



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

**CALIDAD DE SERVICIO DE LAS MYPES, SECTOR
SERVICIO, RUBRO RESTAURANTES: CASO “LOS
DELFINES” – PUERTO PIZARRO – TUMBES, AÑO 2020.**

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

AUTOR

CHICA VICENTE ANGGE BANESSA

ORCID: 0000-0003-1986-8371

ASESOR

ESCOBEDO GÁLVEZ, JOSÉ FERNANDO

ORCID: 0000-0002-6443-1497

TUMBES – PERÚ

2020

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

Chica Vicente, Angge Banessa

ORCID: 0000-0003-1986-8371

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

ASESOR

Escobedo Gálvez, José Fernando

ORCID: 0000-0002-6443-1497

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

JURADO

Guerrero García, Galvani

ORCID: 0000-0003-1038-1866

Aguilar Chuquizuta, Darwin Ebert

ORCID: 0000-0001-6721-620X

Villarreyes Guerra, Domingo Miguel

ORCID: 0000-0001-6769-1959

HOJA DE FIRMA DEL JURADO Y ASESOR

MGTR. GALVANI GUERRERO GARCÍA
PRESIDENTE

MGTR. DARWIN EBERT AGUILAR CHUQUIZUTA
MIEMBRO

MGTR. DOMINGO MIGUEL VILLARREYES GUERRA
MIEMBRO

MGTR. JOSÉ FERNANDO ESCOBEDO GÁLVEZ
ASESOR

AGRADECIMIENTO

A la ULADECH – Católica por formarnos como profesionales.

A las MyPes, por permitirme realizar mi investigación.

Al DTI Escobedo Gálvez, José F. por sus enseñanzas y su involucramiento en mi investigación.

DEDICATORIA

A mis padres, hermanos, esposo, mi hija, por ser mi motivo, impulso de superación.

RESUMEN

El estudio tuvo por objetivo de investigación determinar el nivel de calidad de servicio de las MyPes, sector servicio, rubro restaurantes: Caso “Los Delfines” – Puerto Pizarro – Tumbes, año 2020. Con un problema de investigación: ¿Cómo se caracteriza la calidad de servicio de las MyPes, sector servicio, rubro restaurantes: Caso “Los Delfines” – Puerto Pizarro – Tumbes, año 2020? Con una metodología de investigación de tipo cuantitativo, nivel descriptivo y diseño no experimental, con una población de 1 MyPes dedicada al servicio de restaurantes - Tumbes, 2020, y una muestra de 5 trabajadores, aplicando encuestas como instrumento de recolección de datos mediante utilización de la escala SERVQUALING; la cual presenta fiabilidad general tiene un Alfa de Cron Bach de 0.935, el cual consta de 22 preguntas y 5 dimensiones (*dimensión instalaciones = 5 preguntas; dimensión personal = 5 preguntas; dimensión satisfacción = 4 preguntas; dimensión servicios = 4 preguntas; y dimensión imagen = 4 preguntas*), las cuales tienen 5 opciones de respuesta en escala de Likert (1= muy malo, 2 = malo, 3 = regular, 4 = bueno, 5 = muy bueno), se concluyó El servicio que se ofrece en el restaurant “Los Delfines” es un producto ya sea de pescado o marisco, la que se prepara cautelosamente y con dedicación para ofrecer los platos exquisitos, generando fidelidad en el cliente.

Palabras claves: Calidad de servicio y MyPes.

ABSTRACT

The purpose of the study was to determine the level of service quality of the MyPes, service sector, restaurant business: Los Delfines Case "- Puerto Pizarro - Tumbes, year 2020. With a research problem: How is the quality of MyPes service, service sector, restaurant business: "Los Delfines" case - Puerto Pizarro - Tumbes, year 2020? With a quantitative research methodology, descriptive level and non-experimental design, with a population of 1 MyPes dedicated to the service of restaurants - Tumbes, 2020, and a sample of 5 workers, applying surveys as an instrument of data collection using the SERVQUALING scale; which presents general reliability, has a Cron Bach Alpha of 0.935, which consists of 22 questions and 5 dimensions (facilities dimension = 5 questions; personal dimension = 5 questions; satisfaction dimension = 4 questions; services dimension = 4 questions; and dimension image = 4 questions), which have 5 response options on a Likert scale (1 = very bad, 2 = bad, 3 = fair, 4 = good, 5 = very good), the service offered in the restaurant "Los Delfines" is a product of either fish or seafood, which is prepared cautiously and with dedication to offer exquisite dishes, generating customer loyalty.

Keywords: Quality of service and MyPes.

ÍNDICE

TÍTULO.....	i
EQUIPO DE TRABAJO	ii
HOJA DE FIRMA DEL JURADO Y ASESOR	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DEDICATORIA	v
RESUMEN	vi
ABSTRACT	vii
ÍNDICE.....	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. REVISIÓN DE LITERATURA.....	5
2.1. Antecedentes	5
2.1.1. Antecedentes internacionales	5
2.1.2. Antecedentes nacionales.....	7
2.1.3. Antecedentes locales.....	8
2.2.1. Calidad de servicio	10
2.2.2. MyPes	16
2.2.3. Restaurantes.....	17
2.2.4. Trabajador.....	17
III. HIPÓTESIS	19
IV. METODOLOGÍA.....	20
4.1. Diseño de investigación	20
4.2. Población y muestra.....	20
4.3. Definición y operacionalización de variables	20
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	22
4.5. Plan de análisis.....	22

4.6.	Matriz de consistencia	22
4.7.	Principios éticos	25
V.	RESULTADOS	26
5.1.	Resultados	26
5.2.	Análisis de resultados	33
5.2.1.	Respecto a las características sociodemográficas de los trabajadores:.....	33
5.2.2.	Respecto a las características las MyPes:	33
5.2.3.	Respecto a las características de calidad de servicio:.....	33
VI.	CONCLUSIONES.....	36
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	38
	ANEXOS	43
	Anexo 01: Encuesta	43
	Anexo 02: Matriz de ítems	46
	Anexo 03: Turnitin	47

I. INTRODUCCIÓN

En México se realizó una investigación respecto a la calidad de servicio en los restaurantes proponiendo determinar estrategias para seguir mejorando; e impactar la productividad y aumentar la calidad en el servicio por parte de los trabajadores dependiendo su jerarquía. (Paredes, Acle, Sosa, & Vega, 2019)

En Ecuador se realizó una investigación respecto a la calidad de servicio en los restaurantes, demostrando que hoy es una ventaja altamente competitiva y así lograr éxito, logrando satisfacción en clientes por el servicio ofrecido, los colaboradores forman parte de ella. (Villalba, 2016)

En Venezuela se realizó una investigación respecto a la calidad de servicio en los restaurantes de comida rápida; su calidad de volvió importante por la competencia captando gran número de cliente, su crítica ayuda a mejorar las debilidades del negocio. (Morillo & Landaeta, 2016)

En Colombia se realizó una investigación respecto a la calidad de servicio en los restaurantes como herramienta para utilizarla en el desarrollo y mejoramiento del negocio; ya que cuenta con nivel alto de posicionamiento de su rubro en el mercado.(Clavijo, 2017)

Además, en Huánuco– Perú se realizó un estudio de calidad de servicio de restaurantes influye la asistencia de clientes, ya que la organización tiene capacitados a sus trabajadores logrando que el cliente regrese a consumir y se logra satisfacción en ellos. (Bueno & Cervera, 2015)

En Lima – Perú se realizó un estudio de calidad de servicio de restaurantes con la expectativa de como el cliente espera y desea el servicio, en todo negocio el pilar importante es el cliente logrando plenamente su satisfacción. (Salazar & Cabrera, 2016)

Cabe mencionar que en Lima – Perú se realizó un estudio de calidad de servicio de restaurantes afectando a los clientes, por deficiencia en el servicio, sistemáticamente la empresa no cumple con estandarizaciones que podría mejorar su posicionamiento e imagen en el mercado (Sánchez, Erazo, Casariego, & Encinas, 2015)

En Huancayo – Perú se realizó un estudio de calidad de servicio de restaurantes encontrando problemática por los altos mandos del negocio, no percatan de cómo es la percepción de sus trabajadores hacia sus clientes, lo que demanda su calidad de servicio. (Pahuacho, 2015)

Además, en Tumbes se realizó un estudio de calidad de servicio de restaurantes orientada al compromiso que tienen los colaboradores y dueño; hacia al cliente, presentan deficiencia al no brindar servicio de calidad, percibiendo un nivel bajo de satisfacción. (Cuenca, 2019)

