.1.2. Características de los Servicios de Calidad:(Rosander, 1992)

Para lograr servicios y productos de calidad, es necesario el trabajo articulado de todos los trabajadores de las distintas áreas de la empresa, para reducir las fallas tanto internas como externas y obtener la perfección, lo cual no siempre se logra de manera total. En este sentido, las características de un servicio de calidad están referidas tanto a la atención de las personas, así como a los productos que se ofrecen. A continuación, se detallan las características que debieran tener los servicios de calidad:

En lo referente a la atención del personal:

Trato amable y respetuoso.

Puntualidad en la atención, buena presentación

Innovación, honradez.

Eficiencia.

En lo referente a los productos:

Confiable, económico.

Sin complicaciones.

Satisfacción de las necesidades.

2.2.1.3. Principales Características de los Servicios de Calidad(Vargas & Aldana, 2014)

La Calidad se obtiene mediante un proceso de mejora continua en la búsqueda de la perfección tanto en los servicios como en los productos que se ofrecen a los clientes, para lo cual se requiere la participación activa de los integrantes de la empresa. Entre las principales características de un servicio de calidad tenemos:

Confianza: Es la seguridad y tranquilidad que se tiene respecto a los servicios proporcionados, para lo cual es necesario que el personal sea comprometido y cumpla cabalmente con lo que se ofrece a los clientes.

Creatividad. Se refiere a la generación de nuevas ideas que den lugar a la aplicación de estrategias originales que ayuden a solucionar problemas.

Puntualidad. Es la disciplina que tiene el personal para cumplir de manera oportuna con la atención requerida de los clientes. Lo cual ayuda a construir confianza.

Satisfacción. Los servicios prestados satisfacen las necesidades y expectativas de los clientes.

Características y requisitos de los servicios de calidad.(Alcalde, 2007)

Cuando se realiza el diseño y se elaboran productos o servicios, se desea que éstos puedan cumplir ciertas funciones o tener ciertas características que permitan que sea útil para satisfacer determinadas necesidades. En este sentido se consideran importantes: El cumplimiento de las características ofrecidas, la atención oportuna y reducción del tiempo de espera, la satisfacción de las necesidades y expectativas de los clientes y la confianza que genera el servicio.

2.2.1.4. Dimensiones de la Calidad de Servicio:(Lloréns, 1995)

Una de las relaciones más ampliamente difundida sobre las dimensiones que determinan la calidad de servicio, considera aspectos fundamentales que se han establecido a partir de entrevistas a los comensales sobre las expectativas del servicio brindado. Las cuales se detallan a continuación:

Elementos Tangibles: Se refiere a la apariencia de la infraestructura donde se brinda el servicio, de la cual los clientes pueden tener fácilmente una percepción, así como de los equipos y de la apariencia del personal.

Fiabilidad: Es la habilidad que tiene el personal para brindar el servicio de manera que genere confianza.

Capacidad de Respuesta: Es la habilidad y disposición que tiene el personal para brindar un servicio oportuno.

Profesionalidad. Se refiere a todas las habilidades y destrezas que se requieren en el personal para brindar un mejor servicio.

Cortesía: Se refiere al trato amable y respetuoso durante la atención del servicio.

Accesibilidad. Se refiere a la facilidad para adquirir un servicio.

Dimensiones de la Calidad de Servicio Desde una perspectiva pragmática
(Duque, 2005)

Se han establecido cinco aspectos importantes que se emplean para medir el nivel de calidad de servicio que brinda una empresa, en función de cuánto pueden satisfacer las expectativas de los clientes. Las cuales se detallan a continuación:

Fiabilidad: Está referido a la capacidad de la organización de generar confianza y seguridad en los clientes con respecto al servicio que se les brinda.

Seguridad: Es la confianza que tiene el cliente en la empresa, teniendo plena credibilidad en que van a solucionar sus problemas y satisfacer sus expectativas con el servicio brindado.

Capacidad de respuesta: Se refiere a la manera asertiva en como el personal atiende a sus clientes, de manera rápida y cumpliendo con lo que se ofrece de manera oportuna y accesible

Empatía: Significa brindar una atención personalizada y de acuerdo a los requerimientos de cada cliente en particular, brindando un trato amable y respetuoso.

Intangibilidad: Esta es una característica propia de todo tipo de servicios, al no poder ser palpables, no pueden almacenarse en un inventario, por lo cual es muy importante que el personal tenga la capacidad de repetir continuamente la experiencia de brindar un buen servicio.

Interacción humana: Es muy importante, ya que en todo servicio siempre existe un contacto interpersonal entre el personal de la empresa y el cliente.

Dimensiones de la Calidad de los Servicios: (Miyahira J, 2008)

Es de suma importancia el tener una idea clara de cómo perciben los clientes la calidad de servicio o de un producto, para lo cual existen ciertas dimensiones que permiten medir la calidad de servicio tales como:

Confiabilidad: Que está referida a la seriedad y a la exactitud con la que se brinda el servicio.

Prontitud en la respuesta. Se refiere a la prestación del servicio de manera oportuna, es decir, la rapidez con que realizan los procesos a fin de brindar un mejor servicio.

La seguridad, Está referida a la certeza que se tiene sobre la calidad del servicio, para lo cual es muy necesario que se tenga especial atención y cuidado de los procesos que se llevan cabo para poder brindar un servicio óptimo.

