



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

**“LA GESTIÓN DE CALIDAD Y SU INFLUENCIA EN LA
RECUPERACIÓN ECONÓMICA DE LAS MYPES DEL SECTOR
RESTAURANTES EN ÉPOCA DE COVID-19 EN EL DISTRITO DE
RUPA RUPA PROVINCIA DE LEONCIO PRADO - HUÁNUCO,
2020”**

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

AUTOR

CHUMAN IGLESIAS, JORGE LUIS

ORCID: 0000-0002-0671-056X

ASESOR

GARCIA APAC JULIAN SPENCER

ORCID: 0000-0002-3321-5820

LIMA – PERÚ

2020

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

CHUMAN IGLESIAS, JORGE LUIS

ORCID: 0000-0002-0671-056X

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Estudiante de Pregrado,

Huánuco, Perú

ASESOR

García Apac Julián Spencer

ORCID: 0000-0002-3321-5820

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias

Contables, Financiera y Administrativas, Escuela Profesional de Administración,

Huánuco, Perú

JURADO

Barrueta Salazar Luis Henry

ORCID: 0000-0002-9540-263 X

Davila Sanchez Eddie Jerry

ORCID: 0000-0003-4893-3283

Miraval Rojas Yesica

ORCID: 0000-0001-5126-9868

AGRADECIMIENTO

Agradecer a Dios por las bendiciones que he recibido en el transcurso de mi vida, por una familia unida, solidaria, amorosa, quienes me han apoyado y me ha incentivado a dar lo mejor de mí cada día.

DEDICATORIA

Este trabajo va dedicado a Dios y a mis padres a Don Teodoro Chuman Silva y Doña Carmen Iglesias Díaz por la formación y los valores que me dieron para ser la persona que hoy en día soy.

A mi hijo Luis Alessandro Chuman Zúñiga que es la razón principal de mis esfuerzos para seguir adelante y a mi familia que son el pilar fundamental de mi desarrollo y fuente de mi motivación.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación titulado “LA GESTIÓN DE CALIDAD Y SU INFLUENCIA EN LA RECUPERACIÓN ECONÓMICA DE LAS MYPES DEL SECTOR RESTAURANTES EN ÉPOCA DE COVID-19 EN EL DISTRITO DE RUPA RUPA PROVINCIA DE LEONCIO PRADO – HUÁNUCO, 2020”. La coyuntura actual que ha pasado el mundo ha tenido como resultado una caída en la economía, ya que por cuestiones de cuarentena por frenar la propagación del covid-19 se empezaron a cerrar todos los negocios, incluidos los Mypes del sector restaurante. En el Perú luego de 4 meses de confinamiento los restaurantes empezaron con su atención de forma delivery y de a poco se fue adaptando el aforo de 50% en capacidad de atención, este nuevo inicio es el motivo por el cual se realiza la investigación donde, el problema general es ¿Cómo la gestión de calidad influye en la recuperación económica de las Mypes del sector de restaurante en época de covid-19 en el distrito de Rupa Rupa provincia de Leoncio Prado – Huánuco, 2020? Y objetivo general Determinar si la gestión de calidad influye en la recuperación económica de Las Mypes del sector de restaurante en época de covid-19 del Distrito de Rupa Rupa – Tingo María en el año 2020. El tipo de investigación de la investigación es aplicada, el nivel de investigación es descriptiva, se utilizó una población de 30 restaurantes a la cual se aplicó como instrumento un cuestionario de 17 preguntas, obteniendo como resultados con un p valúe $0,023 < 0,05$ se afirma que existe una influencia positiva entre la gestión de calidad y la recuperación económica.

Palabras claves: Gestión de calidad, Recuperación económica,

ABSTRACT

This research work entitled "QUALITY MANAGEMENT AND ITS INFLUENCE ON THE ECONOMIC RECOVERY OF MYPES IN THE RESTAURANT SECTOR IN THE TIME OF COVID-19 IN THE DISTRICT OF RUPA RUPA PROVINCE OF LEONCIO PRADO - HUÁNUCO, 2020". The current situation that the world has passed has resulted in a fall in the economy, since due to quarantine issues to stop the spread of covid-19, all businesses began to close, including MSMs in the restaurant sector. In Peru, after 4 months of confinement, the restaurants began with their delivery service and little by little the capacity of 50% in service capacity was adapted, this new beginning is the reason why the investigation is carried out where, The general problem is, How does quality management influence the economic recovery of MSEs in the restaurant sector at the time of covid-19 in the district of Rupa Rupa province of Leoncio Prado - Huánuco, 2020? And general objective To determine if quality management influences the economic recovery of Las Mypes in the restaurant sector at the time of covid-19 of the Rupa Rupa - Tingo Maria District in 2020. The type of investigation of the investigation is applied, The research level is descriptive, a population of 30 restaurants was used to which a questionnaire of 17 questions was applied as an instrument, obtaining as results with a p value $0.023 < 0.05$ it is stated that there is a positive influence between the management of quality and economic recovery.

Keywords: Quality management, Economic recovery.

Contenido

I. INTRODUCCIÓN.....	10
II. REVISIÓN DE LITERATURA.....	14
2.1. ANTECEDENTES.....	14
1. ANTECEDENTES INTERNACIONALES.....	14
2. ANTECEDENTES NACIONALES.....	17
3. ANTECEDENTES LOCALES.....	19
2.2. BASES TEÓRICAS DE LA INVESTIGACIÓN.....	23
III. HIPÓTESIS.....	37
IV. METODOLOGÍA.....	38
4.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	38
4.2. NIVEL DE INVESTIGACIÓN.....	38
4.3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	38
4.4. Población y muestra.....	38
4.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES E INDICADORES.....	40
4.4. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	41
4.5. PLAN ANÁLISIS.....	42
4.6. MATRIZ DE CONSISTENCIA.....	43
4.7. PRINCIPIOS ÉTICOS.....	44
V. RESULTADOS.....	48
5.1. RESULTADOS.....	48
5.2. ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	69
VI. Conclusiones.....	73
VII. Recomendaciones.....	74
VIII. Referencias Bibliográficas.....	75
Anexos.....	79
Anexo 1. Cuestionario.....	79
Anexo 2. Validación de cuestionario.....	80

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Grafico 1. ¿Usted tiene la capacidad de realizar su trabajo según las condiciones actuales?	48
<i>Grafico 2. ¿La rentabilidad ha variado según las condiciones actuales?.....</i>	<i>49</i>
Grafico 3. ¿Se ha incrementado la competencia en las condiciones actuales?	50
Grafico 4. ¿Si realizas un buen trabajo el resultado es favorable?.....	51
Grafico 5. ¿Sus costos de producción se han mantenido estables en los últimos meses?	52
Grafico 6. ¿La calidad de sus productos se ha mantenido en los últimos meses?... 53	53
Grafico 7. ¿Usted cree que existe desconfianza de parte de los clientes al momento de la atención?.....	54
Grafico 8. ¿Usted ha implementado los protocolos de sanidad?	55
Grafico 9. ¿Su personal se encuentra capacitado en el manejo del producto?	56
Grafico 10. ¿Ha aplicado nuevas estrategias para atraer clientes?	57
Grafico 11. ¿Ha implementado valor agregado en la elaboración y entrega de su producto?.....	58
Grafico 12. ¿En los últimos meses ha variado la cantidad de sus colaboradores? . 59	59
Grafico 13. ¿Los colaboradores que labora con usted son permanentes?.....	60
Grafico 14. ¿Invirtió en la implementación del plan sanitario?	61
Grafico 15. ¿Invirtió para ampliar su servicio?.....	62
Grafico 16. ¿En los últimos meses la frecuencia de clientes se ha incrementado? .63	63
Grafico 17. ¿Sus pagos que realizan los clientes son solo en efectivo?	64

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. ¿Usted tiene la capacidad de realizar su trabajo según las condiciones actuales?	48
Tabla 2. ¿La rentabilidad ha variado según las condiciones actuales?	49
Tabla 3. ¿Se ha incrementado la competencia en las condiciones actuales?	50
Tabla 4. ¿ Si realizas un buen trabajo el resultado es favorable?	51
Tabla 5. ¿Sus costos de producción se han mantenido estables en los últimos meses?	52
Tabla 6. ¿La calidad de sus productos se ha mantenido en los últimos meses?.....	53
Tabla 7. ¿Usted cree que existe desconfianza de parte de los clientes al momento de la atención?.....	54
Tabla 8. ¿Usted ha implementado los protocolos de sanidad?	55
Tabla 9. ¿Su personal se encuentra capacitado en el manejo del producto?	56
Tabla 10. ¿Ha aplicado nuevas estrategias para atraer clientes?	57
Tabla 11. ¿Ha implementado valor agregado en la elaboración y entrega de su producto?.....	58
Tabla 12. ¿En los últimos meses ha variado la cantidad de sus colaboradores?	59
Tabla 13. ¿Los colaboradores que labora con usted son permanentes?}	60
Tabla 14. ¿Invirtió en la implementación del plan sanitario?	61
Tabla 15. ¿Invirtió para ampliar su servicio?	62
Tabla 16. ¿En los últimos meses la frecuencia de clientes se ha incrementado?	63
Tabla 17. ¿Sus pagos que realizan los clientes son solo en efectivo?	64

I. INTRODUCCIÓN

La problemática actual de las empresas del sector restaurante está supeditada a la coyuntura internacional, nacional y local que vivimos, para los tiempos actuales de pandemia de COVID-19; las proyecciones de la caída del PBI esta entre el 12% y 17%, lo que viene generando una contracción económica, siendo necesario aplicar la tecnología digital (redes sociales, APP para pagos digitales), ampliando la gama de servicios (delivery, protocolo sanitario, implementar nueva carta) como herramientas para romper los paradigmas, dado el nuevo contexto es necesario valorar su potencial del uso de las herramientas digitales, a fin de ofertar los servicios pertinentes.

La pandemia del COVID-19, que se registró el 31 de diciembre del 2019 fue registrada por la oficina de Organización Mundial de la Salud (OMS) en China como epidemia regional, se diseminó con rapidez por el planeta.

Al 19 de marzo se registran aproximadamente 235,701 casos; 9,786 decesos y 84,960 recuperados, en 160 países y territorios. El impacto del virus a nivel global está en proceso, su alcance está en función de la movilidad del hombre –quien se moviliza por todo el planeta– y de los cuidados que tome para prevenir contagiarse y portar el virus, pero no se sabe cuánto tiempo durará, ni los daños de todo tipo que dejará a su paso. Las secuelas, ya no cabe duda, serán por años.

Esta pandemia es un tipo de crisis fuera de lo común, algo a lo que no estamos acostumbrados, como si lo estamos a la crisis económica o al narcoterrorismo o a la violencia ciudadana o a la guerra convencional, entre otras crisis, que están contenidas en regiones, y que más o menos se aprende y se sobrevive con ellas.

Mientras no se conozca bien a la enfermedad viral, su naturaleza, comportamiento, modos de dispersión y contagio, asociación con otros patógenos, variabilidad en la susceptibilidad del huésped, manejo idóneo de enfermos, recuperación, etc., y no se

elabore una vacuna efectiva, la pandemia podrá permanecer como tal por meses o años; se supone, esto no se sabe.

La proyección del crecimiento económico para el Perú en el 2020 sin pandemia era de 3.5% a 4%, número que permitirán pensar que podíamos estar encaminados nuevamente a la senda del crecimiento sostenido, y apuntando a una diversificación productiva, disminuyendo la dependencia de los minerales que genera mucho valor compartido. Según el INEI (2019) El Perú registró en el 2019 una inflación de 1,9%, inferior al 2,19% de 2018; actualmente el BCRP al 26 de agosto de 2020 en su nota semanal N° 32 menciona: “una inflación por debajo de la meta (1% a 3%) de entre 1% a 2% y una contracción de 11,5% a 12,5% del PBI, y unas Reservas Internacionales Netas de US\$ 75,794 millones, con un crecimiento de US\$ 1,459 millones al del cierre de julio y superior en US\$7,478 millones al registrado a fines de diciembre de 2019”.

P.G. ¿Cómo la gestión de calidad influye en la recuperación económica de Las Mypes del sector de restaurante en época de covid-19 en el distrito de Rupa Rupa provincia de Leoncio prado – Huánuco, 2020?

Problemas Específicos

PE1. ¿Cómo la eficacia en el servicio influye en la recuperación económica de Las Mypes del sector de restaurante en época de covid-19 en el distrito de Rupa Rupa provincia de Leoncio prado – Huánuco, 2020?.

PE2. ¿Cómo la eficiencia en el servicio influye en la recuperación económica de Las Mypes del sector de restaurante en época de covid-19 en el distrito de Rupa Rupa provincia de Leoncio prado – Huánuco, 2020?.

PE3. ¿Cómo la seguridad en el servicio influye en la recuperación económica de Las Mypes del sector de restaurante en época de covid-19 en el distrito de Rupa Rupa provincia de Leoncio prado – Huánuco, 2020?.

PE4. ¿Cómo la creatividad en el servicio influye en la recuperación económica de Las Mypes del sector de restaurante en época de covid-19 en el distrito de Rupa Rupa provincia de Leoncio prado – Huánuco, 2020?.

Objetivo General

OE1 : Determinar si la gestión de calidad influye en la recuperación económica de Las Mypes del sector de restaurante en época de covid-19 en el distrito de Rupa Rupa provincia de Leoncio prado – Huánuco, 2020.

Objetivos Específicos

OE1: Determinar si la eficacia en el servicio influye en la recuperación económica de Las Mypes del sector de restaurante en época de covid-19 en el distrito de Rupa Rupa provincia de Leoncio prado – Huánuco, 2020.

OE2: Determinar si la eficiencia en el servicio influye en la recuperación de Las Mypes del sector de restaurante en época de covid-19 en el distrito de Rupa Rupa provincia de Leoncio prado – Huánuco, 2020.

OE3: Determinar si la seguridad en el servicio influye en la recuperación de Las Mypes del sector de restaurante en época de covid-19 en el distrito de Rupa Rupa provincia de Leoncio prado – Huánuco, 2020.

OE4: Determinar si la creatividad en el servicio influye en la recuperación de Las Mypes del sector de restaurante en época de covid-19 en el distrito de Rupa Rupa provincia de Leoncio prado – Huánuco, 2020.

JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

La justificación para realizar esta de investigación se desarrolla en los aspectos:

EN EL ASPECTO TEÓRICO

Desde el punto de vista teórico, se puede observar que, no existen estudios referentes a la situación económicas de las MYPES en época de pandemia, debido a que

es un tema nuevo debido a la crisis que vive el mundo, resulta escasa la bibliografía estudie la relación entre la gestión de calidad y la recuperación.

EN EL ASPECTO METODOLÓGICO

Se determinará la relación entre la gestión de calidad y la recuperación económica de las MYPES.

EN EL ASPECTO PRÁCTICO

Desde el punto de vista práctico, se puede observar que las MYPES del sector de Restaurantes se vienen implementando desarrollando actividades en la gestión calidad, como una pieza clave y fundamental para determinar el éxito o fracaso de una gestión en época de COVID-19.

EN EL ASPECTO SOCIAL

Desde el punto social, se busca reafirmar que la gestión de calidad influye en el Recuperación económica de las MYPES del sector de restaurantes en época de COVID-19, es esta la razón del estudio, cuyas conclusiones permitan efectuar intervenciones, a nivel de diseño o rediseño de estructuras organizacionales. Al mismo tiempo proponer las estrategias tácticas competitivas de gestión, que ayuden a impulsar una cultura de emprendimiento, competitividad que permitan a las MYPES del sector de restaurantes poder recuperarse a la actual crisis.

DESDE EL PUNTO DE VISTA ACADÉMICO

La presente investigación admitirá que los estudiantes obtengan una base desarrollar trabajos de investigación profundizando el conocimiento acerca de las MYPES del sector restaurantes, así como fuente de consulta para público en general. Asimismo, se ha identificado la problemática de la investigación, para analizar la propuesta e interrogantes planteadas a través de la hipótesis; formulando conclusiones y recomendaciones; así como identificar los objetivos que orientan la investigación.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. ANTECEDENTES

1. ANTECEDENTES INTERNACIONALES

A. Quiñónez Cabeza, M. R. (2016). Realizo la investigación titulada; “Modelo para la gestión competitiva de las pequeñas y medianas empresas (PYMES) comerciales ecuatorianas” Tesis realizada para optar Título de ciencias económicas Universidad de oriente - CUBA. De la cual se extrae las siguientes conclusiones:

La investigación constató la existencia de una creciente base teórica-conceptual sobre la competitividad. De igual manera se constató la existencia de algunos modelos de gestión de PYMES comerciales que potencian determinadas variables para alcanzar niveles superiores de competitividad en el entorno. Sin embargo, en contraste con el desarrollo teórico, en el orden científico y práctico de la competitividad empresarial no se encontraron precedentes metodológicos que permitieran en el contexto ecuatoriano mejorar la competitividad y el proceso de toma de decisiones de las PYMES comerciales. De ahí, que el problema científico formulado para la investigación se considere de gran actualidad y pertinencia, tanto en el plano conceptual, metodológico y práctico.

El modelo propuesto, los métodos y procedimientos desarrollados conforman un cuerpo de elementos coherentes desde la perspectiva teórico-metodológica desarrollada para contribuir a la solución de problemas que limitan la gestión competitiva de las PYMES comerciales, a la vez que constituye también una herramienta de gran valor que posibilita adoptar, desarrollar e implementar adecuadamente, una filosofía y orientación hacia la mejora continua.

Los resultados obtenidos de esta investigación pusieron en evidencia deficiencias e insuficiencias generales con relación a la gestión competitiva de la empresa DEPRODEMAR. Del mismo modo, la investigación confirmó la imprescindible necesidad de cooperación con los diferentes agentes del desarrollo local para asumir los retos de la competitividad. 4. La validación del modelo en la empresa DEPRODEMAR corroboró su representatividad, su factibilidad y conveniente utilización como herramienta metodológica efectiva para perfeccionar el proceso actual de toma de decisiones a favor de la competitividad, todo lo cual, unido a otros beneficios tangibles e intangibles permitieron validar la hipótesis de la investigación.

En el aspecto económico se le imputa a la aplicación del modelo un nivel de ingresos por concepto de exportación a Chile ascendente a 1064814.82 dólares. Asimismo, se alcanzaron por primera vez mediciones en diferentes indicadores que muestran una tendencia creciente. Tal es el caso de la satisfacción de los clientes en un 87%.