En Pampas de Hospital – Tumbes se realizó un estudio de calidad de servicio de restaurantes factor que mayormente destaca por lo que involucra la fidelidad del cliente logrando rentabilidad para el negocio por mostrar buena atención, cumpliendo expectativas y necesidades del cliente (Pintado, 2018)

En Tumbes se realizó un estudio gestión de calidad en relación al servicio que se brinda en restaurantes, logra posición en el mercado gracias al servicio ofrecido, mostrando calidad de servicio al consumidor y ocasionar satisfacción en ellos. (Ortiz, 2018)

En Tumbes se realizó un estudio de calidad de servicio de restaurante; el negocio que cumple estándares logra éxito así este poco tiempo en el mercado, brindado un buen servicio, buena atención, lo que aumenta consumidores logrando su satisfacción. (Delgado, 2015)

Para definir el problema se planteó la siguiente interrogante de investigación ¿Cuál es nivel de calidad de servicio de las MyPes, sector servicio, rubro restaurantes: Caso “Los Delfines” – Puerto Pizarro – Tumbes, año 2020? Así mismo, se formuló el objetivo general de investigación: Determinar el nivel de calidad de servicio de las MyPes, sector servicio, rubro restaurantes: Caso Los Delfines” – Puerto Pizarro – Tumbes, año 2020. Y objetivos específicos: Determinar el nivel que se encuentran las instalaciones de las MyPes, sector servicio, rubro restaurantes: Caso Los Delfines” – Puerto Pizarro – Tumbes, año 2020. Determinar el nivel que presenta el personal docente en las MyPes, sector servicio, rubro restaurantes: Caso Los Delfines” – Puerto Pizarro – Tumbes, año 2020. Determinar el nivel de satisfacción de los docentes en las MyPes, sector servicio, rubro restaurantes: Caso Los Delfines” – Puerto Pizarro – Tumbes, año 2020. Determinar el nivel de los servicios educativos en las MyPes, sector servicio, rubro restaurantes: Caso Los Delfines” – Puerto Pizarro – Tumbes, año 2020. Determinar el nivel que presenta la imagen de las MyPes, sector servicio, rubro restaurantes: Caso Los Delfines” – Puerto Pizarro – Tumbes, año 2020.

El trabajo se ha de justificar en los fundamentos teóricos por lo que nos permite que ampliemos nuestro conocimiento en cuanto a calidad de los servicios; se justifica metodológicamente, por lo que proporciona instrumentos que recolectan información para posterior a ello la aplicada el método estadístico al momento de elaborar cada tabla y grafico; a través de tipos descriptivos, niveles cuantitativos y diseños no experimentales. Se justifica socialmente lo que hará que se beneficie cada dueño de cada MyPe ya que, es desarrollado responsablemente hacia los ámbitos empresariales en búsqueda de poder obtener

ingresos rentables. Mi investigación permitirá optar el título profesional de Licenciada en Administración.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. Antecedentes

2.1.1. Antecedentes internacionales

(Lopez, 2018) En su investigación “*Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy’s de la ciudad de Guayaquil*” Tuvo como objetivo general determinar la relación de la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes del restaurante Rachy’s de la ciudad de Guayaquil.; con una metodología se basó en un enfoque mixto, en lo cuantitativo se seleccionó un modelo Servqual; aplicando la obtención de la información se la realizó a través de encuestas dirigidas a los clientes que consumen en el restaurante Rachy’s como instrumento de recolección de datos; se concluyó que existe una insatisfacción con las dimensiones respuesta inmediata y empatía. Se pudo evidenciar que existe una correlación positiva entre la calidad de servicio y la satisfacción al cliente. no se encuentran capacitados y el restaurante cuenta con pocos empleados y esto hace que el servicio no sea rápido.

(Aviles & Cedeño, 2018) En su investigación “*Diseño de un Modelo de Gestión de Calidad de Servicio al Cliente para el restaurante “La Finquita”.*” Tuvo como objetivo general Diseñar un modelo de Gestión de calidad de servicio al cliente mediante estrategias que permitan incrementar las ventas del restaurante “La Finquita” en la Ciudad de Guayaquil”; con una metodología que se usa en esta investigación es de tipo descriptiva y correlacional, ya que se debe determinar de una forma específica como se desarrollan las actividades en el local y como se relacionan las variables entre sí. El enfoque de esta tesis es mixto, ya que incluye la investigación cualitativa

y cuantitativa puesto que se necesita analizar la calidad percibida por los clientes; Mediante encuestas se conoce la calidad percibida por el cliente, una población y muestra de 121 personas, como instrumento de recolección de datos; se concluyó que Finalmente, mediante el análisis de los resultados y conociendo que las ventas dependen muy estrechamente con la calidad del servicio al cliente, se determina que el modelo de gestión de calidad aplicado al restaurante será una contribución significativa para la mejora continua y el crecimiento de las ventas a futuro en este establecimiento.

(Da Silva, 2014) En su investigación “*Satisfacción del cliente con la calidad de servicio del Restaurante O Navegante del Club Centro Portugués, ubicado en Caracas – Venezuela* ” Tuvo como objetivo general es evaluar la satisfacción del cliente con la calidad de servicio del Restaurante O Navegante del Club Centro Portugués, ubicado en Caracas–Venezuela.; con una metodología con diseño de investigación mixto, que es tanto de campo como documental, y a su vez no experimental, teniendo como muestra representativa, a los clientes internos y externos del Restaurant, seleccionados intencionalmente. Los mismos fueron sometidos a las diferentes técnicas de recolección de datos, como instrumento de recolección de datos; se concluyó Finalmente y se formuló como propuesta, un programa de mejora continua para optimizar la calidad de servicio del Restaurante O Navegante, por medio de diferentes fases, controladas y administradas por expertos, con el objetivo de mejorar y mantener una buena calidad de servicio, superando las expectativas del cliente.

2.1.2. Antecedentes nacionales

(Modesto, 2017) En su investigación “*Calidad de servicio y su relación con la satisfacción de los clientes de la empresa de transporte terrestre de pasajeros GM internacional SAC – Huánuco. 2017.*” Tuvo como objetivo general es determinar la relación de la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la empresa de Transportes terrestres de pasajeros GM Internacional SAC – Huánuco. 2017; con una metodología de tipo nivel cuantitativo, y diseño transaccional – correlacional; aplicando encuesta por cuestionario a una población y muestra que fue 282 clientes., como instrumento de recolección de datos; se concluyó que Se determinó la relación significativa entre la calidad de servicio y satisfacción de los clientes de la empresa de Transportes terrestres de pasajeros GM Internacional SAC, debido a la sofisticación de cliente en satisfacer cada vez nuevas necesidades.

(Coronel, 2016) En su investigación “*Calidad de Servicio y grado de Satisfacción del cliente en el Restaurant Pizza Hut en el centro comercial Mega plaza Lima; 2016*” Tuvo como objetivo general Determinar la calidad del servicio y el grado de satisfacción del cliente en el Restaurant Pizza Hut del centro comercial Mega plaza-lima 2016; con una metodología de tipo descriptiva – correlacional; aplicando un instrumento de elaboración propia a una población y muestra de un total de 356 comensales, como instrumento de recolección de datos; se concluyó que existe relación significativa entre calidad de servicio y grado de satisfacción del cliente en el restaurant Pizza Hut en el centro comercial Mega Plaza Lima.

(Redhead, 2015) En su investigación “*Calidad de servicio y satisfacción del usuario en el Centro de Salud Miguel Grau Distrito de Chaclacayo 2013.*”

Tuvo como objetivo general de establecer la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario del centro de salud “Miguel Grau” de Chaclacayo, en el año 2013; con una metodología de tipo transeccional y, nivel descriptivo correlacional. Para y diseño de investigación no experimental; aplicando el cuestionario de satisfacción del cliente externo a una población y muestra de 317 de clientes externos del Centro de Salud “Miguel Grau” de Chaclacayo, como instrumento de recolección de datos; se concluyó que con esta tesis que sí existe una relación directa y significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario, de los usuarios del Centro de Salud “Miguel Grau” de Chaclacayo, 2013.