La accesibilidad, Está referida a la facilidad con la que se puede encontrar disponible un determinado servicio, por tener un precio al alcance, accesibilidad del lugar, entre otros.

2.2.2. MyPes

El término MyPes engloba a todas aquellas empresas con determinadas particularidades que las distinguen, tal como las limitaciones en cuanto a la cantidad de personal y recursos financieros. Son empresas formadas por personas

con espíritu emprendedor que han puesto en práctica su idea de negocio, sea que tengan la preparación adecuada o no.(Abad, León, & Núñez, 2015).

Así mismo, mediante el Decreto Supremo N° 013 – 2013 – PRODUCE, fue aprobado el TUO de la normativa para impulsar del crecimiento y desarrollo del sector empresarial en el Perú, y en el cual se dispone que las MyPes se clasificaría en: Microempresas, cuyos ingresos deben ser de hasta 150 UIT anuales, que equivalen a S/592,500; Pequeñas Empresas, cuyos ingresos deben ser como mínimo de 150 UIT y como un monto máximo de 170 UIT, equivalentes a s/6715,00 y mediana empresa, cuyos ingresos deben ser como mínimo de 17000 UIT y como máximo de 2300 UIT (S/ 9'085,000).Cabe indicar que con la promulgación de la ley 30056 queda sin efecto las limitaciones del número de colaboradores de las MyPes como un requisito obligatorio de este tipo de empresas.(Congreso de la República del Perú, 2013)

2.2.3. Restaurantes

Se define a este tipo de negocios como aquellos establecimientos que se dedican específicamente a la prestación del servicio de proporción de alimentos y bebidas preparados, los cuales se brindan al público en general para la satisfacción de sus necesidades, y que son consumidos por lo general dentro del mismo establecimiento. Dichas preparaciones consisten en combinaciones a base de productos alimenticios frescos.(García & Martínez, 2018).

En términos más sencillos también se puede definir a un restaurante como un negocio que se encarga de la venta de alimentos frescos preparados en la modalidad al por menor, para lo cual se ha ambientado un local y se cuenta con un personal que se encarga de la preparación de los alimentos, de la atención y servido al público en general. En este sentido, los clientes vienen a ser sus críticos,

partir de los cuales se puede medir la calidad del servicio brindado.(Cooper Brian & Mcneill, n.d.)

Cabe indicar que al igual que otras empresas, la actividad de los restaurantes está regulada por normativas que coadyuvan a la prestación de servicios respetando los derechos fundamentales de la persona. En este sentido, en la constitución política vigente (1993) en el artículo 65, se contempla el tema de protección de los consumidores, precisando el derecho a la salud y la seguridad de los pobladores. Así mismo, el Decreto legislativo N° 1062, en su artículo 2° se precisa la obligatoriedad de las empresas que expenden alimentos de garantizar la inocuidad de los mismos, a fin de que no se vea afectada la salud de los consumidores, para lo cual deben ejecutar sus actividades teniendo en cuenta las normas generales de Higiene de alimentos.(Raventos, 2009)

2.2.4. Clientes

Se define el término cliente a una persona que lleva a cabo un pago en alguna modalidad, a cambio de recibir la prestación de un determinado servicio o un producto específico, siendo preciso que se establezca una relación de intercambio monetario mercantil.(Núñez, 2000).

Según lo establecido en el Diccionario de Marketing, de Cultura S.A, se define al término cliente como aquella persona o también organización que efectúa una compra ya sea para su propio provecho o para otras personas, los que constituyen una parte muy importante para garantizar la sostenibilidad y rentabilidad de la empresa.(Thompson, 2009).

En este sentido, los clientes resultan ser de suma importancia para la empresa, ya que, sin ellos, el negocio no existiría; por lo cual el cliente debiera constituir el

punto de partida para la implementación de estrategias para mejorar la calidad de servicio.(Rivera, 2008)

III. HIPÓTESIS

Al tratarse de una investigación de tipo descriptiva, no se tendrá la formulación de una hipótesis. De acuerdo con Tamayo (2012), no necesariamente todas las investigaciones deben tener una hipótesis, ya que al ser estudios en los que se describen diversos conceptos o variables no se establecen hipótesis.

IV. METODOLOGÍA

4.1. Diseño de investigación

Debido a su naturaleza, este proyecto de investigación tiene un carácter descriptivo, pues en ella se tratará de establecer el nivel Calidad de servicio de las MyPes del sector servicio, rubro restaurantes, cuyos datos serán recopilados a partir de la aplicación de una encuesta dirigida a los trabajadores.

Respecto al diseño de esta investigación fue no experimental - transversal, ya que se ha realizado sin la manipulación deliberada de la variable a estudiar; sino que los datos han sido obtenidos directamente a través de una encuesta para luego hacer un análisis de los mismo, y además se llevó a cabo en un lapso determinado de tiempo, año 2020.

Así mismo, esta investigación ha sido de tipo cuantitativa, puesto que ha permitido la observación de los datos recogidos en forma numérica, para lo cual se empleó la ayuda de herramientas específicas de la estadística

4.2. Población y muestra

La población es finita y estuvo constituida por los trabajadores del Restaurant Cevichería El Gran Chimú – Tumbes, año 2020. La muestra está constituida a criterio del investigador considerando la totalidad de los trabajadores.