B. Domínguez, Jorge (2018) realizó la investigación titulada “Análisis de la calidad de los servicios en línea y la satisfacción de los clientes del banco internacional de la ciudad de Guayaquil” Tesis realizada para optar el Grado Académico de Magister en administración de empresas en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, de la cual se extra las siguientes conclusiones:

“En la presente investigación se ha podido identificar los diferentes modelos y teorías de calidad como el de Grönoos donde se evalúa el servicio esperado con el recibido, también el modelo SERVQUAL con el cual se basó esta investigación cuyos autores son Parasuraman, Zeithaml y Berry quienes se concentraron en el paradigma de la disconformidad”. Se proponen estrategias para mejorar la calidad del servicio del

usuario de la banca en línea a continuación en las recomendaciones. Cerezo indica que para garantizar la fidelización de los clientes es necesario conocer mejor a los clientes y evitar la miopía estratégica, es decir, implantar procedimientos para detectar lo que resulta importante a los ojos del cliente y no sólo desde el punto de vista de la organización. Merece una inversión importante la realización de análisis de mercado, bases de datos de preferencias de compras, de estrategias de clientes para poder conocer y detectar el verdadero punto de referencia del cliente.

C. Alvarado, Paola (2013) realizó la investigación titulada; **“Programa de capacitación basado en Competencias Laborales para el Personal del Departamento de Talento Humano de la Empresa mi Ángel”**. Tesis realizada para optar Título de Ingeniero Comercial con mención en Recursos Humanos en la Universidad de Guayaquil. De la cual se extrae las siguientes conclusiones:

Uno de los problemas fundamentales en la organización de la empresa “Mi Ángel”, es la falta de un programa de capacitación para todos los trabajadores, en el cual se eleve el nivel de conocimientos y se vayan creando las herramientas y destrezas para que desempeñen su trabajo con eficacia.

El presente estudio determina que la ocupación de cargos vacantes no se promueve al interior de la empresa, por cuanto dicen sus directivos que el personal no está capacitado; por este motivo, se prefiere ocupar personal ajeno a la empresa. Esto provoca malestar entre los empleados de la empresa.

D. Mariano García Fernández (2015) realizó la investigación titulada; **“Efectos de la gestión de la calidad en la innovación y en los resultados operativos y financieros”**. Tesis realizada para optar Título de Doctor en Organización de Empresas de La Universidad De Alicante de la cual se extrae las siguientes conclusiones:

resultados del trabajo indican que existen algunas diferencias entre las empresas que poseen el sello europeo de gestión de la calidad (EFQM) y las empresas que no poseen el sello europeo. Las empresas que tienen el sello de calidad implantan en mayor medida las prácticas de gestión de la calidad, obtienen mayores innovaciones y mejores resultados operativos y financieros. Esto puede deberse al hecho de conseguir un sello de este tipo que lleva a muchas empresas a mostrar un mayor interés por desarrollar acciones de calidad. Estas acciones se pueden traducir en mejoras, ya sean a través de la modificación de productos y/o servicios, y procesos (innovación incremental de producto y/o de proceso) o la incorporación de nuevos procesos (innovación radical de proceso).

2. ANTECEDENTES NACIONALES

A. Quispe, Oswalgo y Maza, William (2017), realizó la investigación titulada “Calidad de servicio y satisfacción del cliente en la empresa G y C imperil cargo SRL” Tesis realizada para optar el Grado Académico de Licenciado en administración y negocios internacionales en la universidad peruana unión, de la cual se extra las siguientes conclusiones:

“Se concluye que como principales resultados encontramos que la calidad de servicio es considerada como buena por 65,1% de los clientes y el 81,4% de los clientes se considera satisfecho o muy satisfecho con los servicios que brinda la empresa. Todas las dimensiones de la calidad del servicio se relacionan con la satisfacción del cliente con excepción de la capacidad de respuesta y la seguridad”.

“Con respecto al primer objetivo específico, los elementos tangibles del servicio se relacionaron significativamente con la satisfacción del cliente en la empresa G&C IMPERIAL CARGO SRL. Cusco 2017 ($\chi^2=17,364$ y $\text{valor}_p=0,008$). “

“Asimismo, en relación al segundo objetivo específico, la confiabilidad del servicio se relacionó significativamente con la satisfacción del cliente en la empresa G&C IMPERIAL CARGO SRL. Cusco, 2017 (chi cuadrado=12,787 y valor_p=0,012).”

“De acuerdo al tercer objetivo específico, la capacidad de respuesta del servicio no se relacionó significativamente con la satisfacción del cliente en la empresa G&C IMPERIAL CARGO SRL. Cusco, 2017 (chi cuadrado= 5,745 y valor p= 0,219).”

B. Valdiviezo, Zoila (2017), realizo la investigación titulada “Calidad de servicio y satisfacción del cliente en Área De operaciones el banco de crédito del Perú – Agencia Piura 2016” Tesis realizada para optar el grado académico de Licenciado en ciencias administrativas en la universidad nacional de Piura, de la cual se extrae las siguientes conclusiones:

“Se concluye que existe relación significativa entre calidad del servicio y satisfacción del cliente, lo cual recomienda que se debe manejar eficientemente el sistema de gestión de calidad del banco, normalizando los resultados de la calidad de servicio, asimismo que existe relación significativa entre los aspectos tangibles del servicio con la satisfacción del cliente, los clientes se sienten satisfechos con los aspectos tangibles pero se debe atender la infraestructura y el material de publicidad y promoción. Los clientes se sienten satisfechos con la capacidad de respuesta del servicio, pero debe atender aspectos de comunicación de los colaboradores, para resolver las dudas de los clientes y concentrarse en su operación para cumplir con la necesidad del cliente y ofrecer un servicio rápido”.

C. Achaya Huallpa (2017), realizo la investigación titulada “*Aplicación del Método de Proyectos en el Fortalecimiento de las Competencias Laborales de los Estudiantes del Ciclo Básico de la Familia Profesional de Hostelería y Turismo del CETPRO*”

PROMAE Magdalena - 2016” Tesis realizada para optar el Grado Académico de Maestro en Ciencias de la Educación con mención en Educación Tecnológica en la Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle Alma Máter del Magisterio. De la cual se extrae las siguientes conclusiones:

“Se concluye que con un valor t de 8,267 con 39 grados de libertad con una significancia de 0,000 menor al nivel de 0,05 al 95% de confianza presenta una diferencia de media a favor del posttest con la cual prueba que los promedios alcanzados en el posttest son superiores a lo presentado en el pretest por lo tanto se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna por lo que procedemos a concluir que: “El método de proyectos causa efectos significativos en las capacidades específicas de formación de los estudiantes del ciclo básico de la familia profesional de Hostelería y Turismo del CETPRO PROMAE Magdalena.”

“Se concluye que el valor t de la prueba es de 9,456 con 39 grados de libertad, superior al valor crítico de la zona de rechazo de la hipótesis nula con una significancia bilateral de 0.000 inferiores al valor de significancia de 0, 05 con una diferencia de media de 10,275 y el intervalo de confianza no incluye al cero por lo que procedemos a concluir que: “El método de proyectos causa efectos significativos en el fortalecimiento de la Competencia Laboral de los estudiantes del ciclo básico de la familia profesional de Hostelería y Turismo del CETPRO PROMAE Magdalena”

3. ANTECEDENTES LOCALES

A. AYRA ELGUERA, Nelvita (2016), Realizaron en su trabajo de investigación titulado; “BENCHMARKING Y LA CALIDAD DE SERVICIO DE LOS RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE HUÁNUCO-2016”. tesis para optar el título profesional de licenciada en administración de empresas De la cual se extraen las principales conclusiones:

“Se analizó que el benchmarking y su influencia en la calidad de servicio de los restaurantes en la ciudad de Huánuco, teniendo como resultado una correlación medianamente baja, siendo un 40.3% y el valor de significancia es 0.004 siendo menor al 0.05 y podemos decir que el benchmarking influye significativamente en la calidad de servicio de los restaurantes en la ciudad de Huánuco –2016. Según la encuestas realizadas el resultado del gráfico N°03 se observa que el 52% de los gerentes de los restaurantes de Huánuco dijeron que casi siempre, sus personales realizan sus trabajos de acuerdo a las funciones que se les establecen y el 2% dijeron que nunca; en tal sentido los personales de los restaurantes en su mayoría cumplen sus funciones de acuerdo a lo que se les establecen y este reflejo lo vemos en el gráfico N° 13 en la que se observa que el 76% de los clientes, dijeron que la percepción que perciben al momento de recibir el servicio es buena y el 4% dijeron malo; en tal sentido en su mayoría de los clientes tienen una percepción buena al momento de recibir el servicio; por ende se puede decir que cuando los personales cumplen sus trabajos de acuerdo a las funciones establecidas por sus jefes, alcanzarán incrementar la aceptación en cuanto las expectativas de sus clientes”.

“Se determinó que el benchmarking interno y su influencia en la calidad de servicio de los restaurantes en la ciudad de Huánuco teniendo como resultado una correlación alta de 73.5% y el valor de significancia es 0.000 siendo menor al 0.05 y podemos decir que el interno influye significativamente en la calidad de servicio de los restaurantes en la ciudad de Huánuco. Según las encuestas aplicadas el resultado del gráfico N° 01 se observa que el 36% de los gerentes de los restaurantes de Huánuco dijeron que casi todos sus personales conocen la misión de su empresa y el 10% dijeron que ningunos conocen la misión; en tal sentido los personales de los restaurantes en su mayoría conocen la misión de la empresa en la que labora y este reflejo lo vemos en el gráfico N° 10 se observa que el 42% en los gerentes de los restaurantes de Huánuco, dijeron que sus

personales siempre cumplen con sus labores de acuerdo al perfil para el puesto que ocupan y el 2% dijeron que nunca; en tal sentido los personales de los restaurantes en su mayoría ocupan el puesto de acuerdo a su perfil; por lo tanto la información interna resalta mediante la formación de los personales que laboran y cumplen el puesto de acuerdo al perfil que tienen cada uno”.

“Se determinó que el benchmarking competitivo y su influencia en la calidad de servicio de los restaurantes en la ciudad de Huánuco, teniendo como resultado una correlación alta de 75.4% y el valor de significancia es 0.000 siendo menor al 0.05 y podemos decir que el benchmarking competitivo influye significativamente en la calidad de servicio de los restaurantes en la ciudad de Huánuco. Según las encuestas aplicadas el resultado del gráfico N° 04 se observa que el 38% de gerentes de los restaurantes de Huánuco, dijeron que sus personales siempre están en la condición de proporcionar información correcta a sus clientes y el 2% dijeron que nunca; en tal sentido los personales de los restaurantes en su mayoría están en la condición de proporcionar información correcta y esto se refleja en el gráfico N° 15 en la que se observa que el 38% de los clientes encuestados dijeron que las empresas a veces utilizan estrategias de fidelización y el 12% dijeron que siempre, en su mayoría de los clientes dijeron que los restaurantes solo a veces utilizan estrategias de fidelización. Por ende, podemos decir que, si los personales proporcionan informaciones correctas a los clientes, los clientes lo consideran como una estrategia de fidelización ya que ellos se van sin dudas después de recibir el servicio”.

B. Trujillo Rodríguez (2015), Realizaron en su trabajo de investigación titulado; **“Fortalecimiento de las Competencias Laborales y la Competitividad Financiera en el Banco de la Nación Agencia “A” Huánuco - Año 2015”.** Para optar el Título Profesional

de Licenciado en Administración en la Universidad Nacional Hermilio Valdizán. De la cual se extraen las principales conclusiones:

“Queda cumplido el objetivo general, así como la hipótesis plantada en el sentido que el fortalecimiento de las competencias laborales se encuentra en relación positiva, directa al 10.3% con la y la competitividad financiera en el Banco de la Nación Agencia “A” Huánuco”.

“Los objetivos específicos respectivamente se demuestran en el sentido que los resultados obtenidos son: Los niveles de fortalecimiento de capacidades en el banco de la nación, de un total de 578 encuestados del Banco de la Nación da a conocer que 38 empleados equivalentes a un 6.57% están en un nivel pésimo y 68 encuestados equivalentes a un 11.76% están en un nivel excelente”.

C. Tolentino, Jessica (2019), realizo la investigación titulada “**Los servicios financieros y la satisfacción de los clientes en las entidades financieras de la ciudad de Tingo María**” Tesis realizada para optar el Grado Académico de Licenciado en administración en la Universidad Nacional Agraria de la Selva, de la cual se extra las siguientes conclusiones:

“Concluye que con una significancia bilateral 0.00 menor a alfa 0.05, se determina que existe relación entre las variables servicio financiero y satisfacción de los clientes, con un nivel de correlación de 0.73 siendo esta positiva, se acepta la hipótesis general que si las entidades financieras de la ciudad de Tingo María brindan un buen servicio estas repercutirán en la satisfacción de sus clientes”.

“Se aceptan las hipótesis específicas 1 y 2 debido que los servicios intangibles ($t_b=0.709$) y los servicios tangibles ($t_b=0.689$) se relacionan significativamente con la satisfacción del cliente financiero en la ciudad de Tingo María”.

“En los servicios intangibles los factores más valorados son fiabilidad, empatía y asesoría ya que estas obtuvieron $\bar{x} = 4$, seguido por el factor comodidad con $\bar{x} = 3.7$ de promedio y por último la capacidad de respuesta que alcanzó $\bar{x} = 3.3$ de promedio”.

2.2. BASES TEÓRICAS DE LA INVESTIGACIÓN

1. CONCEPTOS PRINCIPALES

En relación con la calidad, una organización debe tratar de alcanzar los siguientes objetivos:

- Trabajar y mantener la calidad del producto o/y servicio de forma que se satisfagan permanentemente las necesidades, implícitas, explícitas, del comprador.
- Transmitir confianza de la gerencia, que se obtiene y mantiene la calidad proyectada.
- Transmitir al comprador que se está obteniendo o que será alcanzada, la calidad, estimada en el producto suministrado o en el servicio proyectado.

Aplicación.

“los esfuerzos para motivar al personal hacia la calidad de desempeño, no deben dirigirse únicamente a los operarios de producción, sino también al personal de mercado, diseño, documentación, compras, inspección, ensayo, envasado y despacho y servicios de post-venta”.

Eficiencia

Para Sander (2002) plantea que: "La eficiencia es el criterio económico que revela la capacidad administrativa de producir el máximo de resultados con el mínimo de recursos, energía y tiempo."

Eficacia

Según Chiavenato (2006) menciona que la eficacia es una medida de lograr resultados, una organización que tenga los recursos necesarios tiene que utilizarlo de forma eficaz con el fin de tener resultados planeados o que lleguen a sobre pasar la expectativa de los que dirigen la organización.

Seguridad

Según Parasuraman, A.; Zeithaml, V.; Berry, L. (1988), La seguridad es tener conocimiento y atención mostrada por los empleados y sus habilidades para inspirar credibilidad y confianza.

Creatividad

Según López y Recio (1998) mencionan que la “Creatividad es un estilo que tiene la mente para procesar la información, manifestándose mediante la producción y generación de situaciones, ideas u objetos con cierto grado de originalidad; dicho estilo de la mente pretende de alguna manera impactar o transformar la realidad presente del individuo.

Medida de la calidad.

Uno de los problemas que ha ocasionado que la calidad no fuera asumida por la dirección de las empresas como uno de los objetivos primordiales, era la falta de una unidad de medida de tipo económico para conceptos técnicos tales como defectos, tasa de fallos, rendimientos, etc.

Crosby (1993) menciona que “durante los años 60 y 70, los costes de calidad se circunscribían a las áreas de fabricación y postventa, pero actualmente los directivos de las empresas se están dando cuenta que todos los departamentos cometen errores. Si la

empresa es capaz de definir y evaluar los costes de calidad, podrá definir las estrategias adecuadas para controlarlos y reducirlos, obteniendo todas las ventajas que la calidad proporciona”.

Medición de la calidad.

“La medición definitiva y exacta de los logros de calidad atribuibles a grupos o individuos puede ser publicada para hacer ver al personal y a los supervisores de la línea de producción lo que ellos mismos individualmente o a nivel de grupo, están logrando y para incentivarlos a producir una calidad satisfactoria”. La gerencia debe hacer un reconocimiento del desempeño cuando se alcanzan niveles satisfactorios de calidad, ya sea a través de motivación intrínseca o extrínseca.

Control de Calidad.

El control en la administración es parte del proceso administrativo que se encarga de monitorear si se las actividades se están llevando acabo correctamente y si los recursos asignados están haciendo usados de forma eficiente, es por ello que tener un control de calidad en servicio o producto es fundamental para el buen resultado de una organización

Auditoria de Calidad.

Crosby (1993) menciona que la auditoria de calidad “es un examen sistemático e independiente para determinar si las actividades y los resultados relativos a la calidad cumplen con las disposiciones previamente establecidas. Si están se han aplicado efectivamente y son adecuadas para lograr los objetivos.

Supervisión de Calidad.

Prieto (2010) menciona que “el control y verificación permanente del estado de los procedimientos, métodos, condiciones, procesos, productos o servicios y, análisis de

registros por comparación con referencias establecidas para asegurar que se cumplan los requisitos de calidad especificados. La supervisión de la calidad puede ser efectuada por un cliente o por un representante”.

Revisión del Sistema de Calidad.

Evaluación formal, efectuada por la alta gerencia. Adecuación del sistema de calidad en relación con las políticas de calidad y los nuevos objetivos que resultan de circunstancias que varían.

Inspección.

Prieto (2010) menciona que “la acción de medir, examinar, ensayar, comparar con calibres una o más Características de un producto o servicio y comparación con los requisitos Especificados para establecer su conformidad”.

Confiability.

Aptitud de un elemento para realizar una función requerida en las Condiciones establecidas, durante un período establecido. Este término se Utiliza también como una indicación de la probabilidad de éxito o porcentaje de éxito.

Responsabilidad por el Producto o por el Servicio.

“En Término genérico es utilizado para describir la obligación de un producto u otros, de restituir o indemnizar a la parte perjudicada por daños y perjuicios causados por el producto o servicio”. (Galviz ,2011)

Registros de Calidad.

Según Galviz (2011) menciona “que sistema de calidad requiere que se mantengan suficientes registros, para demostrar el cumplimiento de la calidad requerida y verificar que las operaciones del sistema de gestión de calidad sean efectivas”.

La Calidad Desde La Percepción Del Cliente

Parasuraman, Zeithaml, & Berry, (1985), realizaron un estudio exploratorio entre usuarios de servicios en distintos sectores para analizar el concepto de calidad en los servicios. Se trataba de encontrar criterios comunes para evaluar la calidad que tienen los usuarios de distintos servicios. Una de las primeras conclusiones del estudio fue que la calidad debe ser estudiada desde el punto de vista del cliente. Si se quiere mejorar el servicio, es necesario conocer y entender las percepciones y expectativas de los usuarios.

En consecuencia, estos autores, definen la calidad del servicio desde la óptica de las percepciones de los clientes como “La amplitud de la discrepancia o diferencia que exista entre las expectativas o deseos de los clientes y sus percepciones.” Esto implica que en el momento de la prestación del servicio pueden darse básicamente tres situaciones: si la prestación supera las expectativas del consumidor el servicio será considerado como excelente; si sólo las iguala será visto como bueno o adecuado; y si no llega a cubrirlas, entonces el servicio será catalogado como malo, pobre o deficiente.

“La clave para ofrecer un servicio que sea percibido como excelente, está en la comprensión y respuestas a las expectativas de los clientes que representan lo que ellos esperan recibir durante la prestación del servicio turístico y constituyen un elemento de juicio fundamental al evaluar la calidad del mismo” (Parasuraman et al, .1988; 1991).

