



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**LA GESTIÓN DE CALIDAD BASADO EN EL MODELO
SERVPERF EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS
DEL RUBRO RESTAURANTE EN LA CIUDAD DE
HUARAZ, 2017**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN
PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE BACHILLER
EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

**AUTORA:
JARA PEÑA, VICTORIA BENIGNA**

**ASESOR:
Mgtr. CHUNGA ANTÓN, CARLOS HUMBERTO**

**HUARAZ – PERÚ
2018**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**GESTIÓN DE CALIDAD BASADO EL MODELO
SERVPERF EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS
DEL RUBRO RESTAURANTE EN LA CIUDAD DE
HUARAZ, 2017**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN
PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE BACHILLER
EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

**AUTORA:
JARA PEÑA, VICTORIA BENIGNA**

**ASESOR:
Mgtr. CHUNGA ANTÓN, CARLOS HUMBERTO**

**HUARAZ – PERÚ
2018**

1. Título de la tesis

La gestión de calidad basado en el modelo SERVPERF de las micro y pequeñas empresas del rubro restaurante en la ciudad de Huaraz – 2017.

2. Hoja de firma del jurado y asesor

Dr. José Germán Salinas Gamboa
Presidente

Mgtr. César Hernán Norabuena Mendoza
Miembro

Mgtr. Carmen Rosa Azabache Arquinio
Miembro

Mgtr. Carlos Humberto Chunga Antón
Asesor

3. Agradecimiento

Este trabajo de investigación es el resultado del esfuerzo y empeño que puse en él, para el logro de mis objetivos y metas, por ello agradezco a Dios por darme la vida, amor y paz, por darme la fortaleza para poder seguir en este camino y no desmayar.

Un sincero agradecimiento a la Universidad Católica los Ángeles Chimbote y a la plana docente altamente calificado por haber contribuido en la formación académica en este proceso de aprendizaje, en especial a mi estimado asesor de tesis Mgtr. Carlos Chunga por haber resuelto todas mis dudas y ser guía para mi formación como profesional.

A mis amados padres Remigio Jara y Benedicta Peña, quienes a lo largo de toda mi vida me han brindado su amor, apoyo y motivado en mi formación académica. Y a mis hermanos Jimmy, Eleazar, Clefe y Katerine, por el apoyo incondicional que me brindan.

Dedicatoria

Con amor y cariño dedico a Dios por ser el principal pilar en mi vida, permitiéndome llegar hasta donde estoy, dándome la fortaleza para persistir y guiarme en la senda de amor.

A mis amados padres Remigio Jara y Benedicta Peña, por el apoyo incondicional, y los principios encomendados, por ser mi motivo y motor para seguir adelante para conseguir mis metas y sueños.

A mis hermanos Abi, Abisai, Edith y Elizabeth por apoyarme en todo momento y hacer que se cumplan mis sueños. También a mí estimada prima Vaneza Rodríguez porque no dudaste en ayudarme cuando te lo solicité.

Para toda la familia Jara Peña y amigos de mi alma mater “ULADECH” y de la vida.

4. Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo determinar las principales características de la gestión de calidad basado en el modelo SERVPERF en las micro y pequeñas empresas del rubro restaurante en la ciudad de Huaraz, 2017. Se desarrolló mediante el tipo de investigación cuantitativa, de nivel descriptiva, diseño no experimental - transversal. Para el recojo de información se identificó una población de 144 restaurantes, en el cual se consideró como tamaño de muestra de 103 representantes, a quienes se le aplicó un cuestionario de 36 enunciados por medio de la encuesta, encontrándose los siguientes resultados el 62,14% de los representantes tienen entre 31 y 40 años de edad, el 55,34% son conducidos por las mujeres y el 78,64% son dueños. El 45,63% indicaron que algunas veces identifican los problemas dentro de la empresa, el 40,78% algunas veces plantean soluciones para los problemas identificados, el 41,75% algunas veces realizan cambios planificados, el 82,52% siempre tienen una apariencia pulcra, el 45,63% indicaron que algunas veces los trabajadores están dispuesto a ayudar al cliente, el 51,46% de los representantes manifestaron que casi siempre tienen amplio conocimiento para responder inquietudes de los clientes, el 44,66% casi siempre entienden las necesidades de sus clientes. Finalmente se concluye que en los restaurantes de la ciudad de Huaraz los representantes muy pocas veces capacitan a su personal, es más los trabajadores en la totalidad no brindan calidad a los clientes, sabiendo que los clientes la tienen como su mayor expectativa por el servicio que recibe.