Cuadro 1. Población

Detalle	REGIMEN	# Trabajadores
Restaurant Cevichería El Gran Chimú - Tumbes	MYPE	12

Fuente: Elaboración propia.

4.3. Definición y operacionalización de variables

Cuadro 02. Operacionalización de variables.

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Calidad de servicio	Es la percepción y juicio que tienen los clientes respecto a la excelencia y superioridad del servicio brindado, el cual se traduce por la satisfacción de sus necesidades y expectativas (Duque,2005)	Se describirá la variable calidad de servicio de acuerdo a sus dimensiones e indicadores permitiendo determinar sus características respecto al grupo de estudio.	Instalaciones	Elementos tangibles	Likert
				Instalaciones físicas	
				Apariencia	
				Materiales	
			Personal	Solución de problemas	
				Eficiencia	
				Eficacia	
				Asertividad	
			Imagen Satisfacción	Comunicación	
				Percepción	
				Personalización	
			Servicios	Nivel de compromiso	
				Rapidez	
Trato amable					
Conocimiento de funciones					
Satisfacción	Atención personalizada				
	Puntualidad				
	Comportamiento				
				Necesidades del cliente	

Fuente: Elaboración propia.

4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para el estudio se recolectaron los datos durante el año 2020. Para ello, se solicitó previamente la autorización de los propietarios de las MyPes, para la aplicación de las respectivas encuestas a los trabajadores; para lo cual se presentó el estudio, sus objetivos y se solicitó el consentimiento informado, y una vez obtenido el consentimiento respectivo se procedió a realizar la recopilación de los datos para efectos de la investigación. Para la recopilación de datos se recurrió a la técnica de la entrevista, donde el investigador realizó las preguntas y resolvió la encuesta en función a las respuestas manifestadas por los entrevistados.

4.5. Plan de análisis

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

4.6. Matriz de consistencia

Cuadro 03. Matriz de consistencia.

Formulación del problema	Hipótesis	Objetivos	Variables	Metodología	Escala de medición
¿Cuál es nivel de calidad de servicio de las MyPes, sector servicio, rubro Restaurantes – Caso: Restaurante Cevichería El Gran Chimú - Tumbes -, año 2020?	Las investigaciones de tipo descriptiva no necesariamente se formula hipótesis. (Tamayo,2012)	<p>Objetivo general: Establecer el nivel de calidad de servicio de las MyPes del sector servicios, rubro Restaurantes – Caso: Cevichería El Gran Chimú - Tumbes, año 2020</p> <p>Objetivos específicos: Determinar las principales características de las instalaciones de las MyPes, sector educación, rubro Restaurantes – Caso: Cevichería El Gran Chimú - Tumbes, año 2020. Determinar las principales características de la atención que brinda el personal en las MyPes, sector servicio, rubro Restaurantes – Caso: Cevichería El Gran Chimú - Tumbes, año 2020. Determinar el nivel de satisfacción de los clientes en las MyPes, sector servicio, rubro Restaurantes – Caso: Cevichería El Gran Chimú - Tumbes, año 2020.</p>	V1: Calidad de servicio.	<p>Tipo: Cuantitativo. Nivel: Descriptivo. Diseño: No Experimental.</p>	Likert

Determinar la percepción de la imagen del restaurante ante los clientes de las MyPes, sector servicio, rubro Restaurantes – Caso: Cevichería El Gran Chimú - Tumbes, año 2020.

4.7. Principios éticos

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

V. RESULTADOS

5.1. Resultados

Tabla 1. Características sociodemográficas.

Características	n (%)
Edad	37 ± 5.28
Sexo	
Femenino	5 (42.0)
Masculino	7 (58.0)
Estado civil	
Soltero	4 (33.0)
Casado	8 (67.0)
Viudo	0 (0.0)
Divorciado	0 (0.0)
Grado de instrucción	
Educación básica	3 (25.0)
Técnico	7 (58.0)
Superior	2 (17.0)
Posgrado	0 (0.0)

* Media ± desviación estándar

Tabla 2. Características de la MyPes.

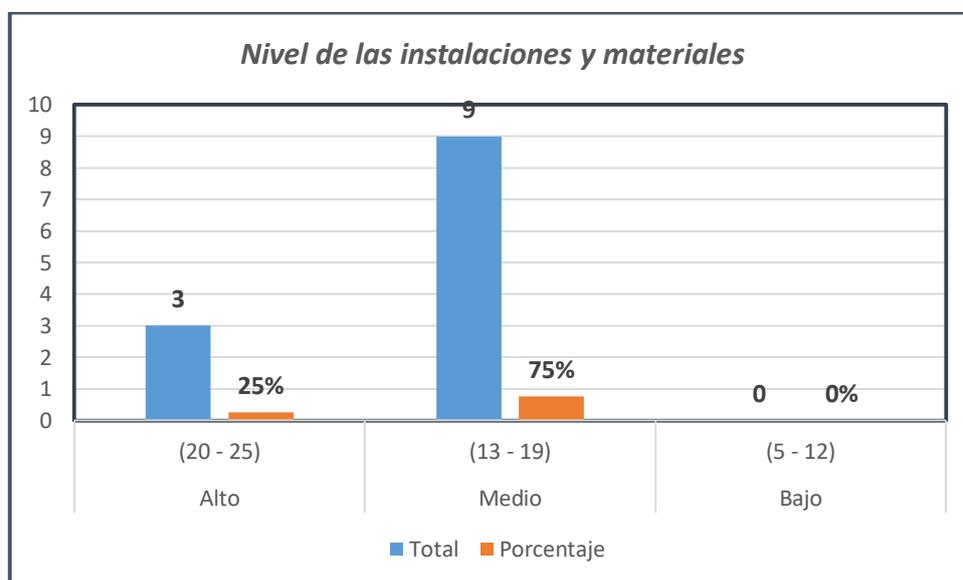
Características	n (%)
Régimen	
Nuevo Régimen Único Simplificado	0 (0.0)
Régimen Especial	0 (0.0)
Régimen MyPe	12 (100.0)
Régimen General	0 (0.0)
Años constituido	16 años