2. VARIABLES QUE INFLUYEN EN LAS EXPECTATIVAS DEL CONSUMIDOR.

Las investigaciones de Parasuraman (1985), identifico diez criterios generales o dimensiones:

- a. Fiabilidad.** Es la capacidad para prestar el servicio a tiempo, de forma precisa y fiable.

- b. **Capacidad de respuesta.** Disposición de ayudar a los clientes y proveerlos de un servicio rápido y eficiente.
- c. **Credibilidad.** Veracidad, creencia y honestidad en el servicio que se suministra.
- d. **Competencia o profesionalidad.** El profesional debe poseer la habilidad, conocimiento e información necesaria para desempeñar de una forma efectiva el servicio.
- e. **Accesibilidad.** Facilidad de acceso y de contacto.
- f. **Cortesía.** Se refiere a la gentileza, respeto, consideración y la simpatía mostrada a los clientes por el personal de contacto.
- g. **Seguridad.** Se refiere a la evaluación de los conocimientos y la cortesía de los empleados, así como su habilidad para inspirar confianza. Abarca la seguridad física, la confidencialidad y la seguridad financiera.
- h. **Comunicación.** Mantener a los clientes informados sobre el servicio en un lenguaje que ellos puedan escuchar y entender.
- i. **Tangibles.** Esta dimensión se refiere al estado en que se facilitan las mercancías, la apariencia física de los edificios, el aspecto del personal y las condiciones de los equipos.
- j. **Comprensión y conocimiento del cliente.** Supone hacer un esfuerzo por conocer a los Clientes y sus necesidades.
- k. La importancia y utilidad que cada una de las dimensiones de calidad dependerá de la naturaleza del servicio investigado, variando el número y la composición de los factores de unos servicios a otros.

Las investigaciones de Banking Services Quality (BSQ) Bahia y Nantel (2000) identifico 6 criterios generales o dimensiones:

- a. **Eficacia y seguridad**
- b. **Acceso:** elementos de garantía del acceso que no son simplemente elementos tangibles.
- c. **Precio:** refleja el precio monetario, así como una concepción del precio, más amplia.
- d. **Tangibles:** refleja un entorno de servicios eficaz y otros, como, por ejemplo, folletos, informes, etc.
- e. **Services portfolio:** se refiere a la gama de servicios que ofrece la empresa.
- f. **Fiabilidad:** representa la exactitud del servicio.

Las investigaciones de Kuo et al. (2012) identifico 4 criterios generales o dimensiones:

- a. **Solución de problemas (eficiencia en la atención de los requerimientos por parte de los clientes)**
- b. **Empatía**
- c. **Entusiasmo**
- d. **Amistad**

3. **GESTIÓN DE CALIDAD**

César Camisón, Sonia Cruz, Tomás González (2006) menciona “La Gestión de la Calidad se ha convertido actualmente en la condición necesaria para cualquier estrategia dirigida hacia el éxito competitivo de la empresa”. Donde menciona que “el aumento incesante del nivel de exigencia del consumidor, junto a la explosión de competencia procedente de nuevos países con ventajas comparativas en costes y la creciente

complejidad de productos, procesos, sistemas y organizaciones, son algunas de las causas que hacen de la calidad un factor determinante para la competitividad y la supervivencia de la empresa moderna”. También hace referencia a una de crisis “La literatura en este campo, apoyada en una amplia evidencia empírica, concluye que la competitividad empresarial, en un entorno turbulento como el actual, exige una orientación prioritaria hacia la mejora de la calidad”. “El fundamento de esta prescripción teórica es la existencia de una relación positiva entre la Gestión de la Calidad y los resultados organizativos”. “La abundante literatura existente reposa en una hipótesis explícita: la implantación de sistemas de gestión y mejora de la calidad permite alcanzar posiciones de mercado, competitivas y financieras más fuertes”.

“La calidad ya no se restringe actualmente a la calidad de un producto o servicio, sino que abarca todas las formas a través de las cuales la empresa satisface las necesidades y expectativas de sus clientes, de su personal y de la sociedad en general. El concepto de calidad total se aplica a todas las actividades de la empresa. En consecuencia, la GCT se define como una función directiva capaz de generar ventajas competitivas sostenibles, yendo pues más allá de la mera calidad de producto o de proceso”. “Para ello, se desarrollan los contenidos que permitan comprender las dimensiones social, organizativa y cultural de la Gestión de la Calidad como sistema de dirección y como una función directiva” (César Camisón, Sonia Cruz, Tomás González et al., 2006).

“Sin entrar en definiciones más complejas y matizaciones excesivas, definiremos aquí el concepto de Gestión de la Calidad (Quality Management), como el conjunto de decisiones que se toman en la empresa con el objetivo concreto de la mejora de la calidad de los productos, los servicios, los procesos y la gestión empresarial en general”.

“Se puede entender la Gestión de la Calidad como una actividad funcional específica de la empresa (de hecho, en muchas ocasiones esta actividad funcional suele reflejarse en la estructura organizativa funcional de las empresas, y se crean departamentos de calidad), o entenderla como una función transversal dentro de las funciones básicas de la empresa (dirección general, financiación, comercialización, producción y dirección de personas)”. “Esta última visión es la que más se prescribe en la literatura, si bien en la práctica así lo hemos constatado una vez más en el trabajo de campo desarrollado, todavía se tiende a recurrir a la primera”.

“En síntesis, señalaremos que podemos definir tres grandes modalidades de Gestión de la Calidad en la empresa: la Inspección o Control de la Calidad, el Aseguramiento de la Calidad y la Gestión de la Calidad Total. Se trata de tres modalidades cuyo ámbito de aplicación y trascendencia difieren radicalmente y que, de alguna forma, recogen también la evolución de la Gestión de la Calidad a lo largo de los años.”

“Una parte importante de la literatura académica y profesional del ámbito de la gestión de empresas considera que la Gestión de la Calidad es una opción estratégica que proporciona a las organizaciones una posición competitiva en los mercados con capacidad para influir en su supervivencia y en los resultados empresariales; existe, sin embargo, otra visión mucho más pesimista al respecto, que pone en solfa dicha posibilidad”.

“En cualquier caso, los defensores de la Gestión de la Calidad como fuente de ventajas competitivas sostenibles afirman que existe una relación positiva entre la calidad y los resultados económico-financieros de la empresa”. (Iñaki Heras Germán Arana, César Camisón, Martí Casadesús, Aloña Martiarena et al., 2008).

Iñaki Heras Germán Arana, César Camisón, Martí Casadesús, Aloña Martiarena (2008), Menciona que en el estudio del análisis de la incidencia y los resultados de la

Gestión de la Calidad en las empresas de la CAPV “que se encuentra enmarcado en un proyecto de investigación de mayor alcance, se centró en el análisis de la implantación y los resultados de los diferentes modelos de Gestión de la Calidad en las empresas vascas”.

“En lo que respecta a la imagen de marca, existe un grado de consenso muy elevado, ya que la mayoría de los expertos señala que se logra una mejora indudable. Este hecho se debe, según los expertos, a dos motivos principales: por un lado, debido a la mejora de la satisfacción de los clientes externos de la empresa inherente a la aplicación de un modelo de auto evaluación de Gestión de la Calidad Total; y por otro, debido a que desde distintos medios se toma a estas empresas como grupo de referencia empresarial, es decir, como ejemplo de modelo de dirección empresarial a seguir, aspecto que indudablemente sirve para mejorar la imagen que estas empresas tienen de cara al público”. “Por estos motivos, estas empresas no dudan en mostrar pruebas del éxito conseguido, ya que estos reconocimientos en numerosas ocasiones les ayudan a posicionarse en una situación preferente”.

Porter (1995) conceptúa el término ventaja competitiva cómo “las características diferenciales que una empresa tiene ante sus competidores y resulta del valor que la empresa es capaz de crear para los compradores, sea dicho valor en forma de menores precios del producto para proporcionar similares beneficios, sea en forma de atributos exclusivos que proporcionan un beneficio mayor al coste adicional”. El concepto hace referencia a la posesión por parte de la empresa de ciertas características en una medida diferente a la de sus competidores, que le permite obtener una posición competitiva superior.

Según Schuurman (1997), señala competitividad como una herramienta de doble cara, ya que está dirigida a incrementar la calidad del producto o servicio en términos de satisfacción del cliente, y a la reducción de costes, en términos de eficiencia productiva.

“Para gestionar la calidad de servicio, una organización puede adoptar dos enfoques: uno pasivo donde la calidad no será considerada como una fuente importante de diferenciación o ventaja competitiva y otro proactivo, en el que la calidad se convierte en el centro de la estrategia para obtener ventajas competitivas, basándose en la satisfacción del cliente”. “Así, la literatura nos muestra diversos modelos de la calidad percibida, pero nosotros abordaremos dos modelos, en los que se centra el desarrollo de nuestro trabajo y que derivan de las Escuela Nórdica de calidad de servicio y de la Escuela Norteamericana” siendo ellas:

- a) El enfoque de calidad percibida “Modelo de la Imagen”
- b) Modelo de las deficiencias o “Modelos de los GAP”

4. EL ENFOQUE DE CALIDAD PERCIBIDA PRESENTADO POR GRÖNROOS.

Las aportaciones de Grönroos y Lehtinen Se basan principalmente en presentar un modelo fundamentado en la tridimensionalidad de la calidad del servicio, donde la calidad la define el cliente de acuerdo al servicio recibido”.

Grönroos (1984), plantea que “la existencia de dos dimensiones básicas, calidad técnica (que) y calidad funcional (como), y de un tercer elemento que actúa como filtro de la percepción de la calidad del servicio, denominado IMAGEN CORPORATIVA. La calidad técnica (resultado del proceso) del servicio es lo que el cliente recibe de manera objetiva”. Así mismo menciona que “la calidad funcional del proceso es la forma en que

el cliente recibe el servicio y se encuentra estrechamente relacionada con la interacción entre comprador y vendedor percibiéndose de manera subjetiva.

Mariano García Fernández (2015) elaboro un cuadro de las diferentes investigaciones en donde la gestión de calidad tiene influencia positiva, según se detalla a continuación:

Estudios	Principales Contribuciones
Anderson et al. (1995)	La participación de los empleados tiene un efecto directo en la satisfacción del cliente
Flynn et al. (1995)	Existe una relación entre la gestión de la calidad y el porcentaje de los artículos que pasan la inspección final sin necesidad de reelaborar
Keiningham et al. (1995)	La gestión de la calidad influye sobre los efectos internos o a través de los procesos, que relacionan la mejora de la calidad de conformidad (reducción de defectos y reproceso) con el ahorro de costes y la mejora de la productividad
Mohrman et al. (1995)	La gestión de la calidad influye positivamente en la eficiencia de los empleados. No está relacionada con los costes de producción ni con la rotación del inventario
Powell (1995)	compromiso directivo, la apertura de la organización y el empowerment están correlacionados con los resultados de los programas de gestión de la calidad. La mentalidad cero defectos y la relación con proveedores están relacionadas con los resultados de gestión de la calidad. Sin embargo el éxito fundamentalmente proviene de los aspectos soft
Estudios	Principales Contribuciones
Chapman et al. (1997)	Existe una correlación positiva entre las prácticas de gestión de la calidad y la productividad laboral
Elmuti y Kathawala (1997)	La norma ISO 9001 incrementa la productividad de los trabajadores a través de la mejora de la moral del empleado y la reducción del absentismo y contribuye a la consecución de metas organizativas
Terziovski et al.(1997)	La certificación ISO 9001 no tiene un efecto positivo sobre los resultados operativos
Grandzol y Gershon (1998)	La orientación al cliente influye en la obtención de productos de calidad. La cooperación y la orientación al cliente influyen sobre la satisfacción de cliente
Samson y Terziovski (1999)	Las prácticas de la gestión de la calidad (liderazgo, gestión de personas y enfoque hacia los clientes) son las más relevantes para predecir los resultados operativos
Curkovic et al. (2000)	La gestión de la calidad tiene efectos positivos en los resultados de calidad

Das et al. (2000)	s prácticas de trabajo están relacionadas positivamente con la aplicación de prácticas de gestión de la calidad y a su vez la aplicación de estas prácticas están relacionadas positivamente con la satisfacción del cliente
Sadikoglu (2008)	Las prácticas de gestión de la calidad (gestión de personas, gestión de proveedores, gestión de procesos y enfoque en el cliente) influyen de forma positiva en los resultados operativos (calidad del producto, satisfacción del cliente)
Yeung (2008)	gestión de la calidad impacta positivamente en los resultados operativos
Fotopoulos y Psomas (2009)	La norma ISO 9001:2000 tiene un impacto positivo en los resultados operativos
White et al. (2009)	La gestión de la calidad, a través de la norma ISO 9001:2000 mejora los resultados operacionales en las organizaciones sin ánimo de lucro.
Anh y Matsui (2011)	La información sobre gestión de la calidad influye positivamente en los resultados operativos en plantas de producción japonesas
Mellat et al. (2011)	El liderazgo, los recursos humanos y la participación de los empleados son variables significativas para explicar la variabilidad de los resultados operativos
Baird et al. (2011)	La cultura de la empresa orientada hacia los equipos de trabajo, respeto hacia los trabajadores y orientación hacia los resultados favorece la gestión de la calidad, siendo los equipos de trabajo y el respeto hacia los empleados los factores más importantes. Así mismo, las prácticas de gestión de la calidad gestión de proveedores, gestión de procesos e información y análisis ayudan a alcanzar los resultados operativos
Fuentes-Fuentes et al. (2011)	La gestión de la calidad impacta positivamente en los resultados operativos
McDermott y Prajogo (2012)	La gestión de procesos internos y de proveedores tiene un efecto positivo en los resultados operativos.
Parast y Adams (2012)	La gestión de la calidad influye de forma positiva en los resultados financieros a través del liderazgo
Zhang et al. (2012)	La gestión de la calidad influye positivamente en la mejora de los resultados operativos
Wu y Zhang (2013)	Las prácticas de gestión de la calidad pueden suponer mejoras en los costes empresariales
Escrig y Palomero (2014)	Las buenas prácticas que las organizaciones llevan a cabo en el marco de los diferentes criterios agentes del modelo EFQM mejoran los resultados
Parra et al. (2014)	La gestión de la calidad impacta de forma positiva en la satisfacción de los clientes
Alfalla et al. (2015)	La gestión de personas contribuye a mejorar los resultados operativos a través de la integración de éstos en la cadena de valor de la empresa
Do Nascimento et al. (2015)	Las técnicas de gestión de la calidad contribuyen indirectamente a mejorar los resultados operativos a través de la cultura de la empresa
Kafetzopoulos et al. (2015b)	La norma ISO 9001 contribuye directamente a mejorar los resultados operativos, concretamente la calidad del producto

Kumar Dey et al. (2015)	La gestión de proveedores a través de su evaluación por medio de prácticas tiene un impacto positivo en los resultados operativos
Tarí y Molina (2004)	Existe una relación positiva entre la implantación de la gestión de la calidad y los resultados de la calidad
Sánchez-Rodríguez et al. (2006)	Las iniciativas de la gestión de la calidad generan ganancias en los resultados operativos
Terziovski (2006)	Las prácticas de gestión de la calidad cuando se llevan a cabo simultáneamente tienen un efecto significativo y positivo en la productividad y en la satisfacción en el cliente. No obstante, se debería hacer énfasis en los aspectos soft y menos en los aspectos hard
Brah y Lim (2006)	Los altos niveles de gestión de la calidad mejoran los resultados operativos en mayor medida que niveles más bajos de gestión de la calidad
Gotzamani et al. (2006)	Llevar a cabo la gestión de la calidad mejora los resultados operativos. Sin embargo, certificarse con la norma ISO 9001 no garantiza que vaya a mejorar sus resultados
Terlaak y King (2006)	Los resultados sugieren que la ISO 9001 facilita el crecimiento de la empresa pero no los resultados operativos
Yeung et al. (2006)	La gestión de la calidad tiene una relación positiva en los resultados operativos
Lakhal et al. (2006)	Existe una relación positiva entre las prácticas de gestión de la calidad y los resultados operativos
Yusuf et al. (2007)	La gestión de la calidad afecta positivamente a los resultados, dependiendo de su grado de implantación
Kannan y Choon (2007)	El enfoque interno y externo de la gestión de la calidad impactan positivamente en los resultados operativos. Sin embargo, el enfoque externo tiene un mayor impacto en los resultados operativos
Saravanan y Rao (2007)	Los resultados muestran que la gestión de la calidad incrementa los resultados operativos
Martínez y Martínez (2007)	La norma ISO 9000 impacta positivamente en los resultados operativos. Esas mejoras se dan en mayor medida en la ISO 9001:2000 que en la ISO 9001:1994
Claver- Cortés et al. (2008)	La implantación de gestión de la calidad sólo afecta positivamente a algunos resultados: posición competitiva y satisfacción de los grupos de interés
Fening et al. (2008)	Existe relación entre las variables del modelo MNBQA de gestión de la calidad y los resultados operativos (satisfacción del cliente y moral del empleado) en Pymes de Ghana
Qin et al. (2008)	Las prácticas de gestión de la calidad (liderazgo, enfoque en el cliente, gestión de personas, información y análisis, gestión de procesos) tienen un impacto positivo en los resultados de calidad

III. HIPÓTESIS

Hipótesis general

HG: La gestión de calidad en el servicio influye positivamente en la recuperación económica de las MYPES del sector de restaurante en época de covid-19 en el distrito de Rupa Rupa provincia de Leoncio prado – Huánuco, 2020.

Hipótesis específico

HE1: La eficacia en el servicio influye positivamente en la recuperación económica de las Mypes del sector de restaurante en época de covid-19 en el distrito de Rupa Rupa provincia de Leoncio prado – Huánuco, 2020.

HE2: La eficiencia en el servicio influye positivamente en la recuperación económica de las Mypes del sector de restaurante en época de covid-19 en el distrito de Rupa Rupa provincia de Leoncio prado – Huánuco, 2020.

HE3: La seguridad en el servicio influye positivamente en la recuperación económica de las Mypes del sector de restaurante en época de covid-19 en el distrito de Rupa Rupa provincia de Leoncio prado – Huánuco, 2020.

HE4: La creatividad en el servicio influye positivamente en la recuperación económica de las Mypes del sector de restaurante en época de covid-19 en el distrito de Rupa Rupa provincia de Leoncio prado – Huánuco, 2020.

IV. METODOLOGÍA

4.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

El estudio corresponde al tipo de investigación aplicada, por que aplica conocimientos, teorías y categorías sobre la calidad de servicio y en el marketing en general.

4.2. NIVEL DE INVESTIGACIÓN

La presente investigación se enmarca dentro del nivel descriptivo correlacional, ya que el objetivo de la investigación es principalmente describir el comportamiento o relación que pudiese existir entre las variables y dimensiones, en gestión de calidad y su Influencia en la recuperación económica de las MYPES del sector restaurantes en época de covid-19 en la ciudad de Tingo María – Huánuco, 2020.