Palabras claves: Gestión de calidad, apariencia pulcra, dispuesto a ayudar al cliente y amplio conocimiento

Abstract

The objective of this research was to determine the main characteristics of quality management under the SERVPERF model in the micro and small enterprises of the restaurant industry in Huaraz city, 2017. Developed through the of deceptive research of quantitative level, design no experimental transversal. For the gathering of information, a population of 144 restaurants was identified, in which a sample size of 103 representatives was considered, to whom a questionnaire of 36 statements was applied by means of the survey, the following results being found on the 62,14 % of the representatives are between 31 and 40 years of age, 55,34% are driven by women, 78,64% are owners, 45,63% indicated that they sometimes identify problems within the company, 40,78% sometimes suggest solutions for the problems identified, 41,75% sometimes perform planned changes, 82,52% always have a neat appearance, 45,63 % indicated that sometimes the workers are willing to help the client, 51,46% of the representatives said that they almost always have extensive knowledge to answer customer's concerns, 44,66% almost always understand the needs of their customers. Finally, it is concluded that in the restaurants of the city of Huaraz, the representatives rarely train their personnel, more the workers in the totality do not provide quality to the clients, knowing that the clients have it as their biggest expectation for the service that receives.

Keywords: Quality management, neat appearance, willing to help the customer and extensive knowledge.

5. Contenido

1. Título de la tesis.....	ii
2. Hoja de firma del jurado y asesor	iii
3. Agradecimiento y dedicatoria.....	iv
4. Resumen y abstract	vi
5. Contenido.....	viii
6. Índice de tablas y figuras	ix
I. Introducción.....	1
II. Revisión de literatura.....	9
2.1. Antecedentes	9
2.2. Bases teóricas de la investigación	16
2.3. Marco conceptual	29
III. Metodología	32
3.1. Diseño de la investigación	32
3.2. Población y Muestra	32
3.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores.....	34
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	35
3.5. Plan de análisis	35
3.6. Matriz de consistencia	36
3.7. Principios éticos.....	37
IV. Resultados.....	38
4.1. Resultados	38
4.2. Análisis de resultados.....	74
V. Conclusiones	85
Referencias bibliográficas.....	88
Anexos	93

6. Índice de tablas

<i>Tabla 1. Edad de los representantes de las MYPES del rubro restaurante Huaraz, 2017.</i>	38
<i>Tabla 2. Género de los representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro restaurante Huaraz, 2017.</i>	39
<i>Tabla 3. Grado de instrucción de los representantes de la MYPES del rubro restaurante Huaraz, 2017.</i>	40
<i>Tabla 4. Cargo que desempeña los representantes de las MYPES del rubro restaurante Huaraz, 2017.</i>	41
<i>Tabla 5. Tiempo que el representante desempeña en el cargo del rubro restaurante Huaraz, 2017.</i>	42
<i>Tabla 6. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro de restaurante Huaraz, 2017.</i>	43
<i>Tabla 7. Número de trabajadores de las MYPES del rubro restaurante Huaraz, 2017.</i>	44
<i>Tabla 8. Personas que trabajan en su empresa del rubro restaurante Huaraz, 2017.</i>	45
<i>Tabla 9. Objetivo de la creación de las MYPES del rubro restaurante Huaraz, 2017.</i>	46
<i>Tabla 10. El nivel de ingreso de las empresas en el rubro restaurante Huaraz, 2017.</i>	47
<i>Tabla 11. Tipo de empresa de acuerdo a su constitución en el rubro restaurante Huaraz, 2017.</i>	48
<i>Tabla 12. Identificación de problemas de administración en las MYPES en el rubro restaurante Huaraz, 2017.</i>	49
<i>Tabla 13. Recojo de información existente sobre los problemas identificados en las MYPES del rubro restaurante Huaraz, 2017.</i>	50
<i>Tabla 14. Planteamiento para las soluciones de problemas identificados en las MYPES en el rubro restaurante Huaraz, 2017.</i>	51
<i>Tabla 15. Designación de funciones a cada colaborador en las MYPES en el rubro restaurante Huaraz, 2017.</i>	52