Tabla 3. Nivel de las instalaciones y materiales.

Instalaciones y materiales			
Nivel	Rango	Total	Porcentaje
Alto	(20 - 25)	3	25
Medio	(13 - 19)	9	75
Bajo	(5 - 12)	0	0

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores del Restaurante Cevichería El Gran Chimú– Tumbes, 2020.

Gráfico 1. Nivel de las instalaciones y materiales.



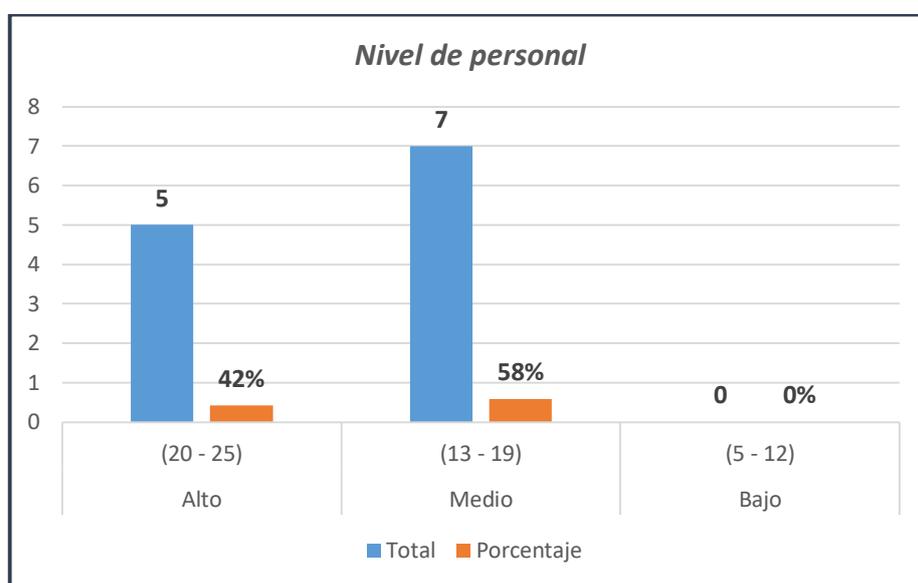
Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4. Nivel del personal.

Personal			
Nivel	Rango	Total	Porcentaje
Alto	(20 - 25)	5	42
Medio	(13 - 19)	7	58
Bajo	(5 - 12)	0	0

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores del Restaurante Cevichería El Gran Chimú – Tumbes, 2020.

Gráfico 2. Nivel del personal.



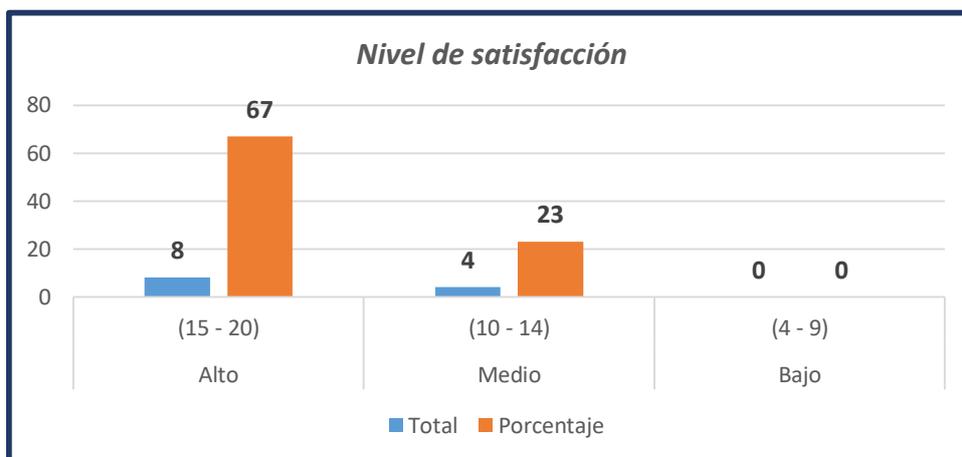
Fuente: Elaboración propia.

Tabla 5. Nivel de satisfacción.

Satisfacción			
Nivel	Rango	Total	Porcentaje
Alto	(15 - 20)	8	67
Medio	(10 - 14)	4	23
Bajo	(4 - 9)	0	0

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores del Restaurante cevichería El Gran Chimú – Tumbes, 2020.

Gráfico 3. Nivel de satisfacción.