4.3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Para la ejecución del presente trabajo de investigación se aplicó el diseño no experimental, de corte trasversal, porque no se manipulo deliberadamente ninguna variable, Según Hernández, Fernández & Baptista (2001), define “que la investigación no experimental es la que se realiza sin la manipulación deliberada de las variables, lo que se hace en este tipo de investigación es observar fenómenos

4.4. POBLACIÓN Y MUESTRA

Población:

La población será conformada por un porcentaje significativo de restaurantes operativos en la ciudad de Tingo María un promedio de 30 restaurantes que están **operativos** a partir de la reapertura económica, según la verificación en campo.

Muestra:

Para determinar el tamaño de muestra se calcula tomando en cuenta la formula estadística, ya determinada el tamaño de la muestra se aplicará aleatoriamente a las MYPES del sector restaurantes de la ciudad de Tingo María.

Leyenda:

n= Muestra

N= Población

p= Probabilidad de éxito

q= Probabilidad de fracaso

Z= Valor de distribución de Gauss ($\alpha=0.05=1.96$)

i= Margen de error

$$n = \frac{N \times Z_a^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z_a^2 \times p \times q}$$

n°= 30 MYPES S.R.

La muestra fue obtenida de una población de 30 restaurantes que están operado a partir de la reapertura económica debido a que la población es pequeña se tomara una muestra global.

4.3 DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES E INDICADORES

VARIABLE DEPENDIENTE	LA PRODUCTIVIDAD		
Definición conceptual	Definición operacional		
	Dimensiones	Indicadores	Ítems
Gestión de calidad	Eficacia	Capacidad	¿Usted tiene la capacidad de realizar su trabajo según las condiciones actuales?
		Rentabilidad	¿La rentabilidad ha variado según las condiciones actuales?
		Competitividad de mercado	¿Se ha incrementado la competencia en las condiciones actuales?
	Eficiencia	Resultado optima	¿Si realizas un buen trabajo el resultado es favorable?
		Análisis de costo	¿Los costos de producción se han mantenido estables en los últimos meses?
		Calidad	¿La calidad de sus productos se ha mantenido en los últimos meses?
	Seguridad	Confianza	¿Usted cree que existe desconfianza de parte de los clientes al momento de la atención?
		Seguridad	¿Usted ha implementado los protocolos de sanidad?
		Conocimiento	¿Su personal se encuentra capacitado en el manejo del producto?
	Creatividad	Aplicación de estrategias	¿Ha aplicado nuevas estrategias novedosas para atraer clientes?
Innovación		¿Ha implementado valor agregado de innovación en la elaboración y entrega de su producto?	
Recuperación	Empleabilidad	cantidad	¿En los últimos meses ha variado la cantidad de sus colaboradores?
		Situación	¿Los colaboradores que labora con usted son permanentes?
	Inversión	implementación	¿Invirtió en la implementación de plan sanitario?
		ampliación	¿Invirtió para ampliar su servicio?
	consumo	Frecuencia	¿En los últimos meses la frecuencia de clientes de ha incrementado?
		Tipo de pago	¿Sus pagos que realizan los clientes son solo en efectivo?

4.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Técnica

Para la ejecución de la investigación se aplican las técnicas de recolección de información como son: la encuesta y la revisión bibliográfica.

- a) **Encuesta:** Se utilizó esta técnica con su respectivo instrumento como es el cuestionario, el cual tuvo una serie de preguntas diseñadas a través de la escala de Likert referidas u orientadas a determinar la gestión de calidad relacionada con la recuperación de las MYPES del sector Restaurantes.

Variable independiente:

- Eficiencia.
- Eficacia.
- Seguridad.
- Creatividad.

Variable dependiente: Recuperación

- Empleabilidad
- Inversión
- Consumo

Instrumento

Para la medición de las variables en estudio se utilizó como instrumento un cuestionario SERVQUAL en escala Likert con 3 alternativas, siendo para la variable gestión de calidad y Recuperación de las Mypes del sector restaurantes Si (1), indiferente (2), No (3), aplicado a 30 Mypes del sector restaurantes, se detalla la distribución de las preguntas por cada variable.

4.5 PLAN ANÁLISIS

- Ordenamiento y clasificación: esta técnica se aplicará para tratar la información cualitativa y cuantitativa en forma ordenada, de modo de interpretarla y sacarle el máximo provecho.
- Registro manual: se aplicará esta técnica para digitar la información de las diferentes fuentes.
- Proceso computarizado con Excel: para determinar diversos cálculos matemáticos y estadísticos de utilidad para la investigación.
- Proceso computarizado con Word: permite crear, editar, ver, cambiar la cantidad de espacio entre líneas de texto y/o párrafos para todo tipo de documentos.
- Proceso computarizado con SPSS: para digitar, procesar y analizar datos de las empresas y determinar indicadores promedios, de asociación, diferenciación, correlación, regresión.

4.6 MATRIZ DE CONSISTENCIA

Formulación del problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Dimensiones
<p>Problema Principal</p> <p>¿Cómo la gestión de calidad en el servicio influye en la recuperación económica de las Mypes del sector de restaurante en época de covid-19 en el distrito de Rupa Rupa provincia de Leoncio prado – Huánuco, 2020?</p> <p>Problemas Específicos</p> <p>¿Cómo la eficacia en el servicio influye en la recuperación económica de las Mypes del sector de restaurante en época de covid-19 en el distrito de Rupa Rupa provincia de Leoncio prado – Huánuco, 2020?.</p> <p>¿Cómo la eficiencia influye en la recuperación económica de las Mypes del sector de restaurante en época de covid-19 en el distrito de Rupa Rupa provincia de Leoncio prado – Huánuco, 2020?.</p> <p>¿Cómo la seguridad en el servicio influye en la recuperación económica de las Mypes del sector de restaurante en época de covid-19 en el distrito de Rupa Rupa provincia de Leoncio prado – Huánuco, 2020?</p> <p>¿Cómo la creatividad en el servicio influye en la recuperación económica de las Mypes del sector de restaurante en época de covid-19 en el distrito de Rupa Rupa provincia de Leoncio prado – Huánuco, 2020</p>	<p>Objetivo General</p> <p>Determinar si la gestión de calidad en el servicio influye en la recuperación económica de las Mypes del sector de restaurante en época de covid-19 en el distrito de Rupa Rupa provincia de Leoncio prado – Huánuco, 2020.</p> <p>Objetivos Específicos</p> <p>Determinar si la eficacia en el servicio influye en la recuperación económica de las Mypes del sector de restaurante en época de covid-19 en el distrito de Rupa Rupa provincia de Leoncio prado – Huánuco, 2020.</p> <p>Determinar si la eficiencia en el servicio influye en la recuperación de las Mypes del sector de restaurante en época de covid-19 en el distrito de Rupa Rupa provincia de Leoncio prado – Huánuco, 2020.</p> <p>Determinar si la Seguridad en el servicio influye en la recuperación de las Mypes del sector de restaurante en época de covid-19 en el distrito de Rupa Rupa provincia de Leoncio prado – Huánuco, 2020.</p> <p>Determinar si la creatividad en el servicio influye en la recuperación de las Mypes del sector de restaurante en época de covid-19 en el distrito de Rupa Rupa provincia de Leoncio prado – Huánuco, 2020.</p>	<p>Hipótesis General</p> <p>La gestión de calidad en el servicio influye positivamente en la recuperación económica de las Mypes del sector de restaurante en época de covid-19 en el distrito de Rupa Rupa provincia de Leoncio prado – Huánuco, 2020.</p> <p>Hipótesis Específicos</p> <p>La eficacia en el servicio influye positivamente en la recuperación económica de las Mypes del sector de restaurante en época de covid-19 en el distrito de Rupa Rupa provincia de Leoncio prado – Huánuco, 2020.</p> <p>La eficiencia en el servicio influye positivamente en la recuperación económica de las Mypes del sector de restaurante en época de covid-19 en el distrito de Rupa Rupa provincia de Leoncio prado – Huánuco, 2020.</p> <p>La Seguridad en el servicio influye positivamente en la recuperación económica de las Mypes del sector de restaurante en época de covid-19 en el distrito de Rupa Rupa provincia de Leoncio prado – Huánuco, 2020.</p> <p>La creatividad en el servicio influye positivamente en la recuperación económica de las Mypes del sector de restaurante en época de covid-19 en el distrito de Rupa Rupa provincia de Leoncio prado – Huánuco, 2020.</p>	<p>Variables:</p> <p>Gestión de calidad</p> <p>Recuperación</p>	<p>Variable Independiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Eficacia • Eficiencia • Seguridad • Creatividad <p>Dependiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Empleabilidad • Inversión • Consumo

4.7 PRINCIPIOS ÉTICOS

CÓDIGO DE ÉTICA PARA LA INVESTIGACIÓN

Aprobado por acuerdo del Consejo Universitario con Resolución

N° 0973-2019-CU-ULADECH católica, de fecha 16 de agosto del 2019

4. Principios éticos que orientan la investigación

Toda actividad de investigación que se realiza en la Universidad se guía por los siguientes principios:

4.1 Protección a las personas. – “La persona en toda investigación es el fin y no el medio, por ello necesita cierto grado de protección, el cual se determinará de acuerdo al riesgo en que incurran y la probabilidad de que obtengan un beneficio. En las investigaciones en las que se trabaja con personas, se debe respetar la dignidad humana, la identidad, la diversidad, la confidencialidad y la privacidad. Este principio no sólo implica que las personas que son sujetos de investigación participen voluntariamente y dispongan de información adecuada, sino también involucra el pleno respeto de sus derechos fundamentales, en particular, si se encuentran en situación de vulnerabilidad”.

4.2 Cuidado del medio ambiente y la biodiversidad. – “Las investigaciones que involucran el medio ambiente, plantas y animales, deben tomar medidas para evitar daños. Las investigaciones deben respetar la dignidad de los animales y el cuidado del medio ambiente incluido las plantas, por encima de los fines científicos; para ello, deben tomar medidas para evitar daños y planificar acciones para disminuir los efectos adversos y maximizar los beneficios”.

4.3 Libre participación y derecho a estar informado. – “Las personas que desarrollan actividades de investigación tienen el derecho a estar bien informados

sobre los propósitos y finalidades de la investigación que desarrollan, o en la que participan; así como tienen la libertad de participar en ella, por voluntad propia. En toda investigación se debe contar con la manifestación de voluntad, informada, libre, inequívoca y específica; mediante la cual las personas como sujetos investigados o titular de los datos consienten el uso de la información para los fines específicos establecidos en el proyecto”.

4.4 Beneficencia 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”.

4.5 Justicia. – “El investigador debe ejercer un juicio razonable, ponderable y tomar las precauciones necesarias para asegurar 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”.

4.6 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”.

5. Buenas prácticas de los Investigadores:

“Ninguno de los principios éticos exime al investigador de sus responsabilidades ciudadanas, éticas y deontológicas, por ello debe aplicar las siguientes buenas prácticas”:

5.1 “El investigador debe ser consciente de su responsabilidad científica y profesional ante la sociedad. En particular, es deber y responsabilidad personal del investigador considerar cuidadosamente las consecuencias que la realización y la difusión de su investigación implican para los participantes en ella y para la sociedad en general. Este deber y responsabilidad no pueden ser delegados en otras personas”.

5.2 “En materia de publicaciones científicas, el investigador debe evitar incurrir en faltas deontológicas por las siguientes incorrecciones”:

- a) Falsificar o inventar datos total o parcialmente.
- b) Plagiar lo publicado por otros autores de manera total o parcial.
- c) Incluir como autor a quien no ha contribuido sustancialmente al diseño y realización del trabajo y publicar repetidamente los mismos hallazgos.

5.3 “Las fuentes bibliográficas utilizadas en el trabajo de investigación deben citarse cumpliendo la norma APA o VANCOUVER, según corresponda; respetando los derechos de autor”.

5.4 “En la publicación de los trabajos de investigación se debe cumplir lo establecido en el Reglamento de Propiedad Intelectual y demás normas de orden público referidas a los derechos de autor”.

5.5 “El investigador, si fuera el caso, debe describir las medidas de protección para minimizar un riesgo eventual al ejecutar la investigación”.

5.6 “Toda investigación debe evitar acciones lesivas a las personas, plantas, animales, al medio ambiente y a la biodiversidad”.

5.7 “El investigador debe proceder con rigor científico asegurando la validez, la fiabilidad y credibilidad de sus métodos, fuentes y datos. Además, debe garantizar estricto apego a la veracidad de la investigación en todas las etapas del proceso”.

5.8 “El investigador debe difundir y publicar los resultados de las investigaciones realizadas en un ambiente de ética, pluralismo ideológico y diversidad cultural, así como comunicar los resultados de la investigación a las personas, grupos y comunidades participantes de la misma”.

5.9 “El investigador debe guardar la debida confidencialidad sobre los datos de las personas involucradas en la investigación. En general, deberá garantizar el anonimato de las personas participantes”.

5.10 “Los investigadores deben establecer procesos transparentes en su proyecto para identificar conflictos de intereses que involucren a la institución o a los investigadores”.

V. RESULTADOS

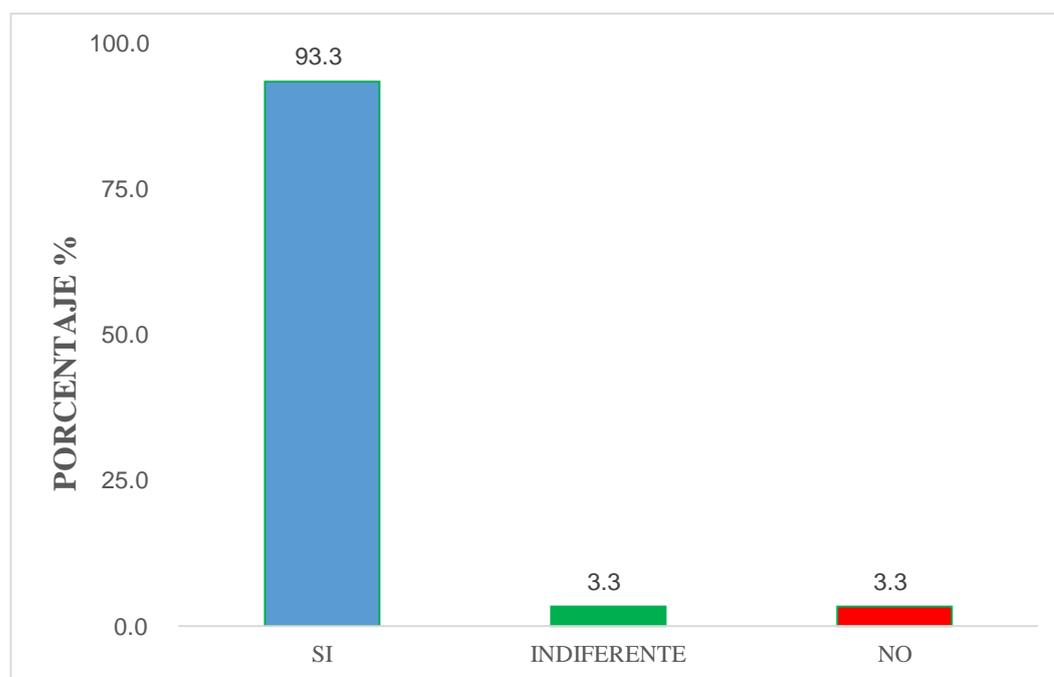
5.1 RESULTADOS

Tabla 1. ¿Usted tiene la capacidad de realizar su trabajo según las condiciones actuales?

VALORIZACIÓN	Fi	%
SI	28	93.33
INDIFERENTE	1	3.33
NO	1	3.33
TOTAL	30	100.00

(Fuente: Elaboración según cuestionario – Elaboración: El investigador)

Grafico 1. ¿Usted tiene la capacidad de realizar su trabajo según las condiciones actuales?



(Fuente: Elaboración según cuestionario – Elaboración: El investigador)

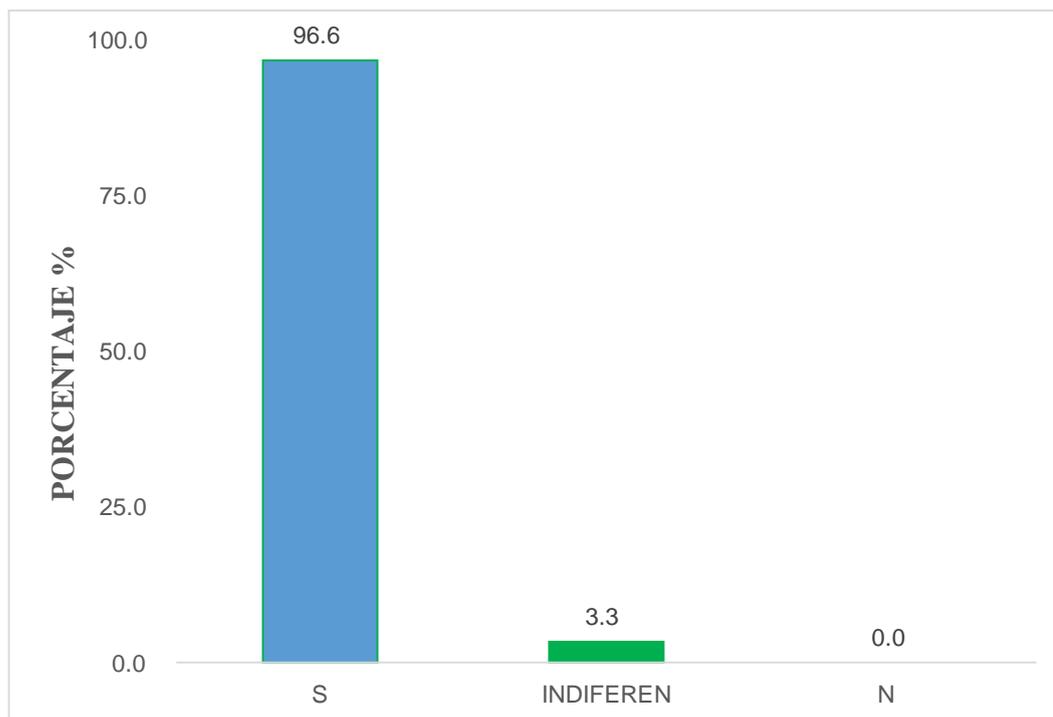
Interpretación:

Se ha determinado con 30 encuestados que el 93.33 % mencionan que “SI tiene capacidad, mientras que el 3.33% menciona “NO”, asimismo el 3.33% es INDIFERENTE se sienten indecisos en la respuesta mencionadas.

Tabla 2. ¿La rentabilidad ha variado según las condiciones actuales?

VALORIZACIÓN	F	%
SI	29	96.67
INDIFERENTE	1	3.33
NO	0	0.00
TOTAL	30	100.00

(Fuente: Elaboración según cuestionario – Elaboración: El investigador)

Grafico 2. ¿La rentabilidad ha variado según las condiciones actuales?