2.1.3. Antecedentes locales

(Leon, 2020) En su investigación *“Calidad de Servicio de las Mypes, Sector Servicio, Rubro Restaurantes - Caso: “Restaurant Cevichería Gabino” – Distrito De Corrales, Tumbes 2019.”* Tuvo como objetivo general Determinar la calidad de servicio de las MyPes, sector servicio, rubro restaurantes - caso: “Restaurante Cevichería Gabino” – distrito de Corrales, Tumbes 2019; con una metodología de investigación de tipo cuantitativo, nivel descriptivo y diseño no experimental, con una población de 1 MyPes dedicada al servicio de alimentación en Corrales - Tumbes, 2019, y una muestra de 5 trabajadores, aplicando encuestas como instrumento de recolección de datos mediante utilización de la escala SERVQUALING, como instrumento de recolección de datos; se concluyó que se concluyó que el personal que labora en el restaurant cevichería “Gabino” no recibe capacitaciones para poder brindar una calidad de atención personalizada e idónea para los clientes, no cuentan con preparaciones previas respecto a los platos ofrecidos a los comensales, no

visten un uniforme determinado que los diferencie de cada área de trabajo dentro de la organización y un carnet de identificación.

(Mondragon & Silva, 2019) En su investigación *“Calidad de servicio, como estrategia de marketing en el Restaurant campestre "El Huerto del sabor" de la localidad de San Juan de la virgen - Tumbes - 2016.”* Tuvo como objetivo general mejorar la calidad del servicio como estrategia de marketing; con una metodología de diseño No Experimental - Transversal. A nivel Descriptiva y se aplicó los métodos Inductivo- Deductivo y Analítico- Sintético. Se aplicó la técnica de cuestionario a través de una encuesta a 80 comensales aleatoriamente, de diferentes edades y estatus social, como instrumento de recolección de datos; se concluyó que cuyos resultados han servido como pilar para brindar soluciones en la elaboración de una propuesta de gestión en la cual se plantean se debe de dar énfasis en temas puntuales que marcan diferencia; como el uniforme de los trabajadores, una carta impresa, merchandising, publicidad en los diferentes medios y una serie de estrategias efectivas para el restaurante en este proyecto de tesis.

(Chiquinta, 2015) En su investigación *“Evaluación de la Calidad de servicio del restaurante "Globo Negocios" de la ciudad de Tumbes, Utilizado estándares derivados de las buenas prácticas, en el año 2014”* Tuvo como objetivo general evaluar la calidad y servicio del restaurante “Globo Negocios” de la ciudad de Tumbes utilizando estándares derivados de las buenas prácticas; con una metodología de tipo cuantitativa se realizó a través del cuestionario aplicado al personal que labora en la empresa;, como instrumento de recolección de datos; se concluyó que el personal que conforma el equipo de trabajo de la empresa, no cuenta con la preparación

necesaria para desempeñarse en un restaurante eso debido a la escasa capacitación que se les brinda, y por lo que en su mayoría su formación llega hasta la educación secundaria, y solo en un 44 % cuenta con estudios superiores .por otro lado no existe una supervisión y dirección constante y se llevan a cabo capacitaciones en forma permanente a cargo del administrador. Al ser evaluado de forma global, el restaurante “Globo negocios” cumple con un porcentaje bastante significativo; 80.22 % de los estándares son cumplidos en la empresa, lo que hace de éste restaurante, brinde un servicio y productos de calidad a sus clientes; quedando solo algunos estándares que mejorar en lo referente a algunos estándares de calidad sobre todo en el aspecto administrativo, ambiental y socio cultural.

2.2. Bases teóricas y conceptuales

2.2.1. Calidad de servicio

2.2.1.1. Definición:

Entendemos el termino Calidad de servicio con un conjunto de elementos evidentes que son fundamentales para satisfacer las necesidades del cliente, principalmente nos referimos al buen trato entre empleado y cliente, seguidamente a la presentación del producto o servicio ofrecido al consumidor o cliente, de considera una serie de evaluaciones con el fin de lograr el desarrollo de la empresa. (Izquierdo, 2019)

Forma parte del aspecto fundamental del progreso y desarrollo de grupos tales como el sector Hotelero, Servicio de restaurante, líneas de ingresos comerciales, Etc. Cabe mencionar que una de las habilidades esenciales es brindar un excelente de servicio consiste en constantemente preparar y

capacitar al personal con el fin de brindar un buen servicio al consumidor. (Cardenas, 2016)

Se considera calidad de servicio a la manera positiva en que se analizan las funciones que realiza un empleado ya sea de un rubro comercial o industrial, las empresas optan por comenzar mejoras de calidad en el servicio con el fin de satisfacer las necesidades del consumidor. (Onton, Mendoza, & Ponce, 2010)

2.2.1.2. Características:

Calidad de servicio cuenta con diversas características las cuales mencionamos a continuación: Debe existir confiabilidad ya que es la capacidad de desarrollar un buen servicio libre de errores, debe contar con un nivel de respuesta es decir proporcionar primeros auxilios de manera rápida, debe existir competencia quiere decir posicionarse de habilidades para brindar un mejor servicio, un servicio debe ir de la mano de la cortesía brindando un buen trato, debe existir comunicación principalmente por que el proveedor brinda la información importante al cliente, contar con un aspecto tangible es decir la apariencia física ya sea del empleado como también de la misma empresa brindando una mejor imagen, al mismo tiempo se caracteriza por ser un servicio intangible. (López & Serrano, 2001)

2.2.1.3. Principios

Los principios fundamentales dentro de la calidad de servicio son los siguientes: Primero el servicio quien los identifica es el cliente o consumidor es decir debe ser el único que juzgue la calidad o el trato; segundo en todo momento dar más de lo que se pueda brindar, mostrando un alto nivel de

excelencia; tercero toda empresa debe conocer los deseos de los clientes es decir ser competitivo, también llevando a cabo gestiones donde supere las expectativas del cliente, como sabemos la calidad de servicio es un producto intangible se deben definir normas para lograr nuevos objetivos y por ultimo está prohibido brindar un servicio medio. Todo servicio tiene que ser excelente. (Martinez, 2006)

2.2.1.4. Teoría

Esta Teoría menciona que el termino calidad de servicio encabeza como concepto en la escuela norte europea la cual menciona que es fundamental la parte tridimensional. la forma más correspondiente de medir que nivel de calidad de servicio brindado es sabiendo la opinión de los clientes, es decir que los clientes determinaran cual es nivel de servicio que presenciaron. Teóricamente existen estudios que miden cual es el objetivo y elementos principales que afectan la naturaleza de la calidad de servicio, uno de los modelos mencionados seria el modelo SERVQUAL. (Saavedra, 2007)

2.2.1.5. Dimensiones:

2.2.1.5.1. Infraestructura

El termino Instalación proviene del acto colocar e instalar, o entablar algo en un lugar. pero como vemos este término también los asociamos al grupo de componentes establecidos en un espacio que brindan la disposición para llevar a cabo una actividad definida. (Perez, 2018)

La definición de Instalación hace referente a una conformación de masa que distintos tamaños que tiene como objetivo disponer para uso particular, cabe mencionar que si hablamos de instalación nos referimos a componentes

ficticios, por lo general nos referimos al verbo instalar, pero en este caso hablamos de instalaciones que son de uso para exponer obras, arte, etc. (Bembibre, 2010)

La instalación se define como un invento tecnológico que muestra una imagen fuerte; comentamos que las instalaciones corrientes son las que vemos en las edificaciones tipológicas, se manifiesta que mayormente se incorporan en los puntos arqueológicos los mismos que son usados para brindar servicio de algún negocio. (Martín, 2006)

2.2.1.5.2. Personal

Esta definición lo asociamos como una disciplina dentro de los términos de Administración, pero actualmente esta definición cambio y es nombrada como Capital Humano, talento humano o Gestión de talento debido a que paso a ser utilizado de manera importante dentro de las empresas y a formar parte esencial de un desarrollo organizacional. (Alles, 2011)

Recursos Humanos o más llamado Talento humano está determinado como una fase disciplinaria que abarca diversas ramas de la Administración, profesionalmente podemos definir que recursos humanos se refiere a la forma física de cada empleado en la empresa, cabe mencionar que esta área brinda seleccionar a sus trabajadores orientándolos, brindando capacitación, evaluación y remuneración, desempeña un papel importante en cada organización. (Granjo, 2008)

Lo definimos como un conjunto de personas con diversas funciones con el fin de lograr objetivos, es un área importante ya que maneja la contratación de nuevos talentos, pero en realidad es un departamento que realiza Gestión y

Administración dentro de la empresa, desempeña las funciones de organizar, maximizar y aumentar la productividad. (Noe & Wayne, 2005)

2.2.1.5.3. Servicios

Se define como un procedimiento de diferentes niveles complejos que tienen como iniciativa la entrada de productos, un servicio es el efecto de realizar, aunque sea una acción de intercambiar interacción entre el suministrador y el cliente, regularmente podemos determinar que nos referimos a un producto intangible. (Atencio & Gonzales, 2007).