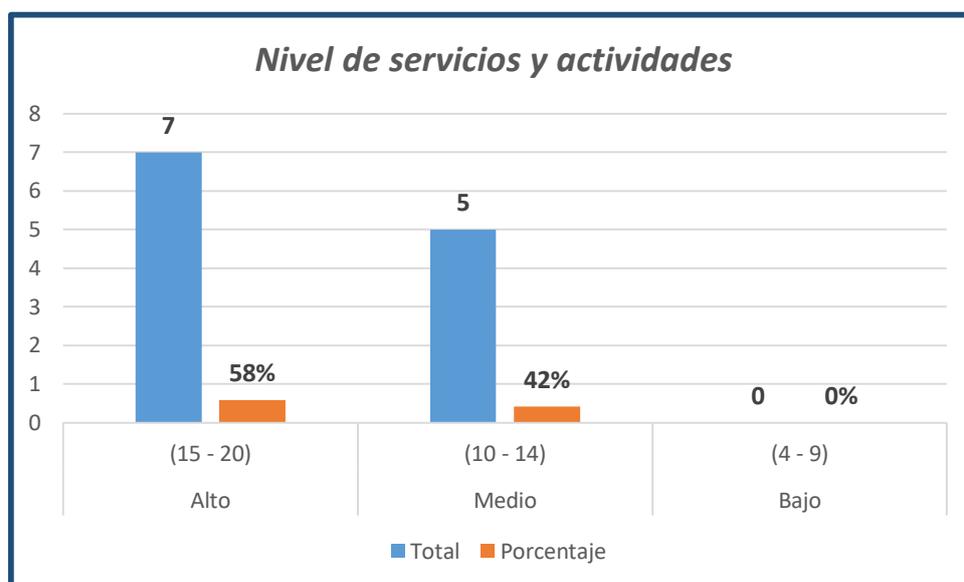
Fuente: Elaboración propia.

Tabla 6. Nivel de servicios y actividades.

Servicios y actividades			
Nivel	Rango	Total	Porcentaje
Alto	(15 - 20)	7	58%
Medio	(10 - 14)	5	42%
Bajo	(4 - 9)	0	0%

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores del Restaurante Cevichería El Gran Chimú– Tumbes, 2020.

Gráfico 4. Nivel de servicios y actividades.



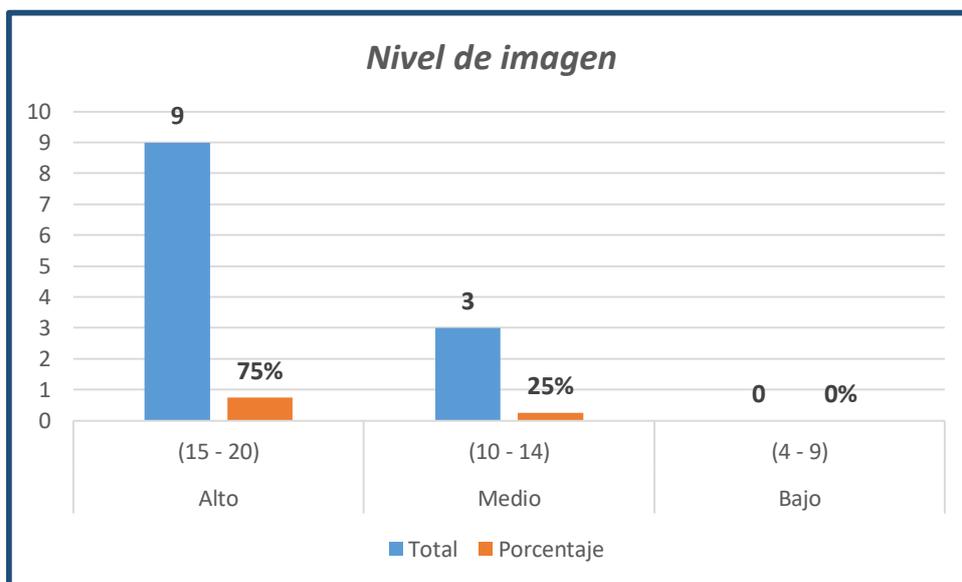
Fuente: Elaboración propia.

Tabla 7. Nivel de imagen.

Imagen			
Nivel	Rango	Total	Porcentaje
Alto	(15 - 20)	9	75%
Medio	(10 - 14)	3	25%
Bajo	(4 - 9)	0	0%

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores del Restaurante Cevichería El Gran chimú – Tumbes, 2020.

Gráfico 5. Nivel de imagen.



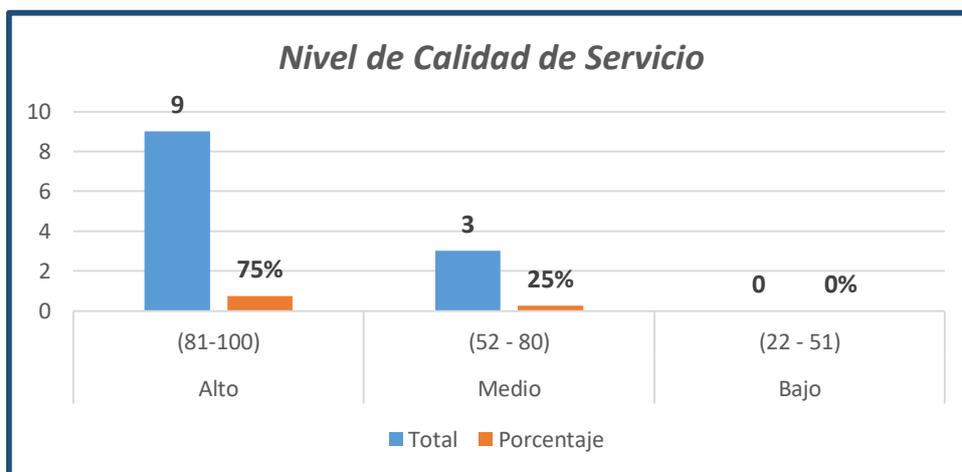
Fuente: Elaboración propia.