(Fuente: Elaboración según cuestionario – Elaboración: El investigador)

Interpretación:

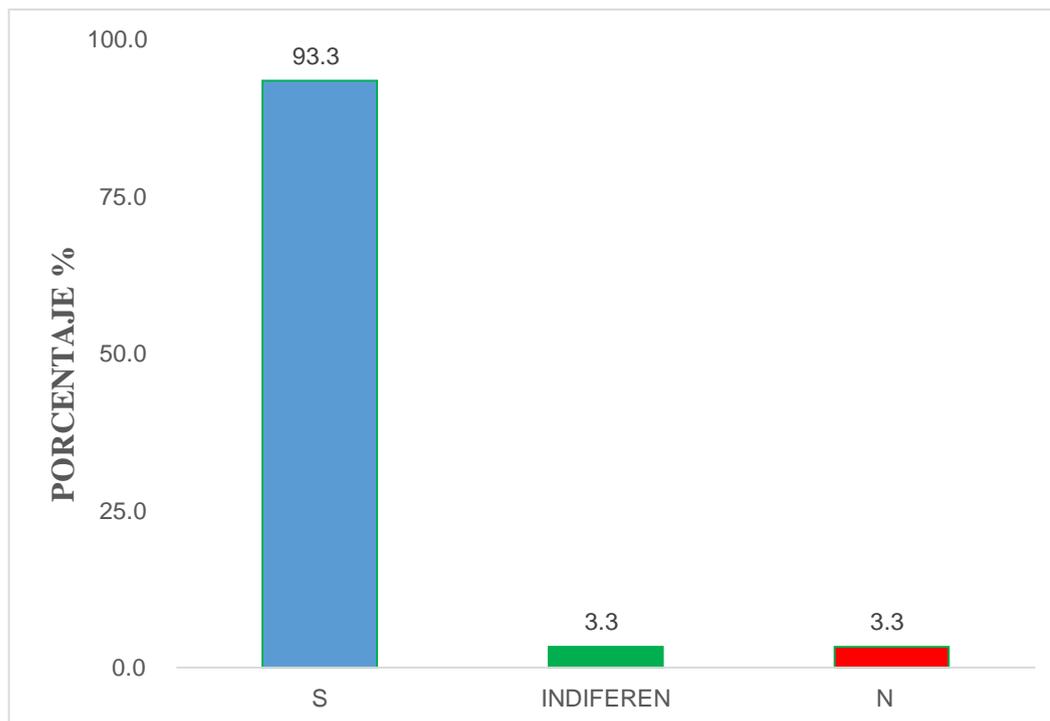
Se ha determinado con 30 encuestados que el 96.67 % mencionan que “SI” ha variado la rentabilidad, mientras que el 3.33% menciona “INDIFERENTE”, no tienen datos exactos de sus ingresos.

Tabla 3. ¿Se ha incrementado la competencia en las condiciones actuales?

VALORIZACIÓN	F	%
SI	28	93.33
INDIFERENTE	1	3.33
NO	1	3.33
TOTAL	30	100.00

(Fuente: Elaboración según cuestionario – Elaboración: El investigador)

Grafico 3. ¿Se ha incrementado la competencia en las condiciones actuales?



(Fuente: Elaboración según cuestionario – Elaboración: El investigador)

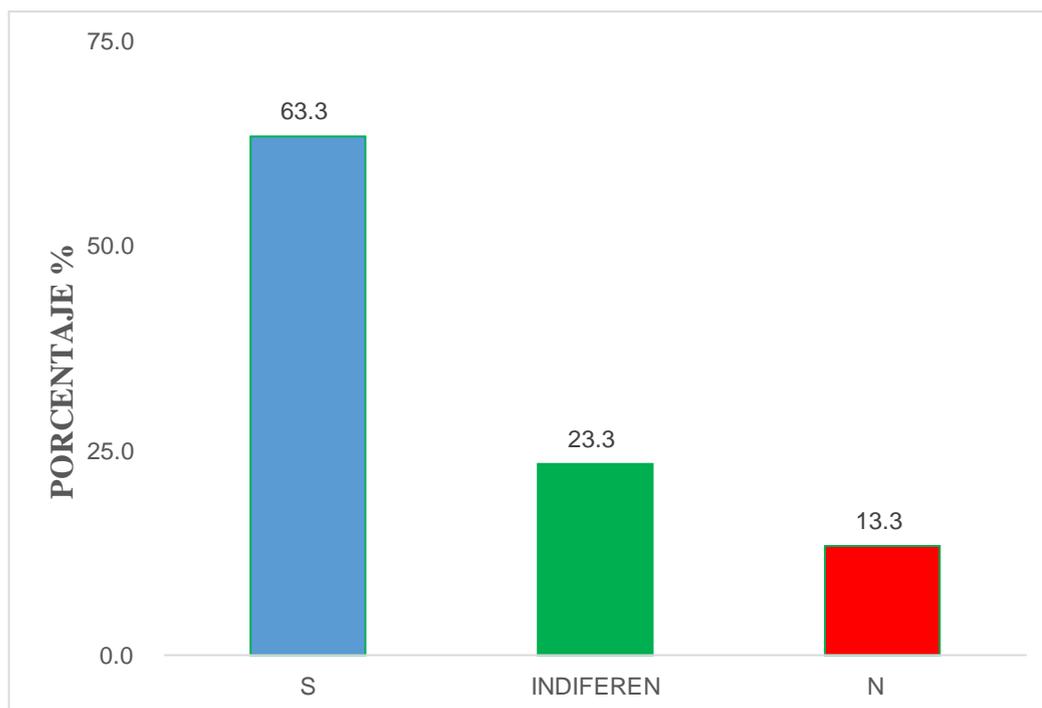
Interpretación:

Se ha determinado con 30 encuestados que el 93.33 % mencionan que “SI” ha aumentado la competencia, mientras que el 3.33% menciona “INDIFERENTE”, no sabían que responder, el otro 3.33% NO tiene conocimiento.

Tabla 4. ¿Si realizas un buen trabajo el resultado es favorable?

VALORIZACIÓN	F	%
SI	19	63.33
INDIFERENTE	7	23.33
NO	4	13.33
TOTAL	30	100.00

(Fuente: Elaboración según cuestionario – Elaboración: El investigador)

Grafico 4. ¿Si realizas un buen trabajo el resultado es favorable?

(Fuente: Elaboración según cuestionario – Elaboración: El investigador)

Interpretación:

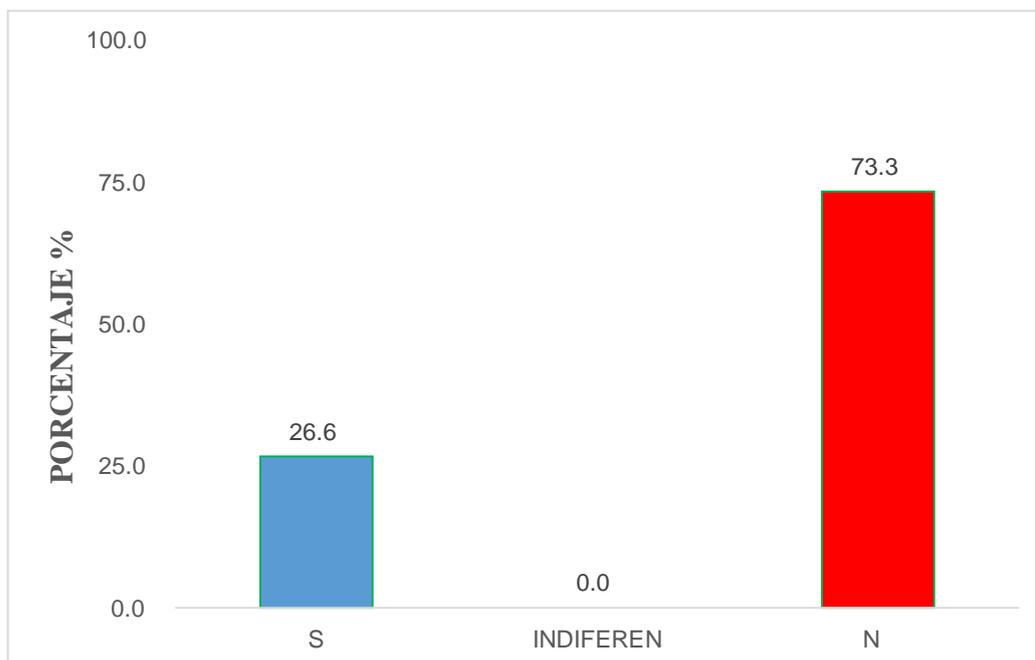
Se ha determinado con 30 encuestados que el 63.33 % mencionan que “SI” realizan un buen trabajo que culmina en resultados favorables, mientras que el 23.33% menciona “INDIFERENTE”, no saben que responder y el otro 13.33% mencionan que “NO”, ya que la percepción del cliente influye mucho.

Tabla 5. ¿Sus costos de producción se han mantenido estables en los últimos meses?

VALORIZACIÓN	Fi	%
SI	8	26.67
INDIFERENTE	0	0.00
NO	22	73.33
TOTAL	30	100.00

(Fuente: Elaboración según cuestionario – Elaboración: El investigador)

Grafico 5. ¿Sus costos de producción se han mantenido estables en los últimos meses?



(Fuente: Elaboración según cuestionario – Elaboración: El investigador)

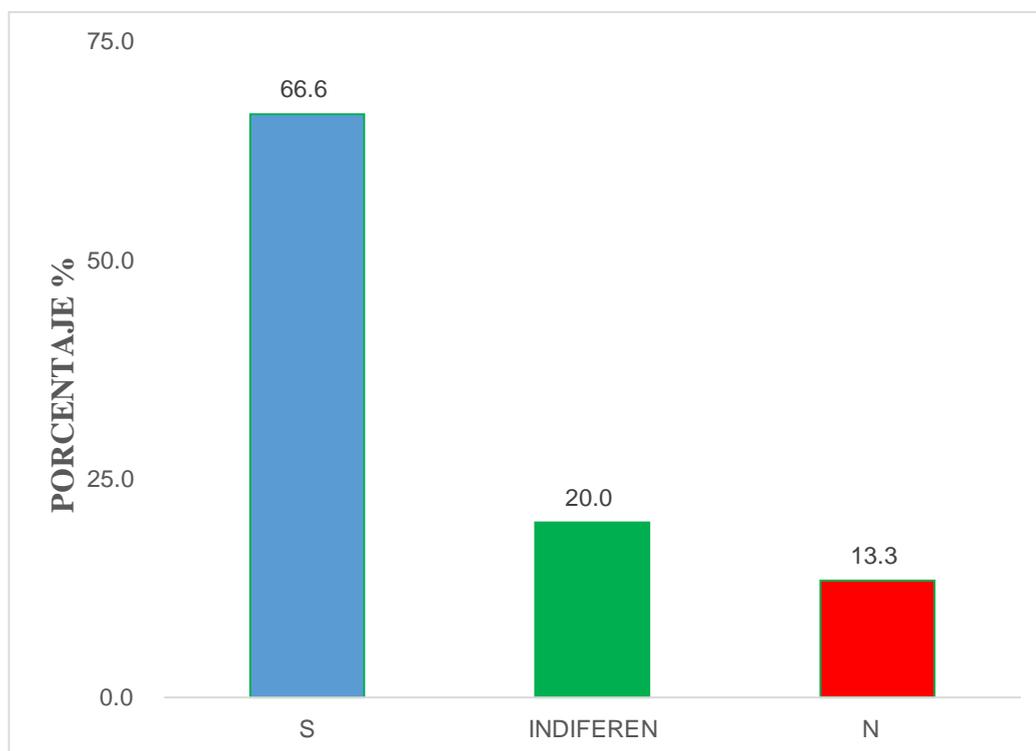
Interpretación:

Se ha determinado con 30 encuestados que el 73.33 % mencionan que “NO”, algunos ingredientes se han elevado en su precio, mientras que el 26.67% menciona que “SI”, la mayoría de sus ingredientes aún mantienen su precio de hace meses atrás.

Tabla 6. ¿La calidad de sus productos se ha mantenido en los últimos meses?

VALORIZACION	F	%
SI	20	66.67
INDIFERENTE	6	20.00
NO	4	13.33
TOTAL	30	100.00

(Fuente: Elaboración según cuestionario – Elaboración: El investigador)

Grafico 6. ¿La calidad de sus productos se ha mantenido en los últimos meses?

(Fuente: Elaboración según cuestionario – Elaboración: El investigador)

Interpretación:

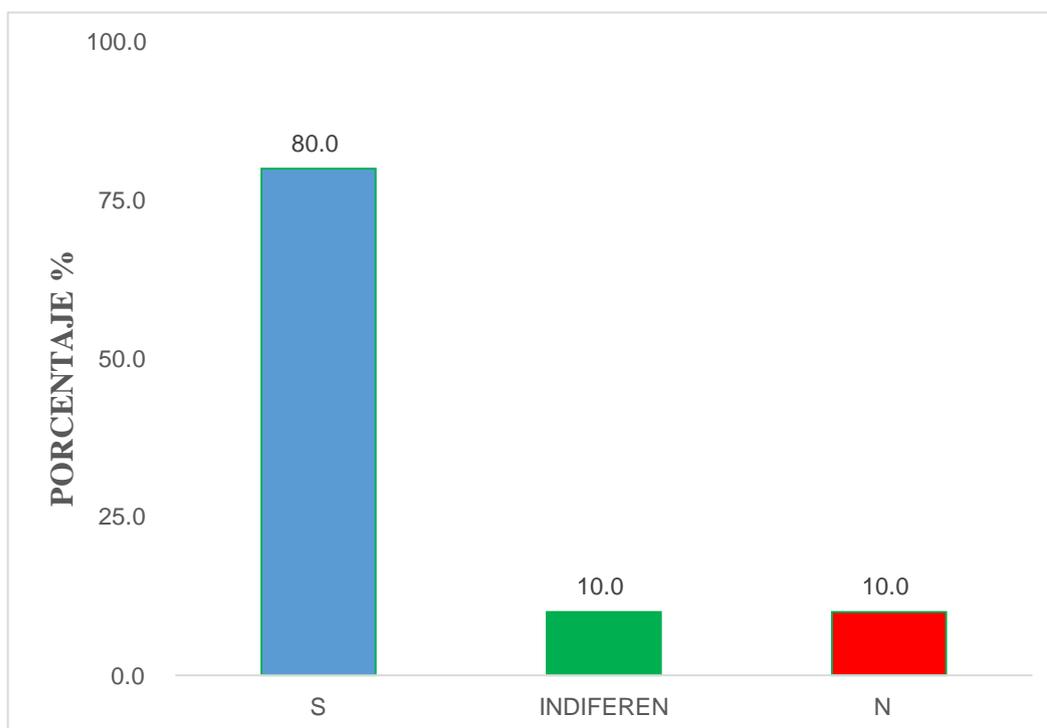
Se ha determinado con 30 encuestados que el 66.67 % mencionan que “SI” se ha mantenido la calidad de sus productos, mientras que el 20.00% menciona no opinar, y solo el 13.33% menciona que “NO” por la adaptación de sus negocios a la pandemia.

Tabla 7. ¿Usted cree que existe desconfianza de parte de los clientes al momento de la atención?

VALORIZACIÓN	F	%
SI	24	80.00
INDIFERENTE	3	10.00
NO	3	10.00
TOTAL	30	100.00

(Fuente: Elaboración según cuestionario – Elaboración: El investigador)

Grafico 7. ¿Usted cree que existe desconfianza de parte de los clientes al momento de la atención?



(Fuente: Elaboración según cuestionario – Elaboración: El investigador)

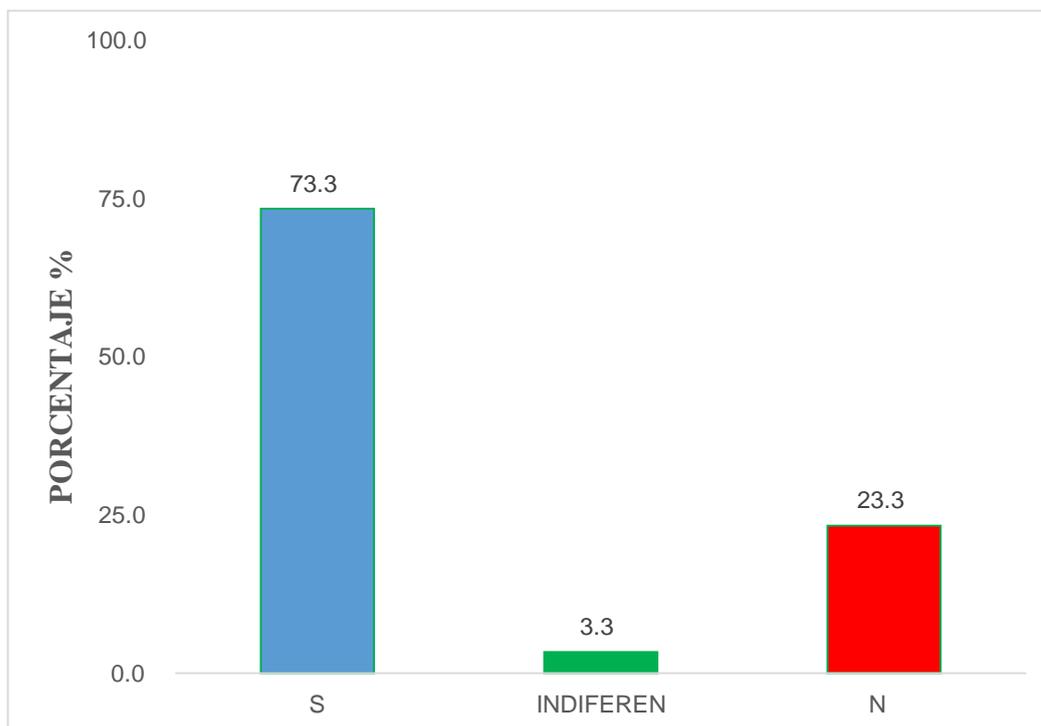
Interpretación:

Se ha determinado con 30 encuestados que el 80.00 % mencionan que “SI” existe desconfianza al momento de atención, mientras que el 10.00% menciona no opinar, y solo el 10.00% menciona que “NO” existe desconfianza con los clientes.

Tabla 8. ¿Usted ha implementado los protocolos de sanidad?

VALORIZACIÓN	F	%
SI	22	73.33
INDIFERENTE	1	3.33
NO	7	23.33
TOTAL	30	100.00

(Fuente: Elaboración según cuestionario – Elaboración: El investigador)

Grafico 8. ¿Usted ha implementado los protocolos de sanidad?