Según este autor menciona que el servicio no solo busca ser una ventaja competitiva si no una manera de transformar de manera positiva el trato de las personas, existen procesos que las empresas utilizan en su totalidad lo que ocasiona una ampliación de su servicio, con la finalidad de contribuir un mejor desarrollo. (Vargas & Aldana, 2007)

El término servicio lo definimos como un elemento fundamental e impredecible que debe contar la empresa, se constituye en el núcleo de atracción primordial y pieza clave en el éxito o fracaso de la organización, el servicio es algo que constantemente debe mejorar para generar satisfacción en el cliente ayudando al crecimiento laboral. (Paz, 2005)

2.2.1.5.4. Imagen

La definición de imagen se ha visto muy estudiada en entorno de literatura, lo definimos de manera en que nos identifiquemos, podemos relacionarla como una imagen corporativa o parte de una marca de un producto, la imagen se suma a las cualidades y rasgos que tiene una persona. (Currás, 2016)

El termino Imagen se ha debatido ampliamente en el transcurso del tiempo y más en el entorno organizacional hoy en día es más utilizado en el área de marketing, es un tema que se ha estudiado de manera constante, es muy utilizado para publicidad ya sea para producto o servicios también se plantea que busca impresionar como imagen personal. (Duque & Carvajal, 2015)

Hoy en día las empresas buscar definir que la imagen es lo primordial para ganar un mejor resultado, llamándolo así imagen organizacional, según otros autores menciona que las corporaciones tienen que estar definidas con su propia imagen, utilizando como marketing para conseguir fidelidad de los consumidores, hoy en día se determina que una imagen corporativa es mucho más factible para un crecimiento organizacional. (Pérez & Rodriguez del Bosque, 2014)

2.2.1.5.5. Satisfacción

Mencionamos que es una evaluación de emociones personales de modo que sea parcial, estas emociones resulten después de haber realizado la compra o el proceso de comparaciones del producto o servicio, se agregaría que la satisfacción es una pequeña comparación entre expectativas y rendimiento ya dentro del ámbito laboral o siendo cliente. (Leonardo, 2003)

El concepto de Satisfacción en la actualidad los asociamos a la psicología dentro de las organizaciones. Debido a que existe una serie de interés que se deben comprender, es decir que la satisfacción esta siendo vista como un fenómeno que debe ser evaluado constantemente dentro del área de trabajo. (Caballero, 2002)

La definición de Satisfacción se relaciona con el manejo de sistemas que permite medir el nivel de satisfacción de los trabajadores y/o clientes, se menciona que la satisfacción es un resultado positivo de aquellos sistemas empleados para determinar qué tan bueno resultó ser el servicio, superando expectativas y evaluando la mayor efectividad. (Rey, 2000)

2.2.2. MyPes

Es una ley creada por uno de los poderes del Estado con el fin de que se establezca impulsar las competencias y se promueva el aspecto desarrollante de las micro y pequeñas empresas, de igual manera lograr poder formalizarlas, siendo así que en cada aspecto se cuenta con varios beneficios laborales y tributarios con el fin de contribuir en el crecimiento y exponer novedosas formas de oportunidades de trabajo, brindando aportes al PBI del país, la ley 28015 dentro de su articulado el 2° en la define a cada MyPe como una unidad económica constituida por personas naturales o jurídicas. La ley que se encuentra en vigor se encuentra bajo D. Supremo N° 013-2013-PRODUCE, mediante esta ley se ha aprobado el TUO norma que ha impulsado a desarrollar la producción y el desarrollo de la empresa. Cada micro, pequeña y mediana empresa se considera que ha de estar en cada gestión empresarial: La Microempresa cuenta con venta anuales de 150 UIT (S/592,500); la pequeña empresa constata con ventas al año superiores a 150 UIT (S/ 592,500) y hasta un máximo de 1700 UIT (S/6715,00); y la mediana empresa contiene ventas anuales mayores a 1700 UIT (S/6715,000), y aspectos máximos de 2300 UIT (S/ 9'085,000). La ley 30056 deroga la cantidad máxima de un trabajador como algún factor que califica a la MyPe. (Congreso de la República del Perú, 2013)

2.2.3. Restaurantes

Determinamos Restaurante a aquel local que tiene como denominación brindar servicio de atención al cliente, en su mayoría son legales y su función principal es brindar servicio de comida y bebida, al mismo tiempo brinda servicio para eventos sociales incluyendo platos a la carta y menú. (Barrera, 2018)

En su mayoría el restaurante se denomina como un establecimiento que brinda servicio de comida, es un lugar para todo público, sin embargo, es necesario contar con el pago correspondiente del servicio que brinda, busca familiarizar al comensal y brindar los mejores platos. (Amorin, 2016)

Así mismo menciono que el Restaurante tiene como función principal es brindar buen servicio, asegurando que los clientes obtengan satisfacción y sean libres de evaluar el tipo de servicio que deseen; es un establecimiento que tiene que contar con documentos en regla y permiso de funcionamiento. (Gonzales & Porras, 2012)

2.2.4. Trabajador

Un trabajador o empleado tiene aspectos primordiales que sirven para determinar una igualdad de salario que lo relacionan con el trabajo y constantemente se evalúa el desempeño con el mayor objetivo de obtener una mejora en la productividad de la laboral. (Carrasco & Suárez, 2017)

Frente a la sociedad un trabajador se caracteriza por expandir su economía, existen diferentes personas que realizan sus laborales en el servicio doméstico, Hotelero, servicio de comida y limpieza, reciben retribuciones y goce de haber ayudado a mejorar su economía. (Actis, De Prada, & Pereda, 2010)

El trabajador se caracteriza por tener un estilo de vida laboral muy atareado es un individuo que experimenta un ambiente de trabajo ya sea muy bien remunerado o no, percibe un clima laboral dependiendo de su entorno requiere de un foco de estudio para subir niveles. (Sanhueza & Silva, 2004)

III. HIPÓTESIS

Las investigaciones de tipo descriptiva no necesariamente se formula hipótesis.

(Hernández, Fernández, & Baptista, 2017)

IV. METODOLOGÍA

4.1. Diseño de investigación

El estudio fue de diseño descriptivo transversal, centrada en la determinación de las características de los contenidos de las dimensiones de calidad de servicio. (Hernández et al., 2017)

4.2. Población y muestra

La población es finita y estuvo constituida por trabajadores del restaurante en Puerto Pizarro – Tumbes. La muestra está constituida a criterio del investigador considerando la totalidad de trabajadores. Desempeñando sus funciones de acuerdo a los criterios de inclusión.

Cuadro 1. Población

Detalle	REGIMEN	# Dueño	# Trabajadores
Restaurant: Los Delfines”	MYPE	1	5

Fuente: Elaboración propia.

4.3. Definición y operacionalización de variables

Cuadro 02. Operacionalización de variables.

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Calidad de servicio	Es el resultado de comparar lo que el cliente, trabajador espera de un servicio con lo que recibe. (Cadena, Vega, Real, & Vásquez, 2016)	Se describirá la variable calidad de servicio de acuerdo a sus dimensiones e indicadores permitiendo determinar sus características respecto al grupo de estudio.	Instalaciones	Máquinas y equipos	Likert
				Instalaciones físicas	
				Apariencia	
				Materiales	
			Personal	Elementos tangibles	
				Solución de problemas	
				Eficiencia	
				Eficacia	
			Satisfacción	Quejas y sugerencias	
				Comunicación	
				Puntualidad	
				Disponibilidad	
			Servicios	Nivel de atención	
				Comportamiento	
				Trámites	
				Amabilidad del servicio	
Imagen	Conocimiento de funciones				
	Atención				
	Percepción				
	Personalización				
	Necesidades del cliente				
	Compromiso				

Fuente: Elaboración propia.

4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para el estudio se recolectaron los datos durante el año 2020. Para ello, se solicitó la autorización de los dueños de las MyPes, para la aplicación de las encuestas a los trabajadores; una vez autorizado se presentó el estudio, sus objetivos y se solicitó el consentimiento informado, previa firma del consentimiento se procedió a realizar el recojo de los datos. Para la recolección de datos se empleó la técnica de la entrevista, donde el investigador realizó las preguntas y resolvió la encuesta en función a las respuestas que el propietario manifestó.