Tabla 8. Nivel de calidad de servicio.

Calidad de servicio			
Nivel	Rango	Total	Porcentaje
Alto	(81-100)	9	75%
Medio	(52 - 80)	3	25%
Bajo	(22 - 51)	0	0%

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores del Restaurante Cevichería El Gran Chimú – Tumbes, 2020.

Gráfico 6. Nivel de calidad de servicio.



Fuente: Elaboración propia.

5.2. Análisis de resultados

5.2.1. Respecto a las características sociodemográficas de los trabajadores:

Se realizaron las interrogantes planteadas en la encuesta, aquellas relacionadas con la investigación, a fin de identificar las características sociodemográficas, en la cual se identificó que la edad promedio de los trabajadores es de 36 años; y la mayoría de ellos de sexo masculino (58%) Así mismo, la mayoría de los trabajadores tiene un nivel de instrucción de nivel técnico superior, (57%), y una minoría cuentan con un grado de instrucción superior (17%).

5.2.2. Respecto a las características las MyPes:

En la investigación se identificó que la totalidad de los trabajadores del Restaurante Cevichería El Gran Chimú – Tumbes, están inscritas en el régimen de MyPes y su tiempo de constitución es de 16 años de existencia en el mercado.

5.2.3. Respecto a las características de calidad de servicio:

E identificó que existe un nivel medio con respecto al nivel de las instalaciones del restaurante cevichería, lo cual contribuye a ofrecer un buen servicio, que podría mejorar, teniendo en cuenta que la mayoría de los trabajadores (75%) considera que los materiales e instalaciones del negocio son de un nivel medio. Dicha información se relaciona con los aspectos identificados en la investigación de (Dios, 2018) respecto a la Caracterización de la Gestión de la Calidad y la Competitividad en las MYPES del Rubro Restaurantes del Distrito de Corrales, la cual se realizó con la finalidad de identificar las principales características en cuanto a los procesos de gestión de la calidad y la competitividad de estos restaurantes,

para lo cual se aplicó una encuesta diseñada por el investigador, a 68 clientes de dichos restaurantes. Los resultados obtenidos demuestran que que aún hay ciertos aspectos que no permiten que la calidad del servicio sea óptima, siendo uno de los principales aspectos la infraestructura, ambientes de los locales, en los cuales no se invierte para innovar y mejorar la calidad del servicio.

Así mismo, se ha determinado que la mayoría de los empleados se catalogan en un nivel medio en cuanto a su preparación y a su calidad de atención, pues existe una mayoría relativa (58%) de los empleados que consideran que tiene un nivel medio. Dicha información se correlaciona con lo establecido en la investigación de (Padilla, 2018) realizada en el restaurant Nancy, ubicado en el Cantón Guayaquil, donde pudo identificar algunas debilidades en relación a la calidad del servicio al cliente, pues a pesar de ser un negocio con muchos años de experiencia, uno de los factores principales que afectaba seriamente a la satisfacción de los clientes en relación a la atención que brinda el personal del restaurante, quienes al no tener la preparación suficiente, no brindaban información de manera precisa y clara, además de faltar preparación para un mejor trato al cliente.