<i>Tabla 16. Conformación de equipos de trabajo en las MYPES en el rubro restaurante Huaraz, 2017.</i>	53
<i>Tabla 17. Controla el adecuado manejo de los alimentos en la cocina en las MYPES en el rubro restaurante Huaraz, 2017.</i>	54
<i>Tabla 18. Evaluación de los resultados obtenidos en las MYPES del rubro restaurante en la ciudad de Huaraz.</i>	55
<i>Tabla 19. Se aplican los resultados obtenidos para mejorar y reajustar los objetivos en las MYPES en el rubro restaurante Huaraz, 2017.</i>	56
<i>Tabla 20. Se establecen propuestas de mejora para las MYPES en el rubro restaurante Huaraz, 2017.</i>	57
<i>Tabla 21. El restaurante tiene un diseño de apariencia moderna para el cliente. ...</i>	58
<i>Tabla 22. Instalaciones físicas del restaurante en las MYPES en el rubro restaurante Huaraz, 2017.</i>	59
<i>Tabla 23. Apariencia pulcra de los colaboradores de las MYPES en el rubro restaurante Huaraz, 2017.</i>	60
<i>Tabla 24. Materiales visualmente atractivos en las MYPES en el rubro restaurante Huaraz, 2017.</i>	61
<i>Tabla 25. Promesa del colaborador en las MYPES en el rubro restaurante Huaraz, 2017.</i>	62
<i>Tabla 26. Interés de los colaboradores por solucionar el problema en las MYPES en el rubro restaurante Huaraz, 2017.</i>	63
<i>Tabla 27. Conclusión del servicio en un tiempo promedio en las MYPES en el rubro restaurante Huaraz, 2017.</i>	64
<i>Tabla 28. Rapidez del trabajador en brindar servicio en las MYPES en el rubro restaurante Huaraz, 2017.</i>	65
<i>Tabla 29. Los colaboradores de las MYPES siempre están dispuestos a ayudarlo.</i> .	66
<i>Tabla 30. Los colaboradores de las MYPES no están demasiado ocupados para atender al cliente en el rubro restaurante Huaraz, 2017.</i>	67
<i>Tabla 31. Los trabajadores transmiten confianza a sus clientes en las MYPES en el rubro restaurante Huaraz, 2017.</i>	68
<i>Tabla 32. El precio que paga está en relación al servicio recibido en las MYPES en el rubro restaurante Huaraz, 2017.</i>	69

<i>Tabla 33. Amplio conocimiento de los colaboradores en las MYPES en el rubro restaurante Huaraz, 2017.</i>	70
<i>Tabla 34. Amabilidad con los clientes de las MYPES en el rubro restaurante Huaraz, 2017.</i>	71
<i>Tabla 35. Horarios de trabajo accesible para sus clientes en las MYPES en el rubro restaurante Huaraz, 2017.</i>	72
<i>Tabla 36. Entienden las necesidades de los clientes en las MYPES en el rubro restaurante Huaraz, 2017.</i>	73

Índice de figuras

<i>Figura 1. Edad de los representantes.</i>	38
<i>Figura 2. Género de los representantes de las micro y pequeñas empresas.</i>	39
<i>Figura 3. Grado de instrucción de los representantes de las MYPES.</i>	40
<i>Figura 4. Cargo que desempeña en la empresa.</i>	41
<i>Figura 5. Tiempo que el representante desempeña en el cargo.</i>	42
<i>Figura 6. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro.</i>	43
<i>Figura 7. Número de trabajadores.</i>	44
<i>Figura 8. Las personas que trabajan en la empresa son.</i>	45
<i>Figura 9. Objetivo de la creación de la empresa.</i>	46
<i>Figura 10. Nivel de ingreso de las empresas.</i>	47
<i>Figura 11. Tipo de empresa de acuerdo a su constitución.</i>	48
<i>Figura 12. Identificación de problemas de administración.</i>	49
<i>Figura 13. Recojo de información existente sobre los problemas.</i>	50
<i>Figura 14. Planteamiento para las soluciones de problemas identificados.</i>	51
<i>Figura 15. Designación de funciones para cada colaborador.</i>	52
<i>Figura 16. Conformación de equipo de trabajo.</i>	53
<i>Figura 17. Control de los alimentos.</i>	54
<i>Figura 18. Evaluación de los resultados obtenidos.</i>	55
<i>Figura 19. Mejoras y reajustes de los objetivos.</i>	56
<i>Figura 20. Propuesta de mejoras.</i>	57
<i>Figura 21. Apariencia moderna del local.</i>	58