4.5. Plan de análisis

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

4.6. Matriz de consistencia

Cuadro 03. Matriz de consistencia.

Formulación del problema	Hipótesis	Objetivos	Variables	Metodología	Escala de medición
¿Cuál es nivel de calidad de servicio de trabajadores de las MyPes, sector servicio, rubro Restaurantes: Caso “Los Delfines” – Puerto Pizarro – Tumbes, año 2020?	Las investigaciones de tipo descriptiva no necesariamente se formula hipótesis. (Hernández, Fernández, & Baptista, 2017)	<p>Objetivo general: Determinar el nivel de calidad de servicio de los trabajadores de las MyPes, sector servicio, rubro Restaurantes: Caso “Los Delfines” – Puerto Pizarro – Tumbes, año 2020.</p> <p>Objetivos específicos: Determinar el nivel que se encuentran las instalaciones de las MyPes, sector servicio, rubro Restaurantes: Caso “Los Delfines” – Puerto Pizarro – Tumbes, año 2020. Determinar el nivel que presenta el personal en las MyPes, sector servicio, rubro Restaurantes: Caso “Los Delfines” – Puerto Pizarro – Tumbes, año 2020. Determinar el nivel de satisfacción de los trabajadores en las MyPes, sector servicio, rubro Restaurantes: Caso “Los Delfines” – Puerto Pizarro – Tumbes, año 2020. Determinar el nivel de los</p>	V1: Calidad de servicio.	<p>Tipo: Cuantitativo. Nivel: Descriptivo. Diseño: No Experimental.</p>	Likert

servicios en las MyPes, sector servicio, rubro Restaurantes: Caso “Los Delfines” – Puerto Pizarro – Tumbes, año 2020. Determinar el nivel que presenta la imagen de las MyPes, sector servicio, rubro Restaurantes: Caso “Los Delfines” – Puerto Pizarro – Tumbes, año 2020.

4.7. Principios éticos

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

V. RESULTADOS

5.1. Resultados

Tabla 1. Características demográficas.

Características	n (%)
Edad	31.6 ± 11.41
Sexo	
Femenino	5 (100.0)
Masculino	0 (0.0)
Estado civil	
Soltero	5 (100.0)
Casado	0 (0.0)
Viudo	0 (0.0)
Divorciado	0 (0.0)
Grado de instrucción	
Educación básica	0 (0.0)
Técnico	5 (100.0)
Superior	0 (0.0)
Posgrado	0 (0.0)

* Media ± desviación estándar

Tabla 2. Características de la MyPes.

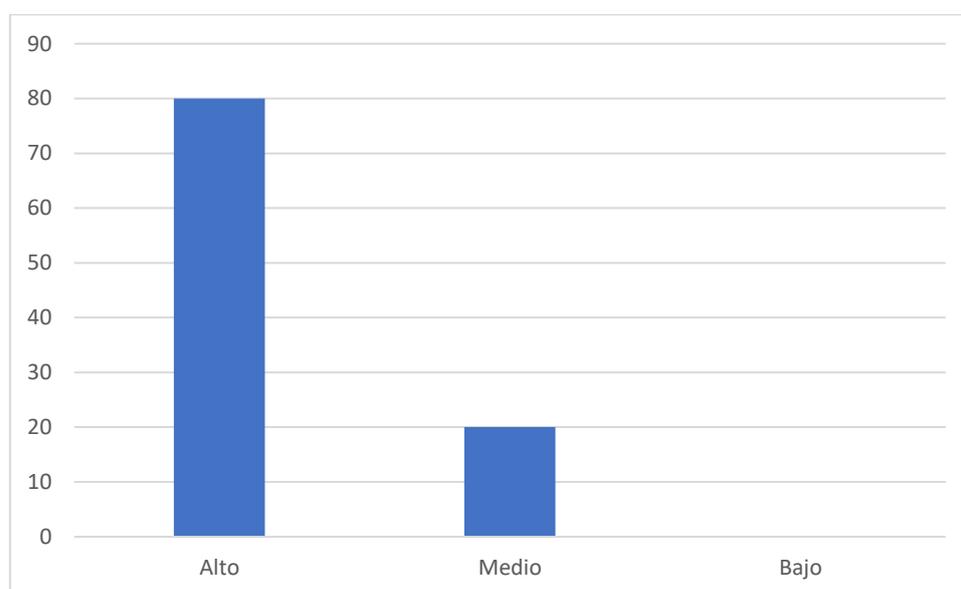
Características	n (%)
Régimen	
Nuevo Régimen Único Simplificado	0 (0.0)
Régimen Especial	0 (0.0)
Régimen MyPes	5 (100.0)
Régimen General	0 (0.0)
Años constituido	10
Modalidad	
Restaurant – Cevichería	0 (0.0)
Restaurant	5 (100.0)
Picantería	0 (0.0)
Restobar	0 (0.0)

Tabla 3. Nivel de las instalaciones y materiales.

Instalaciones y materiales			
Nivel	Rango	Total	Porcentaje
Alto	(20 - 25)	4	80
Medio	(13 - 19)	1	20
Bajo	(5 - 12)	0	0

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores del Restaurant Los Delfines, 2019.

Gráfico 1. Nivel de la infraestructura.



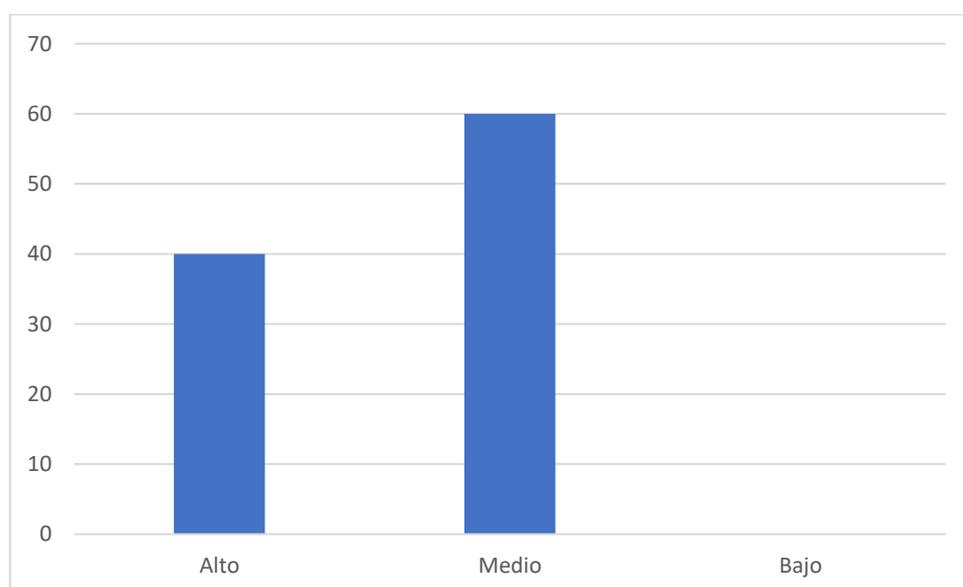
Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4. Nivel de personal.

Personal			
Nivel	Rango	Total	Porcentaje
Alto	(20 - 25)	2	40
Medio	(13 - 19)	3	60
Bajo	(5 - 12)	0	0

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores del Restaurant Los Delfines, 2019.

Gráfico 2. Nivel de personal.