(Fuente: Elaboración según cuestionario – Elaboración: El investigador)

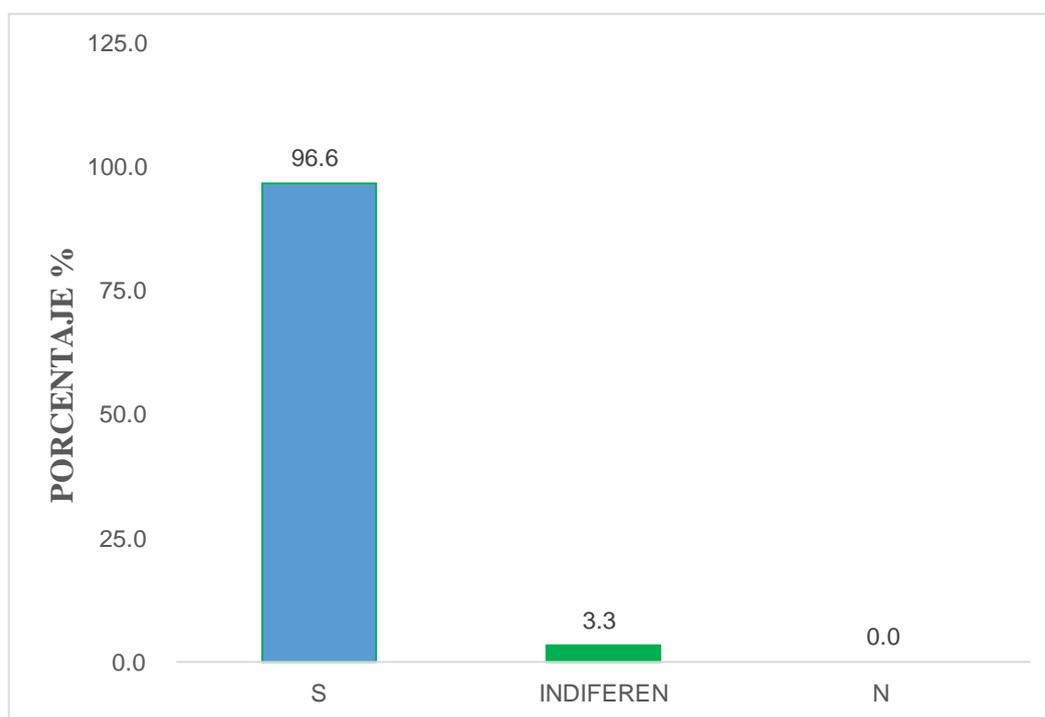
Interpretación:

Se ha determinado con 30 encuestados que el 73.33 % mencionan que “SI” ha implementado los protocolos de seguridad, mientras que el 23.33% menciona “NO” tener los protocolos que por ley se pide, solo el 3.33% no tienen conocimiento.

Tabla 9. ¿Su personal se encuentra capacitado en el manejo del producto?

VALORIZACIÓN	F	%
SI	29	96.67
INDIFERENTE	1	3.33
NO	0	0.00
TOTAL	30	100.00

(Fuente: Elaboración según cuestionario – Elaboración: El investigador)

Grafico 9. ¿Su personal se encuentra capacitado en el manejo del producto?

(Fuente: Elaboración según cuestionario – Elaboración: El investigador)

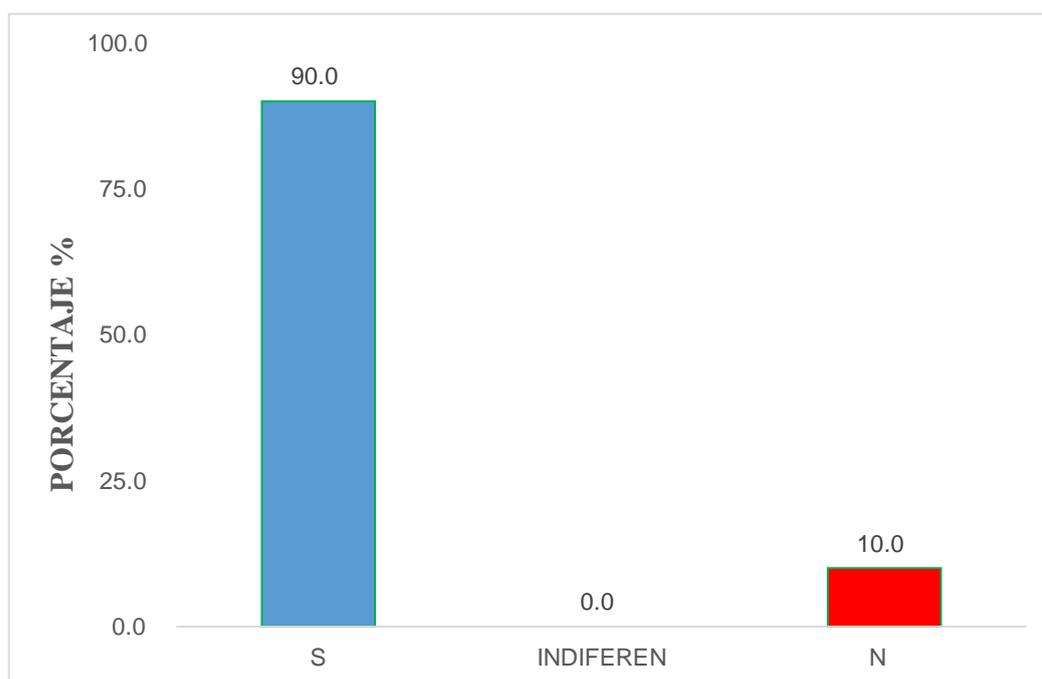
Interpretación:

Se ha determinado con 30 encuestados que el 96.67 % mencionan que “SI” se encuentran capacitados en la manipulación del alimento, mientras que el 3.33% menciona “NO” tener los protocolos que por ley se pide, solo el 3.33% no tienen conocimiento.

Tabla 10. ¿Ha aplicado nuevas estrategias creativas para atraer clientes?

VALORIZACIÓN	F	%
SI	27	90.00
INDIFERENTE	0	0.00
NO	3	10.00
TOTAL	30	100.00

(Fuente: Elaboración según cuestionario – Elaboración: El investigador)

Grafico 10. ¿Ha aplicado nuevas estrategias de innovación para atraer clientes?

(Fuente: Elaboración según cuestionario – Elaboración: El investigador)

Interpretación:

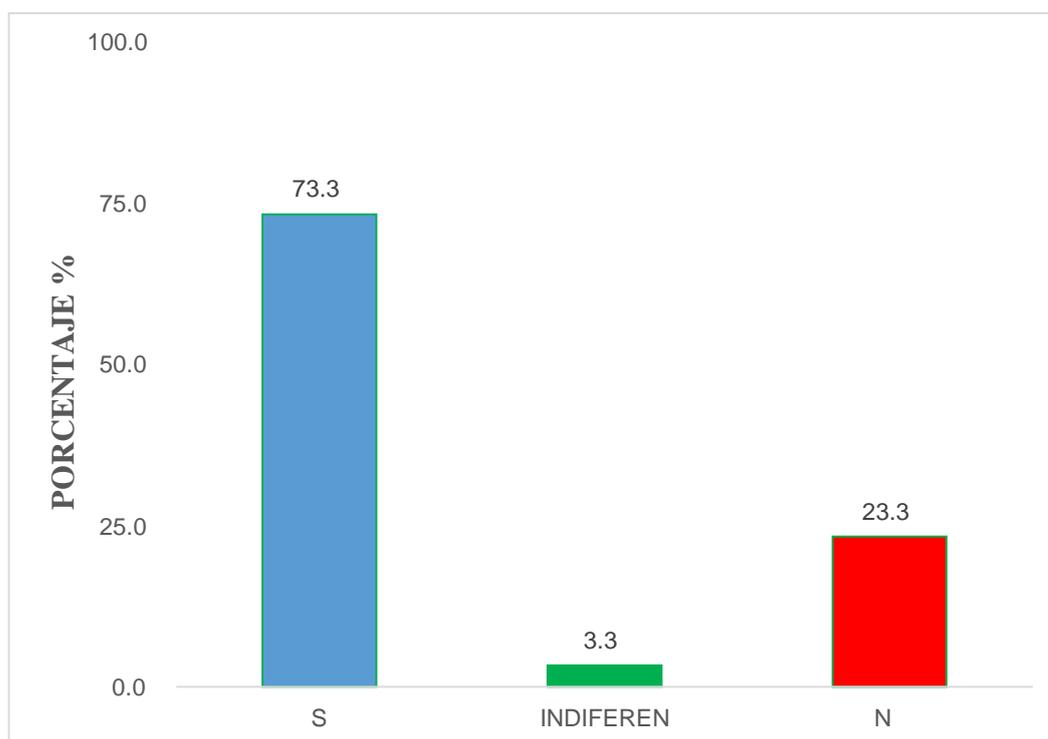
Se ha determinado con 30 encuestados que el 90.00 % mencionan que “SI” se encuentran desarrollando nuevas estrategias, mientras que el 10.00% menciona “NO” conocer muy bien temas de planificación.

Tabla 11. ¿Ha implementado valor agregado de innovación en la elaboración y entrega de su producto?

VALORIZACIÓN	F	%
SI	22	73.33
INDIFERENTE	1	3.33
NO	7	23.33
TOTAL	30	100.00

(Fuente: Elaboración según cuestionario – Elaboración: El investigador)

Grafico 11. ¿Ha implementado valor agregado en la elaboración y entrega de su producto?



(Fuente: Elaboración según cuestionario – Elaboración: El investigador)

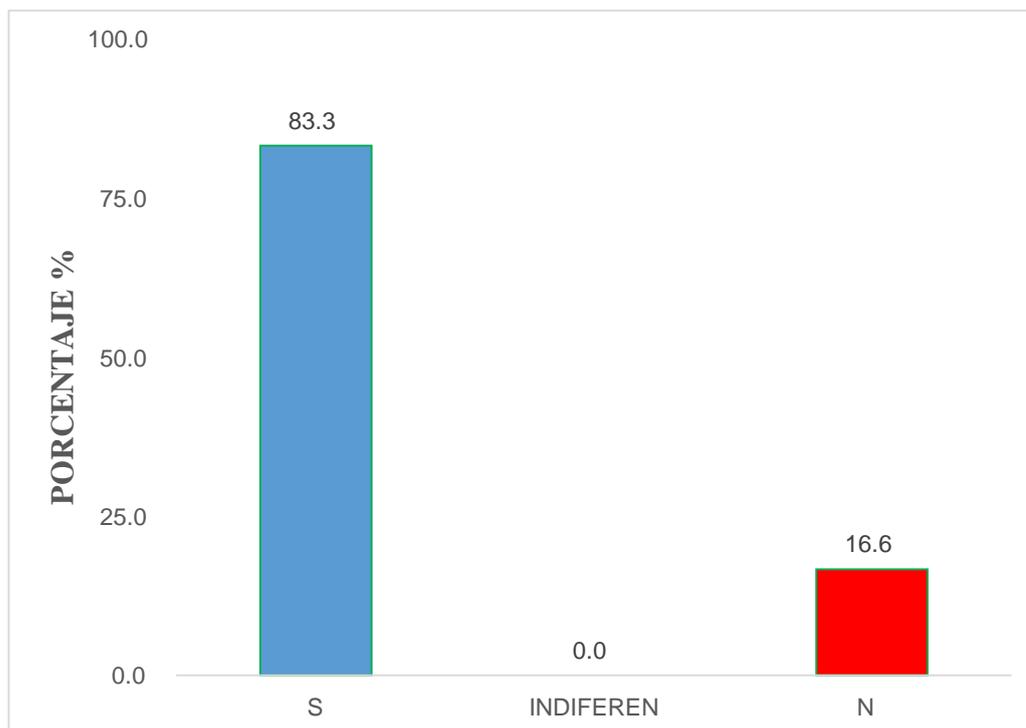
Interpretación:

Se ha determinado con 30 encuestados que el 73.33 % mencionan que “SI” se encuentran entregando valor agregado en sus productos, mientras que el 23.33% mencionan que “NO” han implementado nuevas formas de ofrecer su negocio.

Tabla 12. ¿En los últimos meses ha variado la cantidad de sus colaboradores?

VALORIZACIÓN	F	%
SI	25	83.33
INDIFERENTE	0	0.00
NO	5	16.67
TOTAL	30	100.00

(Fuente: Elaboración según cuestionario – Elaboración: El investigador)

Grafico 12. ¿En los últimos meses ha variado la cantidad de sus colaboradores?

(Fuente: Elaboración según cuestionario – Elaboración: El investigador)

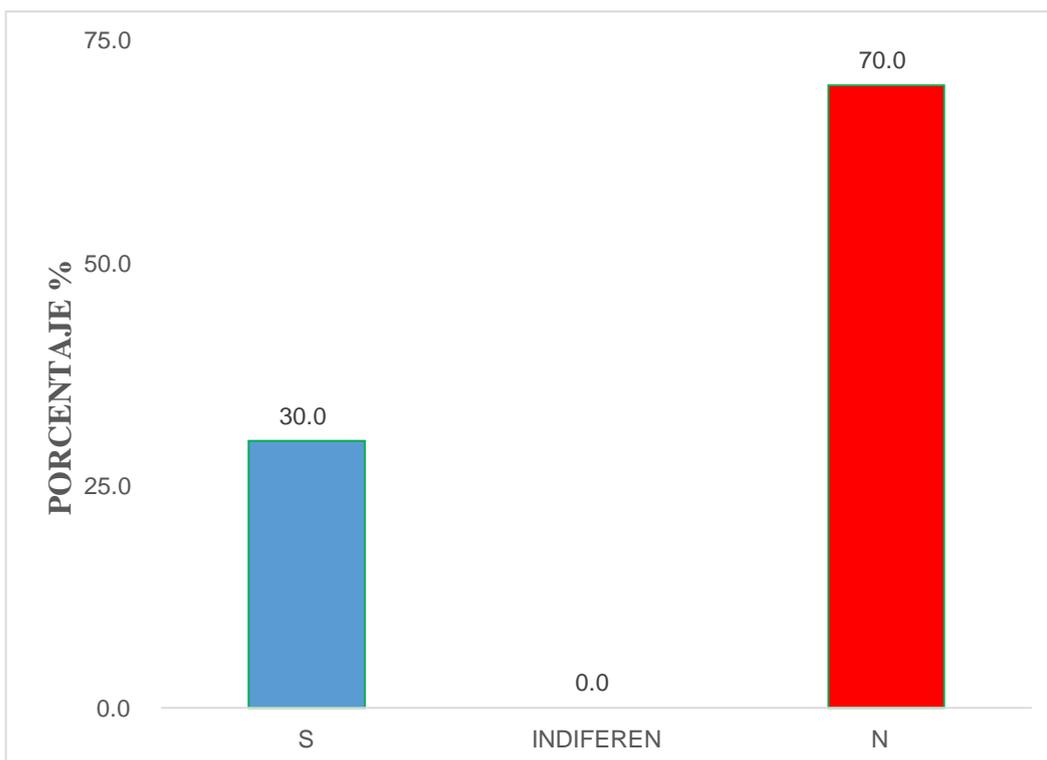
Interpretación:

Se ha determinado con 30 encuestados que el 83.33 % mencionan que “SI” ha variado por motivos de la situación actual de la pandemia, mientras que el 16.67% menciona que “NO” han variado la cantidad de sus colaboradores.

Tabla 13. ¿Los colaboradores que labora con usted son permanentes?}

VALORIZACIÓN	F	%
SI	9	30.00
INDIFERENTE	0	0.00
NO	21	70.00
TOTAL	30	100.00

(Fuente: Elaboración según cuestionario – Elaboración: El investigador)

Grafico 13. ¿Los colaboradores que labora con usted son permanentes?

(Fuente: Elaboración según cuestionario – Elaboración: El investigador)

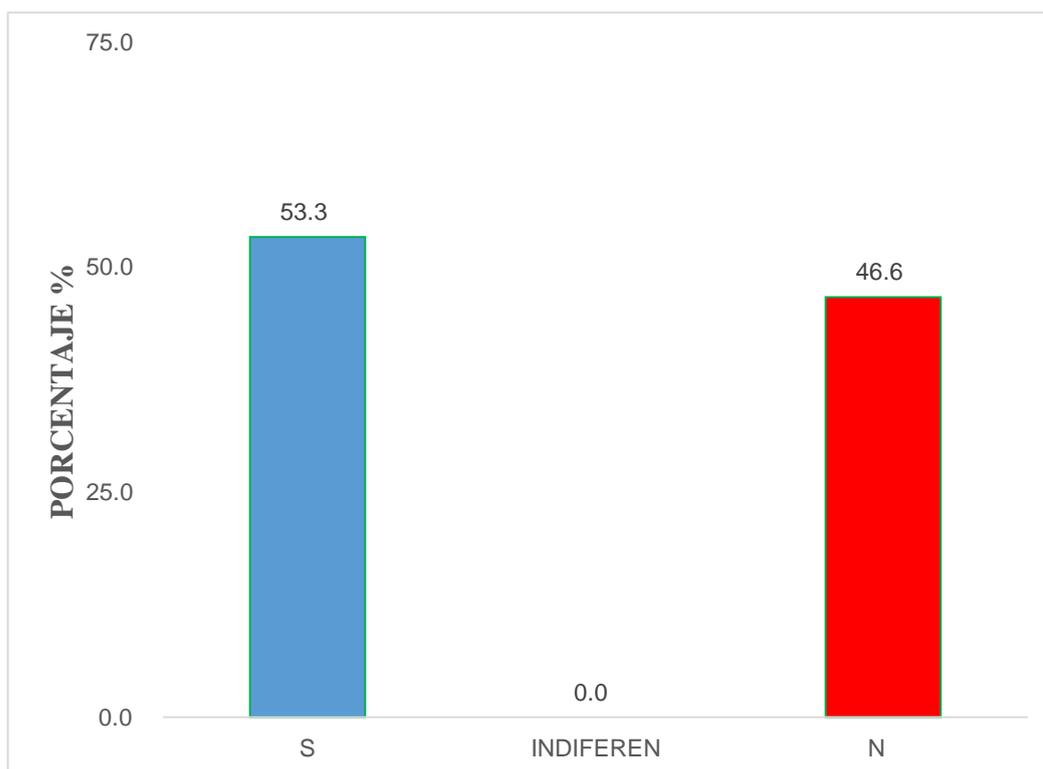
Interpretación:

Se ha determinado con 30 encuestados que el 30.00 % mencionan que “NO” son permanentes sus colaboradores ya sea por el rendimiento que desempeñan, mientras que el 70.00% menciona que “SI” son permanentes por la misma confianza que se ha ganado entre colaborador y empleador.

Tabla 14. ¿Invertió en la implementación del plan sanitario?

VALORIZACIÓN	F	%
SI	16	53.33
INDIFERENTE	0	0.00
NO	14	46.67
TOTAL	30	100.00

(Fuente: Elaboración según cuestionario – Elaboración: El investigador)

Grafico 14. ¿Invertió en la implementación del plan sanitario?