VI. CONCLUSIONES

- Respecto al objetivo específico 01: En cuanto al nivel de las instalaciones que posee el restaurante cevichería del caso de estudio, ha demostrado que muestra la Institución ha demostrado que, si bien cuentan con características de nivel medianamente satisfactorio, ya que cuentan con materiales y ambientes adecuados con las condiciones básicas, sin embargo, podría haber una mejor inversión para mejorar en este aspecto a fin de mejorar la calidad de servicio.
- Respecto al objetivo específico 02: El nivel del personal en cuanto a su calidad de atención es medianamente satisfactorio, pues si bien tiene experiencia, no cuentan con la preparación suficiente para brindar una atención de máxima optimización por lo cual es necesario reforzar las capacidades del personal a fin de brindar una mejor calidad de servicio.
- Respecto al objetivo específico 03: El nivel de satisfacción en relación con el servicio brindado, según lo manifestado por los trabajadores es un nivel alto, debido a que, aunque aún falta reforzar algunos aspectos como infraestructura, personal, entre otros; el personal se esfuerza por mejorar los procesos para brindar un óptimo servicio.
- Respecto al objetivo específico 04: El nivel de la imagen que tiene el restaurante es alto, según lo consideran los trabajadores, lo cual se puede atribuir a la experiencia, ya que es un negocio que tiene muchos años de permanencia en el mercado. Así mismo al esfuerzo que se realiza en equipo para brindar un buen servicio.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abad, Y., León, B., & Núñez, N. (2015). *Nivel de Utilización de las Redes Sociales por la MyPes, Ciudad de Piura.*
- Alcalde, P. (2007). *Calidad.*
- Ayón. (2019). *Propuesta de un Plan de Mejora de Servicio al Cliente para la Fidelización de Consumidores del Chifa Restaurant La Fama.* Guayaquil.
- Cadena, J., Vega, A., Real, I., & Vásquez, J. (2016). Medición de la calidad del servicio proporcionado a clientes por Restaurantes en Sonora, México. *Ingeniería Industrial. Actualidad y Nuevas Tendencias*, 5(1856–8327), 41–60.
- Cárdenas, A., Gonzáles, E., & Pertuz, B. (2007). *Calidad de Servicio en la Editorial de la Universidad del Zulia.* VIII, 172–186.
- Causado Edwin, Charris, A., & Guerrero, E. (2019). Mejora Continua del Servicio al Cliente Mediante ServQual y Red de Petri en un Restaurante de Santa Marta, Colombia. Retrieved February 8, 2020, from https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S0718-07642019000200073&script=sci_arttext&tlng=n
- Cedeño, Campuzano, Uriguen, & Pizarro. (2017). La actividad emprendedora en la provincia de El Oro, una revisión desde la universidad. *INNOVA Research Journal*, 2(11), 42–53. <https://doi.org/10.33890/innova.v2.n11.2017.296>
- Congreso de la República del Perú. *Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial.* , (2013).
- Cooper Brian, & Mcneill, G. (n.d.). *Cómo iniciar y administrar un restaurante.*
- Cuenca, C. (2018). *Caracterización de la Gestión de Calidad y Satisfacción del Cliente en las MYPES del Sector Servicios Rubro Restaurantes en el Cercado de Tumbes.*
- Dios, M. (2018). *Caracterización de la Gestión de Calidad y Competitividad de las MYPES ,Sector Servicios,Rubro Resaturantes, en el Distrito de Corrales, provincia de Tumbes.*
- Duque, E. (2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. *Innovar*, 15(0121–5051), 64–80.
- Fernández, León, & Guzmán. (2019). CALIDAD DE SERVICIO DEL RESTAURANTE LA BONI Y SU INFLUENCIA CON LA LEALTAD DE SUS CLIENTES. Retrieved February 11, 2020, from <http://revistas.uss.edu.pe/index.php/EMP/article/view/1193/1017>
- Flores, L. (2019). *Evaluación de la Calidad del Servicio del Restaurante Piscis Utilizando Estándares Derivados de las Buenas Prácticas.*
- García, J., & Martínez, M. (2018). *Uso de la dotación básica del restaurante y asistencia en el preservicio.*
- Guevara, C. (2018). *Evaluación de la Calidad del Servicio del Restaurante Bahía de la Ciudad de Tumbes.*
- Gutierrez, Vásquez, & Vilca. (2018). Influencia de la calidad de servicio en el

posicionamiento de Plaza Veal Plaza Trujillo primer semestre 2018 | Gutiérrez | SCIENDO. Retrieved February 11, 2020, from <http://revistas.unitru.edu.pe/index.php/SCIENDO/article/view/2402/pdf>

- Jiménez, Granados, & Nieto. (2019). Calidad en el Servicio y su Incidencia en la Satisfacción del Comensal en Restaurantes de La Paz, México. *Investigación Administrativa*, 48(123), 0–0.
- Landauro, L. (2017). *Evaluación de la Calidad del Servicio del Restaurante Pollería El Rikotón Chiken de Chimbote, Utilizando Estándares Derivados de las Buenas Prácticas*.
- Larico, & Del Pino. (2018). *Calidad del Servicio y la Satisfacción del Cliente en los Principales Restaurantes del Distrito de Juliaca*.
- Lloréns, J. (1995). *Análisis de la Importancia de las Dimensiones de la Calidad del Servicio en la Percepción del Cliente*.
- Loreña, D. (2019). *Calidad de Servicio y Satisfacción del cliente en el Restaurant - Hotel El Bambú del Distrito de Pichanaki*.
- Miyahira J. (2008). Criterios de Calidad de las Revistas Científicas. In *Rev Med Hered* (Vol. 19).
- Núñez, I. (2000). *Usos y definiciones de los términos relativos a los usuarios o clientes*. 113.
- Ojeda, J. (2018). *Caracterización en la Gestión de Calidad en las MYPES Sector Servicio, Rubro Restaurant en la Urbanización José Lishner Tudela, Tumbes*.
- Ortiz, C. (2018). *Caracterización de la Gestión de Calidad y la Competitividad de las MYPES del Sector Servicio, Rubro Restaurantes del Centro de Tumbes*.
- Padilla, H. (2018). *Mejora del Servicio al Cliente para la Satisfacción de los Usuarios en el Restaurant Nancy del Cantón Guayaquil*.
- Raventos, F. (2009). *Régimen Jurídico de la Gastronomía en el Perú*.
- Rivera, V. (2008). La Calidad en el Servicio al Cliente. Retrieved March 17, 2020, from https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=M5yGtQ5m4yAC&oi=fnd&pg=PA48&dq=definición+de+cliente&ots=FkcmFkJWU&sig=Qo6eeW37X_fKDqKJy2aQv3U-2s0#v=onepage&q=definición+de+cliente&f=false
- Rosander. (1992). *La búsqueda de la calidad en los servicios*.
- Thompson, I. (2009). Definición de Clientes para Fines de Mercadotecnia. Retrieved March 17, 2020, from <https://www.promonegocios.net/clientes/cliente-definicion.html>
- Vargas, M., & Aldana, L. (2014). *Calidad y servicio: Conceptos y herramientas*.
- Vera. (2019). El papel de la calidad del servicio del restaurante como antecedente de la lealtad del cliente. *Panorama Socioeconómico*, 27, 16–30.
- Vera, jorge, & Trujillo, A. (2009). El Papel de la Calidad del Servicio como Antecedente de la Lealtad del Cliente. *Panorama Socioeconómico*, 27, 16–30.
- Vera, J., & Trujillo, A. (2017). Escala mexicana de calidad en el servicio en restaurantes.