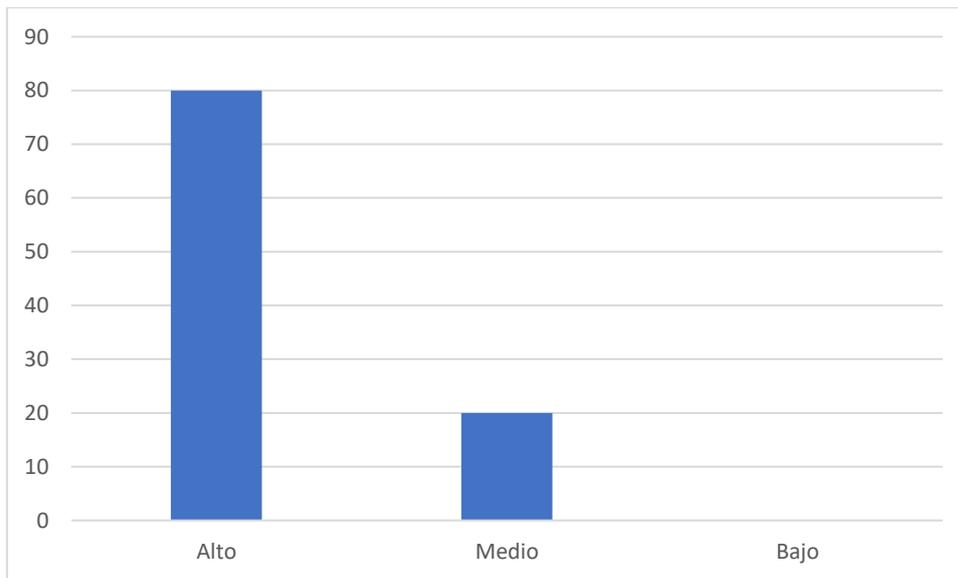
Fuente: Elaboración propia.

Tabla 5. Nivel de satisfacción.

Satisfacción			
Nivel	Rango	Total	Porcentaje
Alto	(15 - 20)	4	80
Medio	(10 - 14)	1	20
Bajo	(4 - 9)	0	0

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores del Restaurant Los Delfines, 2019.

Gráfico 3. Nivel de satisfacción.



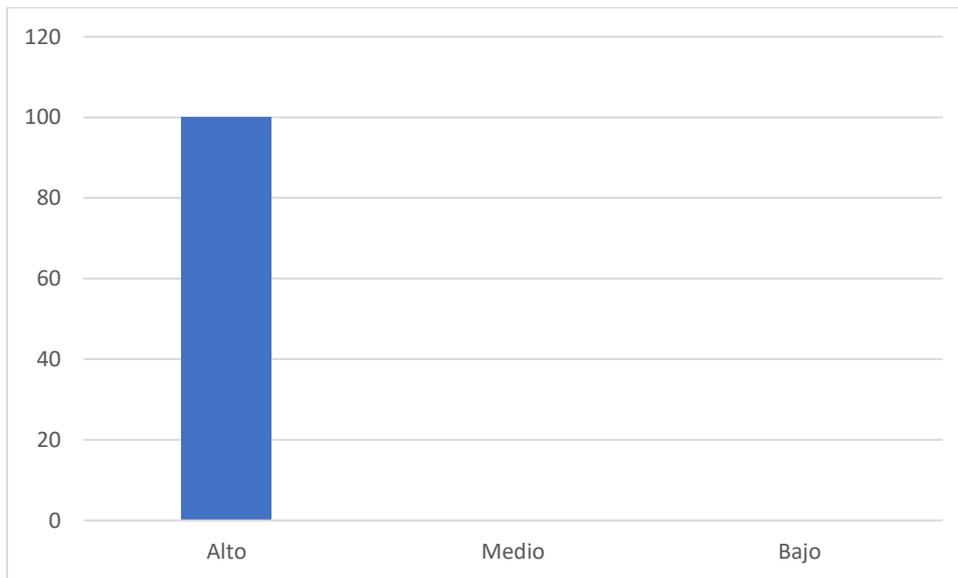
Fuente: Elaboración propia.

Tabla 6. Nivel de servicio.

Servicios y actividades			
Nivel	Rango	Total	Porcentaje
Alto	(15 - 20)	5	100
Medio	(10 - 14)	0	0
Bajo	(4 - 9)	0	0

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores del Restaurant Los Delfines, 2019.

Gráfico 4. Nivel de servicio.



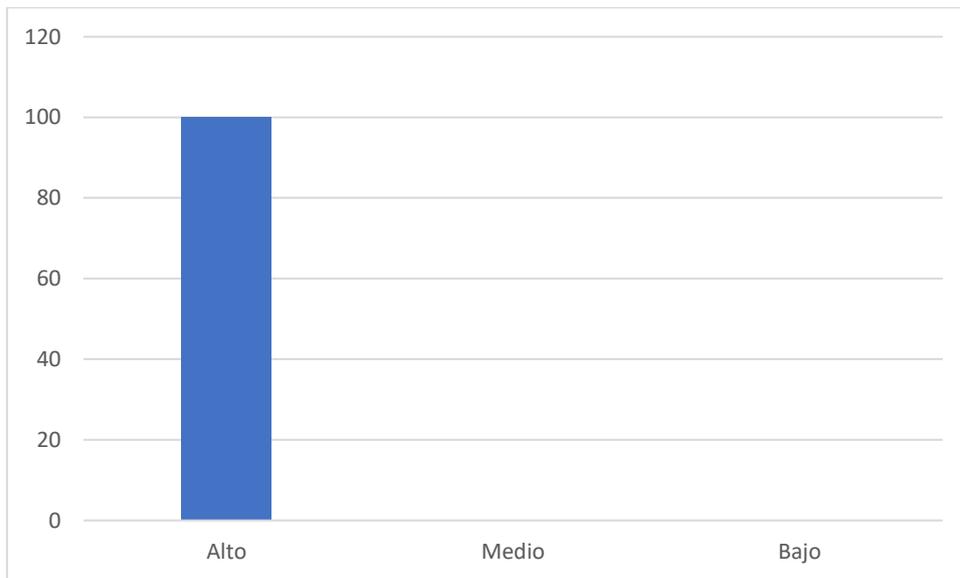
Fuente: Elaboración propia.

Tabla 7. Nivel de imagen.

Imagen			
Nivel	Rango	Total	Porcentaje
Alto	(15 - 20)	5	100
Medio	(10 - 14)	0	0
Bajo	(4 - 9)	0	0

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores del Restaurant Los Delfines, 2019.

Gráfico 5. Nivel de imagen.



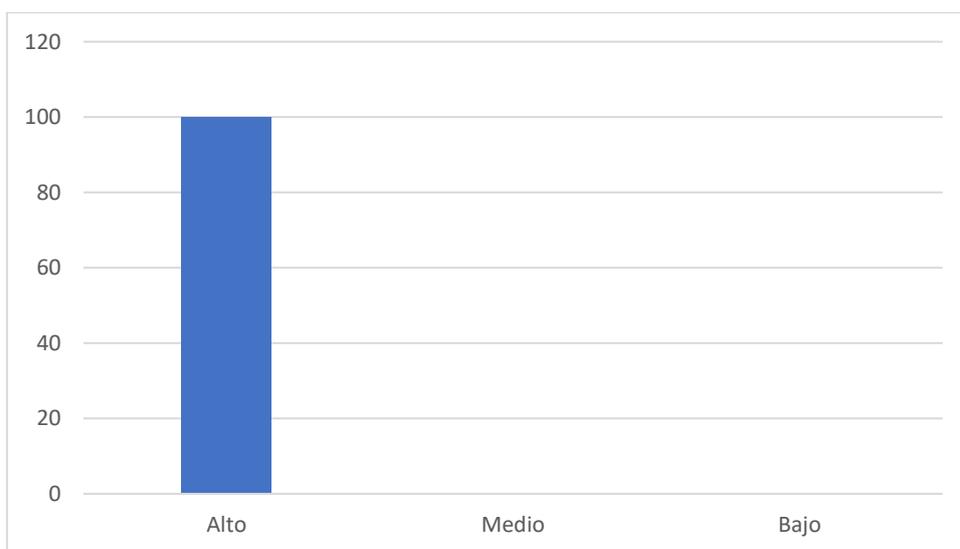
Fuente: Elaboración propia.

Tabla 8. Nivel de calidad de servicio.

Calidad de servicio			
Nivel	Rango	Total	Porcentaje
Alto	(81-110)	5	100
Medio	(52 - 80)	0	0
Bajo	(22 - 51)	0	0

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores del Restaurant Los Delfines, 2019.

Gráfico 5. Nivel de Calidad de Servicio



Fuente: Elaboración propia.

5.2. Análisis de resultados

5.2.1. Respecto a las características sociodemográficas de los trabajadores:

Cada encuestado es decir el colaborador del restaurant “Los Delfines” – Puerto Pizarro de la ciudad de Tumbes, en la totalidad son mujeres, de estado civil solteras, y con un estudio técnico que se realizó en un instituto educativo superior, acerca de las carreras de gastronomía.

5.2.2. Respecto a las características las MyPes:

El restaurant “Los Delfines” se ha constituido bajos regímenes MyPes, su organización empresarial se encuentra vigente desde su constitución en un aproximado de 10 años de aproximado según información que se recopila del trabajador.