(Fuente: Elaboración según cuestionario – Elaboración: El investigador)

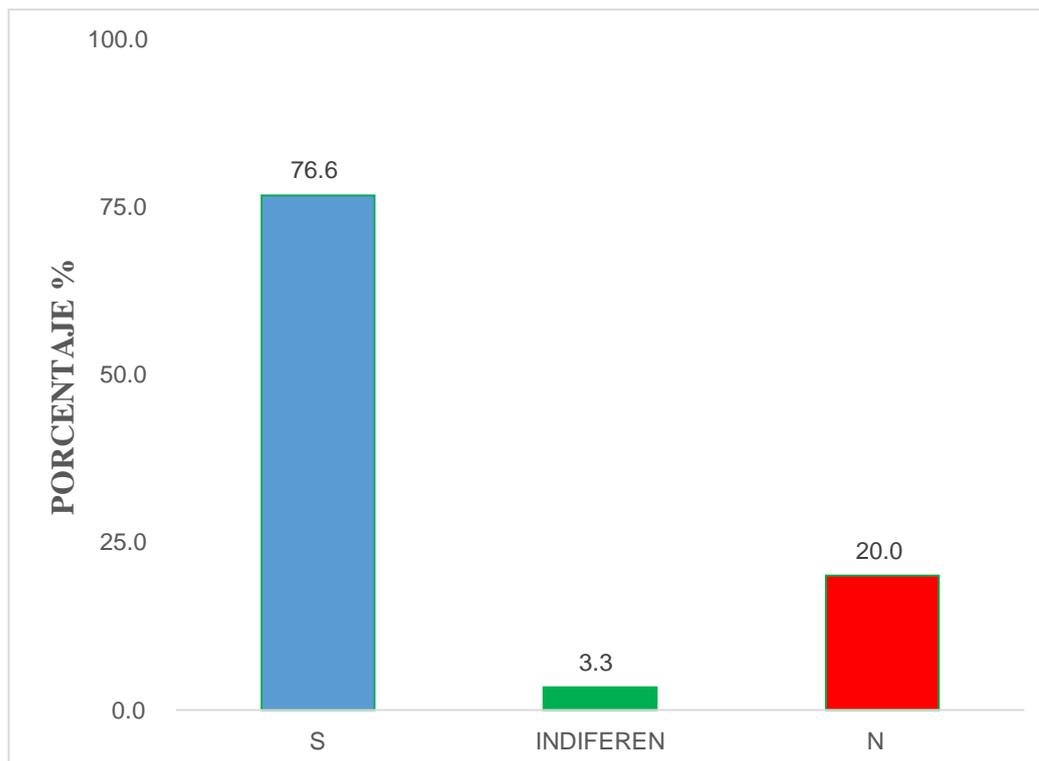
Interpretación:

Se ha determinado con 30 encuestados que el 53.33 % mencionan que “SI” han invertido en un plan sanitario para poder apertura su negocio, mientras que el 46.67% mencionan que “NO” ya sea por temas económicos, trámites burocráticos o falta de asesoramiento.

Tabla 15. ¿Invertió para ampliar su servicio?

VALORIZACIÓN	F	%
SI	23	76.67
INDIFERENTE	1	3.33
NO	6	20.00
TOTAL	30	100.00

(Fuente: Elaboración según cuestionario – Elaboración: El investigador)

Grafico 15. ¿Invertió para ampliar su servicio?

(Fuente: Elaboración según cuestionario – Elaboración: El investigador)

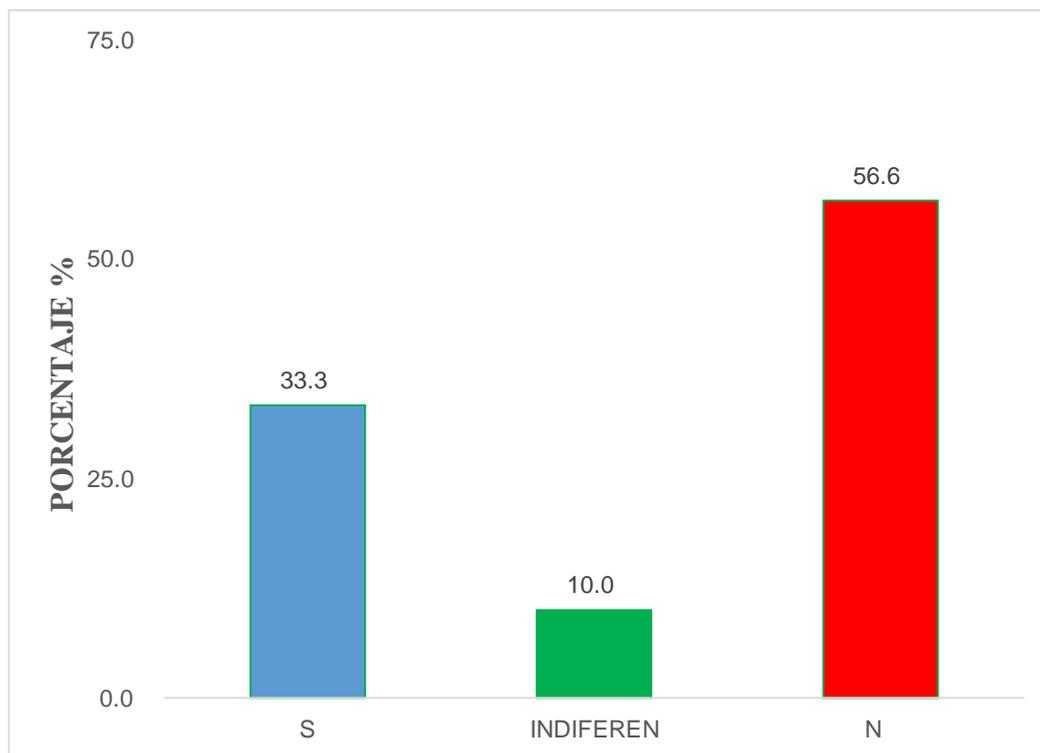
Interpretación:

Se ha determinado con 30 encuestados que el 76.67 % mencionan que “SI” han invertido en ampliar su servicio uno de ellos es el reparto en delivery, mientras que el 20.00% mencionan que “NO” ya sea por temas económicos o también por el riesgo de que se cierre nuevamente los negocios.

Tabla 16. ¿En los últimos meses la frecuencia de clientes se ha incrementado?

VALORIZACIÓN	F	%
SI	10	33.33
INDIFERENTE	3	10.00
NO	17	56.67
TOTAL	30	100.00

(Fuente: Elaboración según cuestionario – Elaboración: El investigador)

Grafico 16. ¿En los últimos meses la frecuencia de clientes se ha incrementado?

(Fuente: Elaboración según cuestionario – Elaboración: El investigador)

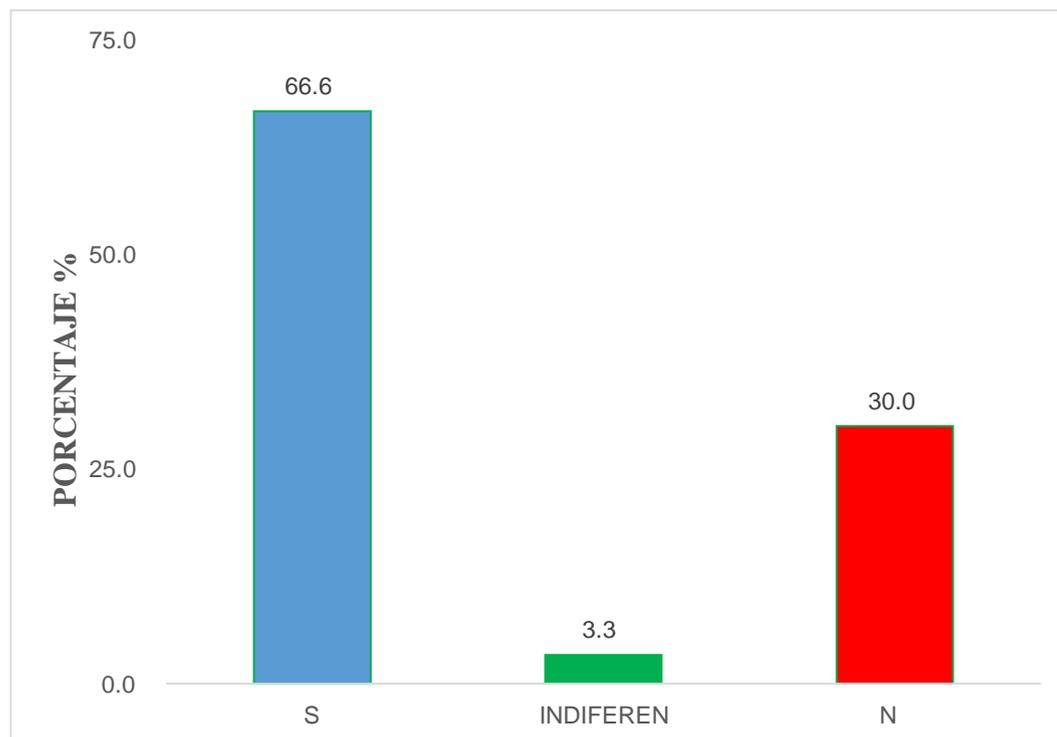
Interpretación:

Se ha determinado con 30 encuestados que el 56.67 % mencionan que “NO” se ha incrementado la frecuencia de clientes, mientras que el 33.33% mencionan que “SI” hubo incrementos significativos y va en crecimiento cada semana, mientras que el 10.00% no supo responder.

Tabla 17. ¿Sus pagos que realizan los clientes son solo en efectivo?

12	F	%
SI	20	66.67
INDIFERENTE	1	3.33
NO	9	30.00
TOTAL	30	100.00

(Fuente: Elaboración según cuestionario – Elaboración: El investigador)

Grafico 17. ¿Sus pagos que realizan los clientes son solo en efectivo?

(Fuente: Elaboración según cuestionario – Elaboración: El investigador)

Interpretación:

Se ha determinado con 30 encuestados que el 66.67 % afirma que su única forma de pago es en efectivo en el cajero, mientras que el 30.00% mencionan que “NO” es la única modalidad de pago, también lo hacen a través de bancas móviles y tarjetas, mientras que el 3.33% no supo responder.

INFLUENCIA ENTRE LA GESTIÓN DE SERVICIO Y LA RECUPERACIÓN ECONÓMICA.

“Para el contraste de hipótesis de correlación se estableció un nivel de significancia alfa igual al 5% ($\alpha = 0.05$) para todas las pruebas”.

“El nivel de confianza es de $(1 - \alpha)$ que es igual al 95% (0.95)”.

La prueba de la hipótesis general supone:

H₀: La gestión de calidad en el servicio no influye positivamente en la recuperación económica de las Mypes del sector de restaurante en época de covid-19 en el distrito de Rupa Rupa provincia de Leoncio prado – Huánuco, 2020.

H₁: La gestión de calidad en el servicio influye positivamente en la recuperación económica de las Mypes del sector de restaurante en época de covid-19 en el distrito de Rupa Rupa provincia de Leoncio prado – Huánuco, 2020.

Correlaciones

		Total_Var1	Total_Var2
Rho de Spearman	Coeficiente de correlación	1,000	,414*
	Total_Var1	.	,023
	Sig. (bilateral)	.	.
	N	30	30
	Coeficiente de correlación	,414*	1,000
	Total_Var2	,023	.
	Sig. (bilateral)	.	.
	N	30	30

Fuente: Elaboración propia

Con un p valúe $0,023 < 0,05$ siendo menor entonces se rechaza la hipótesis nula, la recuperación económica de las MYPES en época de COVID-19 en la ciudad de Tingo María-Huánuco– 2020lo cual concluimos que existe una influencia positiva entre la gestión de calidad en el servicio y recuperación económica.

INFLUENCIA ENTRE LA EFICACIA Y LA RECUPERACIÓN ECONÓMICA.

H₀: La eficacia en el servicio no influye positivamente en la recuperación económica de las Mypes del sector de restaurante en época de covid-19 en el distrito de Rupa Rupa provincia de Leoncio prado – Huánuco, 2020.

H₁: La eficacia en el servicio influye positivamente en la recuperación económica de las Mypes del sector de restaurante en época de covid-19 en el distrito de Rupa Rupa provincia de Leoncio prado – Huánuco, 2020.

		Total_Efica	Total_Var2
Rho de Spearman	Coeficiente de correlación	1,000	,163
	Total_Efica Sig. (bilateral)	.	,390
	N	30	30
	Coeficiente de correlación	,163	1,000
	Total_Var2 Sig. (bilateral)	,390	.
	N	30	30

Fuente: Elaboración propia

Con un p valué $0,390 > 0,05$ siendo mayor entonces se acepta la hipótesis nula, lo cual concluimos que no existe una influencia positiva entre la eficacia en el servicio y la recuperación económica de las Mypes del sector de restaurante en época de covid-19 en el distrito de Rupa Rupa provincia de Leoncio prado – Huánuco, 2020.

INFLUENCIA ENTRE LA EFICIENCIA Y LA RECUPERACIÓN ECONÓMICA.

H₀: La eficiencia no influye en el servicio positivamente en la recuperación económica de las Mypes del sector de restaurante en época de covid-19 en el distrito de Rupa Rupa provincia de Leoncio prado – Huánuco, 2020.

H₁: La eficiencia en el servicio influye positivamente en la recuperación económica de las Mypes del sector de restaurante en época de covid-19 en el distrito de Rupa Rupa provincia de Leoncio prado – Huánuco, 2020.

Correlaciones			
		Total_Efici	Total_Var2
Rho de Spearman	Coeficiente de correlación	1,000	-,004
	Total_Efici Sig. (bilateral)	.	,984
	N	30	30
	Coeficiente de correlación	-,004	1,000
	Total_Var2 Sig. (bilateral)	,984	.
	N	30	30

Fuente: Elaboración propia

Con un p valué $0,984 > 0,05$ siendo mayor entonces se acepta la hipótesis nula, lo cual concluimos que no existe una influencia positiva entre la eficiencia y la recuperación económica de las Mypes del sector de restaurante en época de covid-19 en el distrito de Rupa Rupa provincia de Leoncio prado – Huánuco, 2020.

INFLUENCIA ENTRE LA SEGURIDAD Y LA RECUPERACIÓN ECONÓMICA.

H₀: La seguridad en el servicio no influye positivamente en la recuperación económica de las Mypes del sector de restaurante en época de covid-19 en el distrito de Rupa Rupa provincia de Leoncio prado – Huánuco, 2020.

H₁: La seguridad en el servicio influye positivamente en la recuperación económica de las Mypes del sector de restaurante en época de covid-19 en el distrito de Rupa Rupa provincia de Leoncio prado – Huánuco, 2020.

Correlaciones			Total_Seg	Total_Var2
Rho de Spearman		Coefficiente de correlación	1,000	,376*
	Total_Seg	Sig. (bilateral)	.	,041
		N	30	30
		Coefficiente de correlación	,376*	1,000
	Total_Var2	Sig. (bilateral)	,041	.
		N	30	30

Fuente: Elaboración propia

Con un p valúe $0,041 < 0,05$ siendo menor entonces se rechaza la hipótesis nula, lo cual concluimos que existe una influencia positiva entre la seguridad del servicio y la recuperación económica de las MYPES en época de COVID-19 en la ciudad de Tingo María-Huánuco– 2020

INFLUENCIA ENTRE LA CREATIVIDAD Y LA RECUPERACIÓN ECONÓMICA.

H₀: La creatividad en el servicio no influye positivamente en la recuperación económica de las Mypes del sector de restaurante en época de covid-19 en el distrito de Rupa Rupa provincia de Leoncio prado – Huánuco, 2020.

H₁:: La creatividad en el servicio influye positivamente en la recuperación económica de la MYPES en época de COVID-19 en la ciudad de Tingo María en el año 2020.

Correlaciones			Total_Crea	Total_Var2
Rho de Spearman		Coefficiente de correlación	1,000	,103
	Total_Conco	Sig. (bilateral)	.	,587
		N	30	30
		Coefficiente de correlación	,103	1,000
	Total_Var2	Sig. (bilateral)	,587	.
		N	30	30

Con un p valúe $0,587 > 0,05$ siendo mayor entonces se acepta la hipótesis nula, lo cual concluimos que no existe una influencia positiva entre la creatividad en el servicio y la recuperación económica las Mypes del sector de restaurante en época de covid-19 en el distrito de Rupa Rupa provincia de Leoncio prado – Huánuco, 2020.

5.2 ANÁLISIS DE RESULTADOS

A través de los resultados, se conoce que las Mypes del sector restaurante por medio de sus propietarios están pendientes en mejorar y ofrecer una atención adecuado a sus clientes, ahora en tiempos de covid-19 estas Mypes se adecuan a las exigencias sanitarias.

Quispe, Oswalgo y Maza, William (2017), En su tesis “Calidad de servicio y satisfacción del cliente en la empresa G y C imperil cargo SRL”, Se concluye que como principales resultados encontramos que la calidad de servicio es considerada como buena por 65,1% de los clientes y el 81,4% de los clientes se considera satisfecho o muy satisfecho con los servicios que brinda la empresa. Todas las dimensiones de la calidad del servicio se relacionan con la satisfacción del cliente con excepción de la capacidad de respuesta y la seguridad”, la cual se alinea a los resultados de la presente investigación en donde se plantea la hipótesis: la gestión de calidad en el servicio influye positivamente en la recuperación económica de las Mypes del sector restaurantes determinando al igual que la investigación antes mencionada, obteniendo un p valúe $0,023 < 0,05$ siendo menor entonces se rechaza la hipótesis nula, por lo cual se concluye que existe una influencia positiva entre la gestión de calidad en el servicio y la recuperación económica de las Mypes del sector de restaurante en época de covid-19 en el distrito de Rupa Rupa provincia de Leoncio prado – Huánuco, 2020.

En lo que respecta a la hipótesis específica 1, se plantea que la eficacia influye positivamente en la recuperación económica de las Mypes del sector de restaurante en época de covid-19 en el distrito de Rupa Rupa provincia de Leoncio Prado – Huánuco, 2020, Chiavenato (2006) menciona que la eficacia es una medida para lograr resultados, una organización que tenga los recursos necesarios tiene que utilizarlo de forma eficaz con el fin de tener los resultados planeados o que lleguen a sobrepasar la expectativa de los que dirigen la organización; en la presente investigación se obtuvo un resultado de un p valúe =0,390 significa que no existe influencia positiva entre las variables, frente al (grado de significación estadística) $p < 0,05$, esto se debe a que la eficacia estaba orientada a un paradigma sin pandemia y las herramientas usadas para lograr la eficacia ya no son útiles.

Según C. Alvarado, Paola (2013) menciona que uno de los problemas fundamentales en la organización de la empresa “Mi Ángel”, es la falta de un programa de capacitación para todos los trabajadores, en el cual se eleve el nivel de conocimientos y se vayan creando las herramientas y destrezas para que desempeñen su trabajo con eficacia, con lo cual se corrobora que al ser una situación de crisis no existe conocimientos que sirvan de herramienta para su implementación.