Retrieved February 8, 2020, from
<http://www.scielo.org.co/pdf/inno/v27n63/v27n63a04.pdf>

ANEXOS

Anexo 01: Encuesta



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

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

Características de los docentes:

Edad : _____

Sexo : _____

Estado civil :

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

Grado de instrucción :

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

Características de la MYPE:

¿La empresa tiene RUC?

- a. Si
- b. No

¿En qué régimen tributario se encuentra ubicada su empresa?

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

¿Cuántos años de constituida tiene su negocio?

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

Características de la Calidad de servicio:

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

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

Anexo 02: Consentimiento informado


UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

INSTITUTO DE INVESTIGACIÓN ULADECH CATÓLICA

Investigador principal: Br. Labán Pérez, César Humberto.

Consentimiento informado

Estimado participante,

El presente estudio tiene el objetivo de determinar las características de la calidad de servicio de las MyPes, sector servicio, rubro Restaurantes Cevicherías – Caso: “El Gran Chimú” – Tumbes, año 2020.

Si deseas participar, los evaluadores del estudio le presentarán un cuestionario físico. Podrás responder hasta en un tiempo estimado de 40 minutos. Debes saber que todas tus respuestas no se catalogarán como malas o buenas. Intenta responder a todas las preguntas con sinceridad y franqueza, si tienes alguna duda no temas en preguntar. Además, el estudio no representa ningún riesgo, puesto que solo responderás un cuestionario.

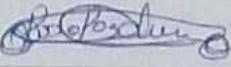
Toda la información que proporciones será confidencial y sólo los investigadores y el comité de ética podrán tener acceso a esta información. Será guardada en una base de datos protegidas con contraseñas. Tu nombre no será utilizado en ningún informe. Si decides no participar, no se te tratará de forma distinta ni habrá prejuicio alguno. Si decides participar, eres libre de retirarte del estudio en cualquier momento.

Si tienes dudas sobre el estudio, puedes comunicarte con el investigador principal de Chimbote, Perú Dra. Magaly Quiñones Negrete al celular: 943489768, o al correo: magaly1968@outlook.com.pe

Si tienes dudas acerca de tus derechos como participante de un estudio de investigación, puedes llamar a la Mg. Zoila Rosa Limay Herrera presidente del Comité Institucional de Ética en Investigación de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Cel: (+51043) 327-933, E-mail: vgorritis@gmail.com.

Obtención del Consentimiento Informado

Me ha sido leído el procedimiento de este estudio y estoy completamente informado de los objetivos del estudio. El (la) investigador(a) me ha explicado el estudio y absuelto mis dudas. Voluntariamente doy mi consentimiento para participar en este estudio:



Paz de Imán, María Rosa
Propietario



Labán Pérez, César Humberto
Investigador

Fecha: ___ / ___ / ___

Anexo 03: Matriz de ítems

N°	Ítems																								TOTAL			
	1	2	3	4	5	Total	6	7	8	9	10	Total	11	12	13	14	Total	15	16	17	18	Total	19	20		21	22	Total
1	4	5	5	5	4	23	5	5	5	4	4	23	5	5	5	4	19	4	4	5	5	18	4	4	5	5	18	101
2	4	4	4	4	5	21	5	5	5	4	5	24	4	4	4	5	17	5	5	5	5	20	5	4	5	5	19	101
3	3	3	4	4	3	17	4	4	3	4	3	18	3	3	1	4	11	3	4	4	4	15	4	4	4	4	16	77
4	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	3	4	4	15	87
5	5	5	4	5	4	23	5	5	5	5	5	25	5	5	4	5	19	5	5	5	5	20	4	5	5	5	19	106
6	3	4	4	4	4	19	5	5	5	4	5	24	5	5	3	5	18	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	101
7	4	4	4	4	5	21	5	5	5	4	5	24	4	4	4	5	17	5	5	5	5	20	5	4	5	5	19	101
8	3	3	4	4	3	17	4	4	3	4	3	18	3	3	1	4	11	3	4	4	4	15	4	4	4	4	16	77
9	3	4	4	4	4	19	5	5	5	4	5	24	5	5	3	5	18	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	101
10	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	3	4	4	15	87
11	5	5	4	5	4	23	5	5	5	5	5	25	5	5	4	5	19	5	5	5	5	20	4	5	5	5	19	106
12	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	3	4	4	15	87

Anexo 04: Álbum de fotografías

Anexo 05: Turnitin