5.2.3. Respecto a las características de calidad de servicio:

El espacio poblacional y muestral que se encuestó en el restaurant cevichería “Los Delfines” ha determinado que respecto a las infraestructuras cada encuestado manifiesta que los niveles en que se halla cada instalación es medio en mayores proporciones, por la carencia de un determinado equipo moderno como puede ser el aire acondicionado, cada equipo indispensable para conservar cada producto de alimentación no ha reunido cada condición importante por motivos que son elevados los precios en la actualidad, asimismo las infraestructuras son rústicas no presentando una condición de seguridad para que proteja al cliente y de los mismos propietarios de las organizaciones empresariales los que han de vivir en las mismas instalaciones lo que corroboro con (Aviles & Cedeño, 2018) las ventas dependen muy estrechamente con la calidad del servicio al cliente, se determina que el modelo de gestión de calidad aplicado al

restaurante será una contribución significativa para la mejora continua y el crecimiento de las ventas a futuro en este establecimiento, respecto a lo concerniente de los aspectos de fomento el restaurant “Los Delfines” ha de disponer de un servicio de buena calidad de atención en las especialidades distintas como es la del pescado y a mariscos que es una carta importante presentada y en base a ello ha de generar gran cantidad de ingresos y las buenas reputaciones de las empresas, ya que es un producto de calidad en buenos establecimientos y aptos para que lo consuman as personas, y lo puedo corroborar con lo que sostiene (Da Silva, 2014) un programa de mejora continua para optimizar la calidad de servicio del Restaurante O Navegante, por medio de diferentes fases, controladas y administradas por expertos, con el objetivo de mejorar y mantener una buena calidad de servicio, superando las expectativas del cliente; en cuanto al aspecto comprometedor cada mejora en los conocimientos de cada trabajador y en cada ambiente, en la que se ha de desarrollar cada actividad del trabajador lo ha de considerar como un factor importante evidenciando mayores desempeños respecto a que el personal demuestra actitudes de empatía frente a las necesidades y gustos de los comensales, en cuanto al factor de satisfacción de cada trabajador ha existido un nivel elevado, basándonos en estos resultados han de justificarse porque se ha puesto en práctica cada nivel de responsabilidad y compromiso por parte del trabajador, siendo así que se imparten diversos valores como el respeto que es de importancia en la satisfacción del cliente, discrepando con (Lopez, 2018) existe una insatisfacción con las dimensiones respuesta inmediata y empatía. Se pudo evidenciar que existe

una correlación positiva entre la calidad de servicio y la satisfacción al cliente. no se encuentran capacitados y el restaurante cuenta con pocos empleados y esto hace que el servicio no sea rápido, cabe indicar que mayormente se necesita de mayor personal en temporadas altas; en cuanto a desarrollar cada proceso de atención ha de corresponder que se conozca cada función desarrollada, el nivel en que se atiende al cliente ha mostrado orden y responsabilidad que se pueden aplicar lo que se corrobora con lo que han expresado (Modesto, 2017) la relación significativa entre la calidad de servicio y satisfacción de los clientes de la empresa de Transportes terrestres de pasajeros GM Internacional SAC, debido a la sofisticación de cliente en satisfacer cada vez nuevas necesidades, y en lo que se cuenta con que los clientes puedan satisfacer sus gustos y preferencias; corroborando con (Redhead, 2015) sostiene que existe una relación directa y significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario, de los usuarios del Centro de Salud “Miguel Grau” de Chaclacayo, 2013. Los servicios ofrecidos por el restaurant Los Delfines son de calidad, logrando así satisfacer las necesidades del cliente en función al nivel de atención que brinda el personal, dando un servicio óptimo y exclusivo, mostrando así una imagen importante frente al consumidor, disponiendo de una instalación acorde con las costumbres de la localidad.

VI. CONCLUSIONES

1. Concerniente al objetivo concreto 01:

El restaurant Los Delfines ha mostrado las instalaciones que construyo con material de la localidad, disponiendo de ambientes donde se aprecia la responsabilidad social y la diversidad de materiales para la fabricación de ambientes que generan en el cliente comodidad e imaginativos.

2. Concerniente al objetivo concreto 02:

Se ha verificado que los trabajadores del restaurant “Los Delfines” no los capacitan para que brinden un servicio de calidad en las atenciones personalizadas e idóneas para el cliente, pero que con el tiempo, ya han adquirido habilidades de atención al cliente, identificando la manera y el proceso de atención, velando por la fidelidad del cliente.

3. Concerniente al objetivo concreto 03:

Con lo relacionado a la satisfacción se ha demostrado que mediante de cada método de recolección de datos que son de niveles altos, en relación a que los productos son extraídos en el día, como las conchas negras, cangrejos; esto permite que el sabor de los platos típicos sean frescos y exquisitos para el paladar del consumidor.

4. Concerniente al objetivo concreto 04:

El servicio que se ofrece en el restaurant “Los Delfines” es un producto ya sea de pescado o marisco, la que se prepara cautelosamente y con dedicación para ofrecer los platos exquisitos, generando fidelidad en el cliente.

5. Concerniente al objetivo concreto 05:

En cuanto a la imagen que se establece en el mercado por el restaurant “Los Delfines” ha encontrado niveles altos, debido a que por tener una construcción a

base de materiales de la localidad y por utilizar ingredientes frescos, permite que la empresa sea muy competitiva.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Actis, W., De Prada, M., & Pereda, C. (2010). Inmigrantes, Trabajadores, Ciudadanos. *Colectivo Ioe*, 227.
- Alles, M. (2011). *Diccionario de términos de Recursos Humanos - Martha Alicia Alles - Google Libros*. Argentina.
- Amorin, L. (2016). *La Formalizacion y el financimientos en las mycro y pequeña empresa del serctor, del casco urbano de villa rica, Distrito de villa rica, Provincia de Oxapampa, Departamento de Pasco, Perioso 2015*.
- Atencio, E., & Gonzales, B. (2007). Calidad de servicio en la editorial de la Universidad del Zulia (EDILUZ). *Revista de Ciencias Sociales*, XIII(1), 172–186.
- Aviles, E., & Cedeño, A. (2018). *Diseño de un Modelo de Gestión de Calidad de Servicio al Cliente para el restaurante “La Finquita”*. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.
- Barrera, J. (2018). *Caracterizacion de la Gestion de calidad y la formalizacion de las Mypes sector servicio rubro de restaurantes del distrito de Ferrenafe, Año 2018*. Universidad Catolica los Abgeles de Chimbote.
- Bembibre, C. (2010). Definición de Instalación.
- Bueno, Y., & Cervera, X. (2015). *Calidad de servicio y satisfaccion del clienete en el restaurante Huánuco Perú Burger S.C.R.L. - 2015*.
- Caballero, K. (2002). El concepto de “satisfacción en el trabajo” y su proyección en la enseñanza. *Profesorado, Revista de Currículum y Formación Del Profesorado*, 6((1-2)), 1–10.
- Cadena, J., Vega, A., Real, I., & Vásquez, J. (2016). Medición de la calidad del servicio proporcionado a clientes por Restaurantes en Sonora, México. *Ingeniería Industrial. Actualidad y Nuevas Tendencias*, 5(1856–8327), 41–60.
- Cardenas, A. (2016). *Diseño de un plan de mejora de calidad en el servicio para el restaurante Bambao ubicado en el Distrito Metropolitano de Quito*. Quito: Universidad de las Américas, 2016.
- Carrasco, C., & Suárez, R. (2017). *La satisfacción laboral que tiene el personal del*

departamento de operaciones y el personal del departamento administrativo financiero en relación a la compensación laboral que brinda la organización Grúas Atlas.

Chiquinta, G. (2015). Evaluación de la Calidad de servicio del restaurante “Globo Negocios” de la ciudad de Tumbes, Utilizado estándares derivados de las buenas prácticas, en el año 2014. Universidad Católica los Angeles de Chimbote.

Clavijo, A. (2017). Propuesta para optimizar la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes en el restaurante Colombia76.

Congreso de la República del Perú. *Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial.*, (2013).

Coronel, C. (2016). *Calidad de servicio y grado de satisfacción del cliente en el restaurant Pizza Hut en el Centro comercial Mega Plaza Lima; 2016.*

Cuenca, P. (2019). *Caracterización de la gestión de calidad y satisfacción del cliente en la MYPES del sector servicio rubro restaurantes en el Cercado de Tumbes, 2018.*

Currás, R. (2016). Identidad e imagen corporativas : revisión conceptual e interrelación. *Teoría y Praxis*, 7(2010), 9–34.