En lo que respecta a la hipótesis específica 2, se planteó que: la eficiencia en el servicio influye positivamente en la recuperación económica de las Mypes del sector de restaurante en época de covid-19 en el distrito de Rupa Rupa provincia de Leoncio Prado – Huánuco, 2020, en el año 2020, Para Sander (2002) La eficiencia es el criterio económico que revela la capacidad administrativa de producir el máximo de resultados con el mínimo de recursos, energía y tiempo en la presente investigación se obtuvo un resultado de un p valúe =0,984 significa que no existe

influencia positiva entre las variables, frente al (grado de significación estadística) $p < 0,05$, esto condice con los resultados de la específica 1 en donde el paradigma sin pandemia deja sin herramientas útiles por estar en crisis no existe conocimientos que sirvan de herramienta para su implementación.

En lo que respecta a la hipótesis específica 3, donde se plantea que la seguridad en el servicio influye positivamente en la recuperación económica de las Mypes del sector de restaurante en época de covid-19 en el distrito de Rupa Rupa provincia de Leoncio prado – Huánuco, 2020, por p valúe =0,041 significa que existe influencia positiva entre las variables, frente al (grado de significación estadística) $p < 0,05$. Según Quispe, Oswalgo y Maza, William (2017), Según Parasuraman, A.; Zeithaml, V.; Berry, L. (1988), “La seguridad es tener conocimiento y atención mostrada por los empleados y sus habilidades para inspirar credibilidad y confianza” lo cual es muy importante en estos momentos debido a la desconfianza en la coyuntura de pandemia que vivimos y la implementación sanitaria que el gobierno está impulsando, se considera la dimensión más importante del estudio debido a que se centra en la mitigación de la pandemia.

En lo que respecta a la hipótesis específica 4, donde se plantea que la creatividad en el servicio influye positivamente en la recuperación económica las Mypes del sector de restaurante en época de covid-19 en el distrito de Rupa Rupa provincia de Leoncio prado – Huánuco, 2020, en el año 2020, por p valúe =0,587 significa que no existe influencia positiva entre las variables, frente al (grado de significación estadística) $p < 0,05$. Según Mariano García Fernández (2015) existen algunas diferencias entre las empresas que poseen el sello europeo de gestión de la calidad (EFQM) y las empresas que no poseen el sello europeo, las empresas que tienen el sello de calidad implantan en mayor medida las prácticas de gestión de la

calidad, obtienen mayores innovaciones y mejores resultados operativos y financieros; siendo contrario en la presente investigación debido que la innovación plantea una mejora en el servicio pero no influencia en la recuperación económica.

Se determinó que la gestión calidad es indispensable en la recuperación económica como eje primordial la Seguridad del servicio para desarrollar confianza en el usuario y mitigar el riesgo de contraer la enfermedad.

VI. Conclusiones

1. Con un p valué $0,023 < 0,05$ frente al (grado de significación estadística), se afirma que existe una influencia positiva entre la gestión de calidad en el servicio y la recuperación económica de las Mypes del sector de restaurante en época de covid-19 en el distrito de Rupa Rupa provincia de Leoncio prado – Huánuco, 2020.
2. Se obtuvo un resultado de un p valué $=0,39 > 0,05$ frente al (grado de significación estadística), significa que no existe influencia positiva entre las variables, frente al (grado de significación estadística) $p < 0,05$. significa que no existe influencia positiva entre la eficacia del servicio y la recuperación económica de las Mypes del sector de restaurante en época de covid-19 en el distrito de Rupa Rupa provincia de Leoncio prado – Huánuco, 2020.
3. Se obtuvo un resultado de un p valué $=0,984 > 0,05$ frente al (grado de significación estadística). significa que no existe influencia positiva entre la eficiencia del servicio y la recuperación económica de las Mypes del sector de restaurante en época de covid-19 en el distrito de Rupa Rupa provincia de Leoncio prado – Huánuco, 2020.
4. Se obtuvo un resultado de un p valué $=0,041 < 0,05$ frente al (grado de significación estadística) p significa que existe influencia positiva entre la Seguridad del servicio y la recuperación económica de las Mypes del sector de restaurante en época de covid-19 en el distrito de Rupa Rupa provincia de Leoncio prado – Huánuco, 2020.
5. Se obtuvo un resultado de un p valué $=0,587 > 0,05$ frente al (grado de significación estadística) p significa que no existe influencia positiva entre la creatividad en el servicio y la recuperación económica de las Mypes del sector de restaurante en época de covid-19 en el distrito de Rupa Rupa provincia de Leoncio prado – Huánuco, 2020.

VII. Recomendaciones

1. Los propietarios de las Mypes de los restaurantes deben implementar la normatividad que el gobierno viene impulsando, así como implementar nuevos servicios en el proceso, atención, traslado y entrega del producto adaptándose a la coyuntura actual para diseñar nuevas estrategias capacitando al personal.
2. Las Mypes del sector restaurante deben adaptar nuevos enfoques para lograr la eficacia en el servicio como por ejemplo invertir en valores tangibles para implementar servicio delivery, adicionalmente gestionar préstamos de bajos intereses a las entidades financieras y al programa reactiva para mantener el flujo de efectivos en la reingeniería del negocio.
3. Las Mypes del sector restaurante deben adaptar nuevos enfoques para lograr la eficiencia en el servicio como por ejemplo el ampliar los proveedores y adecuar la carta a otros servicios.
4. Los propietarios de las Mypes de los restaurantes deben cumplir estrictamente los protocolos sanitarios.
5. Las Mypes del sector restaurante deben ir innovando en los usos tecnológicos, asesorarse en como poder ofrecer otras formas de pago al momento de realizar los servicios, teniendo en cuenta las apps de bancas móviles de bancos como yape, lukita, tunki.

VIII. Referencias Bibliográficas

- Achaya, H. (2017). *Aplicación del Método de Proyectos en el Fortalecimiento de las Competencias Laborales de los Estudiantes del Ciclo Básico de la Familia Profesional de Hostelería y Turismo del CETPRO PROMAE Magdalena – 2016. (tesis Inedita)*. Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle
- Alvarado, P. (2013). *Programa de capacitación basado en Competencias Laborales para el Personal del Departamento de Talento Humano de la Empresa mi Ángel. (Tesis Inédita)*. Universidad de Guayaquil.
- Anca, H. (2015). *Calidad de servicio y lealtad del consumidor en instituciones financieras de la ciudad de Tingo María 2015. (Tesis Inédita)*. Universidad Nacional Agraria de la Selva, Tingo María, Perú.
- Ayra, N. (2016). *benchmarking y la calidad de servicio de los restaurantes en la ciudad de huánuco-2016. (Tesis Inedita)*. Universidad de Huanuco.
- Bahia, A. (2000). Servicios financieros. Obtenido de Enciclopedia financiero
- Buján, A. (19 de junio de 2018). *Servicios financieros*. Obtenido de Enciclopedia financiero
- Camisón, C. (2006). *Gestión de calidad: Conceptos, enfoques, modelos y sistemas n– 2017. (Tesis inédita)*. Universidad Nacional Agraria de la Selva, Tingo María, Perú
- Carrion, R. (2019). *Calidad de servicio y lealtad del cliente en la entidad bancaria mi banco sucursal Huancayo Matriz – 2017*. Pearson Educación, s. A. Madrid. España.
- Chiavenato, I. (2006). *Introducción a la Teoría General de la Administración. Mexico: McGraw Hill Educación*
- Crosby P. B, (1988). *La organización permanentemente exitosa*. México, McGraw Hill.
- Dominguez, J. (2018). *Análisis de la calidad de los servicios en línea y la satisfacción de los clientes del Banco Internacional de la ciudad de Guayaquil. (Tesis inédita de maestría)*. Universidad Católica De Santiago de Guayaquil, Guayaquil, Ecuador.

- Flores, J. (2018). *Calidad del Servicio y la Satisfacción del cliente de la empresa de transporte Huapaya S.A – 2018*. (Tesis Inedita). Universidad Autonoma del Peru, Lima, Peru.
- Galviz G. (2011). *Calidad en la gestión de servicios*. Maracaibo, Venezuela: Fondo Editorial Biblioteca Universidad Rafael Urdaneta.
- García, F. (2015). *Efectos de la gestión de la calidad en la innovación y en los resultados operativos y financieros*. España, Alicante.
- García, M. (2011). *Gestión de la atención al cliente/consumidor*. Nueva York: McGraw Hill.
- Garvin, D. (1988). *Managing Quality*. New York: The Free Press.
- Gosso, F. (2010). *Hipersatisfacción del cliente*. Nueva York: McGraw Hill.
- Gronroos, C (1984). *Marketing y gestión de servicios: La gestión de los momentos de la verdad y la competencia en los servicios*. Madrid: Díaz de Santos.
- Heras, Inaki (2008). *Gestión de la Calidad y Competitividad de las empresas de la CAPV*. Editorial Publicaciones de la Universidad de Deusto. Bilbao, España.
- Hernández, Fernández & Baptista, (2001). *Diseños no experimentales*. Editorial Mc Graw Hill. México.
- Kuo et al. A. (2012). *Servicios financieros*. Obtenido de Enciclopedia financiero
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Fundamentos de marketing* (Octava ed.). México: Pearson Educación.
- López, B y Recio, H. (1998). *Creatividad y Pensamiento Crítico*. (1ra. ed). México: Trillas.
- Navarro, E., & Muñoz, R. (2015). *Gestión comercial de productos y servicios financieros y los canales complementarios*. España: Ediciones Paraninfo S.A.
- Oliver, R. (1997). *Satisfacción una perspectiva sobre el consumidor*. Nueva York: McGraw Hill.

- Parasuraman A; Zeithaml, V. A, & Berry, L. (1992). *Calidad total en la gestión de servicios: cómo lograr el equilibrio entre las percepciones y las expectativas de los consumidores*. Editorial: Ediciones Díaz de Santos. Madrid – España.
- Pita, J. (1999). *Productos y servicios en banca*. Ciudad Real
- Porter, m. (1995): *Ser competitivos*, Ediciones Deusto, Bilbao.
- Prieto, J. (2010). *Gerencia del servicio la clave para ganar todos (2a ed.)*. Bogotá, Colombia: Eco ediciones.
- Quiñones, M.R. (2016). *Modelo para la gestión competitiva de las pequeñas y medianas empresas (PYMES) comerciales ecuatorianas*. (tesis Inédita). Universidad de oriente - CUBA
- Quispe, O., Maza, W. (2018). *Calidad de servicio y satisfacción del cliente en la empresa G y C Imperial Cargo SRL – Cuzco 2017*. (Tesis Inédita). Universidad Peruana Unión, Lima, Perú.
- Rivera, S. (2019) *La calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la empresa Greenandes Ecuador* (Tesis de Maestría Inédita). Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Ecuador
- Riveros, S. P. (2007). *Sistema de Gestión de la Calidad del Servicio*. Bogota: Ecoe.
- Sander, B. (2002). *Gestión y administración de los sistemas educacionales: Problemas y tendencias*. Revista Educación: Interamericana de Desarrollo Educativo.
- Santamaría, Olga. (2016) *Análisis de la calidad del servicio posventa y la satisfacción de clientes de los concesionarios de la industria automotriz en Colombia* (Tesis de Maestría Inédita). Universidad Nacional de Colombia, Bogota, Colombia.
- Seclén P., & J. Darras C. (2005). *Satisfacción de usuarios de los servicios de salud: factores sociodemográficos y de accesibilidad asociados*. Scielo Perú. Lima – Perú.
- Sovero, S. F. P. (2015). *La calidad de servicio y su influencia en la fidelidad de los clientes, Caso Contacom SIC E.I.R.L. En Huancayo Metropolitano – 2014*. (Tesis de Inédita). Universidad Nacional del centro del Perú.
- Schuurman, h. (1997): *Quality management and competitiveness. The diffusion of the ISO 9000 standards in Latin america and recommendations for government*

strategies, Naciones Unidas, División de Producción, Productividad y Management, Santiago de Chile, Chile.

Tolentino, J. (2019). *Los servicios Financieros y la satisfacción de los clientes en las entidades financieras de la ciudad de Tingo María*. (Tesis Inédita). Universidad Nacional Agraria de la Selva, Tingo María, Perú.

Trujillo, R. (2015). *Fortalecimiento de las Competencias Laborales y la Competitividad Financiera en el Banco de la Nación Agencia "A" Huánuco - Año 2015*. (Tesis Inédita). Universidad Nacional Hermilio Valdizán

Valdiviezo, Z. (2017). *Calidad de servicio y la satisfacción del cliente en el área de operaciones del banco de crédito del Perú, Agencia Piura 2016*. (Tesis Inédita). Universidad Nacional de Piura, Piura, Peru.

Valdiviezo, Z. (2017). *Calidad de servicio y satisfacción del cliente en Área De operaciones el banco de crédito del Perú – Agencia Piura 2016*. (Tesis de Inédita). Universidad Nacional de Piura.

Vavra, T. (2002). *Cómo medir la satisfacción del cliente según la ISO 9001:2000*. Madrid, España: FC Editorial

Zeithaml, Parasuraman & Berry, (1993). *Calidad total en la gestión de servicios: Como lograr el equilibrio entre las percepciones y expectativas de los consumidores*. Madrid, España: Ediciones de Díaz Santo.

Anexos
Anexo 1 . Cuestionario

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE

FACULTAS DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**ENCUESTA PARA MEDIR LA GESTIÓN DE CALIDAD Y SU INFLUENCIA EN LA
RECUPERACIÓN ECONÓMICA DE LAS MYPES DEL SECTOR RESTAURANTES**

INSTRUCCIONES

Tenga usted un buen día; solicitamos de su gentil colaboración para responder el siguiente cuestionario sobre el LA GESTIÓN DE CALIDAD Y SU INFLUENCIA EN LA RECUPERACIÓN ECONÓMICA DE LAS MYPES DEL SECTOR RESTAURANTES EN ÉPOCA DE COVID-19 EN LA CIUDAD DE TINGO MARÍA – HUÁNUCO, 2020”. Responda de manera sincera y con libertad cada pregunta, (marque con una “x” la alternativa que usted crea correspondiente y llenar la respuesta en caso que la pregunta lo requiera por cada ítem):

N°	ITEMS	Si	Indiferente	No
1	¿Usted tiene la capacidad de realizar su trabajo según las condiciones actuales?			
2	¿La rentabilidad ha variado según las condiciones actuales?			
3	¿Se ha incrementado la competencia en las condiciones actuales?			
4	¿Si realizas un buen trabajo el resultado es favorable?			
5	¿Sus costos de producción se han mantenido estables en los últimos meses?			
6	¿La calidad de sus productos se ha mantenido en los últimos meses?			
7	¿Usted cree que existe desconfianza de parte de los clientes al momento de la atención?			
8	¿Usted ha implementado los protocolos de sanidad?			
9	¿Su personal se encuentra capacitado en el manejo del producto?			
10	¿Ha aplicado nuevas estrategias para atraer clientes?			
11	¿Ha implementado valor agregado en la elaboración y entrega de su producto?			
12	¿En los últimos meses ha variado la cantidad de sus colaboradores?			
13	¿Los colaboradores que labora con usted son permanentes?			
14	¿Invirtió en la implementación del plan sanitario?			
15	¿Invirtió para ampliar su servicio?			
16	¿En los últimos meses la frecuencia de clientes se ha incrementado?			
17	¿Sus pagos que realizan los clientes son solo en efectivo?			

Anexo 2. Validación de cuestionario


UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

VALIDACION DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACION.

Título de la Investigación: La gestión de calidad y su influencia en la recuperación económica de los MYPES del sector restaurantes en época de covid-19 en la ciudad de Tingo María - Huánuco, 2020*

DATOS INFORMATIVOS DEL EXPERTO VALIDADOR

Apellidos y Nombres : MAYTA MOLINA CARLOS WALTER
 Cargo o Institución donde labora : DOCENTE - UNAS
 Nombre del Instrumento de Evaluación : CUESTIONARIO
 Teléfono : 962992969
 Lugar y fecha : TINGO MARIA - 26 DE OCTUBRE DEL 2020
 Autor del Instrumento : CHUMAN IGLESIAS JORGE LUIS

I. ASPECTOS DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO:

Indicadores	Criterios	Valoración	
		SI	NO
Claridad	Los indicadores están formulados con un lenguaje apropiado y claro.	X	
Objetividad	Los indicadores que se están midiendo están expresados en conductas observables.	X	
Contextualización	El problema que se está investigando está adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.	X	
Organización	Los ítems guardan un criterio de organización lógica.	X	
Cobertura	Abarca todos los aspectos en cantidad y calidad.	X	
Intencionalidad	Sus instrumentos son adecuados para valorar aspectos de las estrategias.	X	
Consistencia	Sus dimensiones e indicadores están basados en aspectos teórico científicos.	X	
Coherencia	Existe coherencia entre los indicadores y las dimensiones de su variable.	X	
Metodología	La estrategia que se está utilizando responde al propósito de la investigación.	X	
Oportunidad	El instrumento será aplicado en el momento oportuno o más adecuado.	X	

II. OPINION GENERAL DE LOS INSTRUMENTOS: APLICAR EL INSTRUMENTO TAL COMO SE INDICA EN SU CONTENIDO

III. RECOMENDACIONES:

Huánuco, 26 DE OCTUBRE de 2020



 Firma del experto
 DNI :20041936
 CLAD: 01327



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

VALIDACION DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACION.

Título de la Investigación: La gestión de calidad y su influencia en la recuperación económica de las MYPES del sector restaurantes en época de covid-19 en la ciudad de Tingo María – Huánuco, 2020”.

DATOS INFORMATIVOS DEL EXPERTO VALIDADOR

Apellidos y Nombres : ANGULO CACHIQUE NILSON
 Cargo o Institución donde labora : DOCENTE
 Nombre del Instrumento de Evaluación : CUESTIONARIO
 Teléfono : 999030725
 Lugar y fecha : TINGO MARIA – 26 DE OCTUBRE DEL 2020
 Autor del Instrumento : CHUMAN IGLESIAS JORGE LUIS

I. ASPECTOS DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO:

Indicadores	Criterios	Valoración	
		SI	NO
Claridad	Los indicadores están formulados con un lenguaje apropiado y claro.	X	
Objetividad	Los indicadores que se están midiendo están expresados en conductas observables.	X	
Contextualización	El problema que se está investigando está adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.	X	
Organización	Los ítems guardan un criterio de organización lógica.	X	
Cobertura	Abarca todos los aspectos en cantidad y calidad.	X	
Intencionalidad	Sus instrumentos son adecuados para valorar aspectos de las estrategias.	X	
Consistencia	Sus dimensiones e indicadores están basados en aspectos teórico científicos.	X	
Coherencia	Existe coherencia entre los indicadores y las dimensiones de su variable.	X	
Metodología	La estrategia que se está utilizando responde al propósito de la investigación.	X	
Oportunidad	El instrumento será aplicado en el momento oportuno o más adecuado.	X	

II. OPINION GENERAL DE LOS INSTRUMENTOS: APLICAR EL INSTRUMENTO TAL COMO SE INDICA EN SU CONTENIDO

III. RECOMENDACIONES:


 Mgtr. Nilson Angulo Cachique
 GLAD. 0402-CPP#-0460422

Huánuco, 26 DE OCTUBRE de 2020

Firma del experto
 DNI 23015275