Da Silva, I. (2014). *Satisfacción del cliente con la calidad de servicio del Restaurante O Navegante del Club Centro Portugués, ubicado en Caracas - Venezuela.* Universidad Nueva Esparta.

Delgado, S. (2015). “Evaluación de la calidad del servicio del restaurante “Señor Lengua” de la Ciudad de Tumbes, utilizando estándares derivados de las buenas prácticas, en el año 2014”.

Duque, E., & Carvajal, L. (2015). La identidad organizacional y su influencia en la imagen: una reflexión teórica. *Suma de Negocios*, 6(13), 114–123. <https://doi.org/10.1016/j.sumneg.2015.08.011>

Gonzales, C., & Porras, N. (2012). *Satisfacción laboral y calidad de servicio en los restaurantes de la ciudad de Tarma 2012.* Universidad Nacional del Centro del Perú - Huancayo.

Granjo, J. (2008). *Cómo hacer un Plan Estratégico de Recursos Humanos.* España.

- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2017). *Metodología de la investigación* (Sexta). Retrieved from www.elosopanda.com%7Cjamespoetrodriguez.com
- Izquierdo, C. (2019). La Calidad de servicio y la Satisfacción del cliente de la empresa Burgos's Restaurant en la ciudad de Puerto Maldonado - 2018 (Universidad Andina del Cusco; Vol. 70). <https://doi.org/10.36888/udual.universidades.2019.80.19>
- Leon, K. (2020). *Calidad de servicio de las mypes, sector servicio, rubro restaurantes - caso: "Restaurant Cevicheria Gabino" - Distrito de corrales, Tumbes 2019* (Universidad Católica los Angeles de Chimbote). <https://doi.org/1>
- Leonardo, L. (2003). *Objetivo: Conocer el Concepto de Satisfacción y encaminar la aplicación del concepto.*
- López, C., & Serrano, A. (2001). Dimensiones y medición de la calidad de servicio en empresas hoteleras. *Revista Colombiana de Marketing*, 2(3), 13.
- Lopez, D. (2018). *Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil.* Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.
- Martín, C. (2006). Las instalaciones y la arquitectura. *Tectónica*, 4–27. <https://doi.org/http://hdl.handle.net/10171/3018>
- Martinez, O. (2006). *Evaluación de la Calidad del Servicio Turístico en las Empresas de Alojamiento del Balneario Las Peñitas – Poneloya, León – Nicaragua.* Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua.
- Modesto, D. (2017). *Calidad de servicio y su relación con la satisfacción de los clientes de la empresa de transporte terrestre de pasajeros gm internacional sac – Huánuco. 2017.* Universidad Católica los Angeles de Chimbote.
- Mondragon, E., & Silva, T. (2019). *Calidad de servicio, como estrategia de marketing en el Restaurant campestre "El Huerto del sabor" de la localidad de San Juan de la virgen - Tumbes - 2016.* Universidad Nacional de Tumbes.
- Morillo, M., & Landaeta, N. del valle. (2016). *Comportamiento de los niveles de calidad del servicio de comida rápida según las características de los usuarios.* <https://doi.org/10.12804/rev.univ.empresa.31.2016.03>
- Noe, R., & Wayne, R. (2005). *Administración de recursos humanos.* Mexico.

- Onton, I., Mendoza, C., & Ponce, M. (2010). *Estudio de Calidad de servicio en el Areopuerto de Lima: Expectativas y Percepcion del pasajero turista* (Vol. 9). Pontifica Universidad Catolica del Peru.
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la Cultura. (2017). Bioética y Ética en la UNESCO. Retrieved September 21, 2019, from UNESCO website: <http://www.unesco.org/new/es/office-in-montevideo/social-and-human-sciences/bioethics/>
- Ortiz, C. (2018). *Carcaterización de la gestión de calidad y la comeptitividad de las mypes del sector servicio, rubro restaurnat del centro de Tumbes, año 2017.*
- Pahuacho, E. (2015). Percepción de la calidad de servicios en el Restaurante Recreo La Campana de Oro Jauja (Vol. 6). <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Paredes, Y., Acle, R., Sosa, A., & Vega, J. (2019). Efectos de la meditación sobre la calidad en el servicio de colaboradores del área de sala / comedor en restaurantes de Cholula Pueblo Mágico , Puebla . Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla Meditation effects over dining room staff service qu. *Universidad Michoacana de San Nicolas de Hidalgo*, 5, 32–62.
- Paz, R. (2005). Servicio al cliente.
- Pérez, A., & Rodriguez del Bosque, I. (2014). Identidad, imagen y reputación de la empresa: integración de propuestas teóricas para una gestión exitosa. *Cuadernos de Gestion*, 14(1), 97–126. <https://doi.org/10.5295/cdg.130389ap>
- Perez, J. (2018). Definición de instalación - Qué es, Significado y Concepto.
- Pintado, D. (2018). *Caracterización de la calida de srvicio al cliente y rentabilidad en las Mypes en el sector servicio, rubro restaurante del Distrito de Pampas de Hospital - Tumbes, 2017.*
- Redhead, R. (2015). Calidad de servicio y satisfaccion del usuario en el Centro de Salud Miguel Grau distrito de Chaclacayo 2013. Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- Rey, C. (2000). La satisfacción del usuario: Un concepto en alza. *Anales de Documentación: Revista de Biblioteconomía y Documentación*, (3), 138–154. <https://doi.org/10.6018/analesdoc.3.0.2451>

- Saavedra, J. (2007). Aproximación teórica de los modelos conceptuales de la calidad del servicio.
- Salazar, W., & Cabrera, M. (2016). Diagnóstico de la calidad de servicio, en la atención al cliente, en la Universidad Nacional de Chimborazo - Ecuador. *Industrial Data*, 19(2), 13–20. <https://doi.org/10.15381/idata.v19i2.12811>
- Sánchez, G., Erazo, A., Casariego, M., & Encinas, R. (2015). *Calidad del Sector de Restaurantes en Lima Metropolitana*.
- Sanhueza, A., & Silva, F. (2004). Diagnostico de la calidad de vida laboral percibida por los trabajadores de cuatro servicios clinicos del complejo asistencial “DR. Victor Rios Ruiz” de los Angeles (CAVRR). In *Horizonte Empresarial*.
- Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. *Código de Ética para la Investigación*. , Pub. L. No. Versión 002, 1 (2019).
- Vargas, M., & Aldana, L. (2007). *Calidad y servicio: Conceptos y herramientas*. Colombia.
- Villalba, S. (2016). *Análisi de calidad del servicio y atención al cliente en Azuca Beach, Azuca Bistro y Q restaurant, y sugerencia de mejora*.

ANEXOS

Anexo 01: Encuesta



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

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

Características de los trabajadores:

Edad : _____

Sexo : _____

Estado civil :

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

Grado de instrucción :

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

Características de la MYPE:

¿La empresa tiene RUC?

- a. Si
- b. No

¿En qué régimen tributario se encuentra ubicada su empresa?

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

¿Cuántos años de constituida tiene su negocio?

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

¿Modalidad de la empresa?

- a. Restobar
- b. Picantería
- c. Restaurante - Cevichería
- d. Restaurante

Características de la Calidad de servicio:

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

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

Anexo 02: Matriz de ítems

N°	Item's																								TOTAL			
	1	2	3	4	5	Total	6	7	8	9	10	Total	11	12	13	14	Total	15	16	17	18	Total	19	20		21	22	Total
1	4	4	4	4	4	20	4	4	3	4	4	19	4	4	4	4	16	4	4	3	4	15	4	4	5	5	18	88
2	4	4	4	4	5	21	5	3	4	4	4	20	4	4	4	5	17	4	4	4	4	16	5	4	3	3	15	89
3	4	4	4	4	4	20	4	4	3	4	3	18	3	3	3	4	13	3	4	4	4	15	4	4	4	4	16	82
4	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	3	4	4	15	87
5	3	3	4	4	4	18	3	3	4	4	4	18	4	4	3	5	16	5	4	4	5	18	5	4	4	4	17	87

Anexo 03: Turnitin

Tesis_ABCV

INFORME DE ORIGINALIDAD

0%

INDICE DE SIMILITUD

0%

FUENTES DE
INTERNET

0%

PUBLICACIONES

%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias

< 4%

Excluir bibliografía

Activo