<i>Figura 22. Instalaciones físicas del restaurante.</i>	59
<i>Figura 23. Apariencia pulcra de los colaboradores.</i>	60
<i>Figura 24. Materiales visualmente atractivos.</i>	61
<i>Figura 25. Promesa de los colaboradores.</i>	62
<i>Figura 26. Interés de los colaboradores por solucionar los problemas.</i>	63
<i>Figura 27. Conclusión del servicio en un tiempo promedio.</i>	64
<i>Figura 28. Rapidez de los trabajadores en los servicios brindados.</i>	65
<i>Figura 29. Los trabajadores están siempre dispuestos a ayudarlo.</i>	66
<i>Figura 30. No están demasiados ocupados para ayudarlo.</i>	67
<i>Figura 31. Transmite confianza a los clientes.</i>	68
<i>Figura 32. El precio que paga está en relación al servicio.</i>	69
<i>Figura 33. Amplio conocimiento de los colaboradores.</i>	70
<i>Figura 34. Amabilidad con los clientes.</i>	71
<i>Figura 35. Horario de trabajo accesible para los clientes.</i>	72
<i>Figura 36. Necesidades de los clientes.</i>	73

I. Introducción

La calidad se ha convertido en un aspecto indispensable en las organizaciones, especialmente en las empresas de servicio, para poder ocupar un lugar en el mercado y tener una ventaja competitiva; por ello, es necesario que las organizaciones ofrezcan productos de calidad, ya sean bienes o servicios; considerando, que hoy en día los consumidores son más exigentes en este aspecto, es necesario conocer y cubrir sus expectativas y saber qué es lo que desean y cuál es el nivel de calidad que se les debe ofrecer. Ante esto la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote (ULADECH - CATÓLICA) viene impulsando a través de la carrera profesional de Administración el desarrollo de la línea de investigación Gestión de calidad, y teniendo esto en consideración se ha decidido diagnosticar al servicio mediante el modelo SERVPERF en el rubro restaurante en la ciudad de Huaraz.

Según la revista Emprendedores (2016) manifiesta que en la actualidad las MYPES poseen una representación muy importante en la fuerza laboral, de los diez (10) millones de MYPES que hay en América Latina, el 47% generan empleos en cada región de varios países, así mismo en el Perú, las MYPES aportan, un aproximado de 40% del producto bruto interno (PBI) es por ello que, están entre las mayores impulsadoras del crecimiento económico del país y en América Latina.

Según la revista Formación Gerencial (2016) afirma que la calidad es un factor muy importante y diferencial para toda organización por ello es necesario definir ciertos parámetros valorativos aplicados en diferentes medios, una evaluación del proceso y ésta sea completa, vista así una experiencia de un cliente en un restaurante; indica que el cliente cuando ingresa al local, encuentra impecable el ambiente, con un aroma muy agradable sobre todo con una música relajante, al instante el personal responsable le saluda y le da la bienvenida asignándole en una mesa, de la misma manera muy amable se presenta, le ofrece especialidades y sugerencias del día juntamente con la carta.

Posteriormente el comensal visualiza y analiza opciones y realiza su pedido; se le informa el tiempo en el que estará lista la orden, como para distraerlos un poco se le entrega un diario o revista de actualidad. Pasado unos minutos se coloca los cubiertos sobre la mesa, bebidas y un bocadito de cortecia. Ya pasado algunos minutos, el pedido es servido bajo el el orden indicado por el cliente, seguidamente se le desea que deleite y tenga un buen provecho. Ya habiendo pasado un promedio de 10 a 15 minutos se le consulta qué tal estuvo la comida y se ofrecen postres, bebidas, etc, en caso de no ser requerido, se le brinda la cuenta solicitando datos para la factura y/o boleta. La misma que debe ser entregada junto con una invitación para regresar y una evaluación del servicio percibido, al finalizar se le despide al cliente con una cortesia acompañado de unos dulces (Alcazar, 2016).

En el diario Gestión (2016) indica que los meseros tienen la mala costumbre de reunirse en grupo de dos o más meseros para platicar sobre temas que no son importantes en la hora de trabajo, habitualmente se juntan al lado de la barra; lo cual genera consecuencias negativas, por una parte el no estar pendiente de los clientes que están a su cargo para poder saber qué es lo que desean, y por otra parte, el cliente no los localiza rápidamente, debido a que los mozos muchas veces no se presentan por su nombre o no poseen ningún carnet de identificación. Además, es muy raro que un mesero desocupado tenga la amabilidad de llevar el pedido, a cuenta del mesero que esté ocupado o si lo hace, lo realiza por obligación y sin interés por ayudar, es donde que el cliente percibe una desagradable y pésima atención, haciendo que el cliente se sienta insatisfecho en cuanto al servicio recibido.

Por tal motivo el modelo SERVPERF es fundamental principalmente en las percepciones, eliminando los errores que se pueden producir dentro de ellas, donde que este modelo se usa necesariamente para percibir la satisfacción del cliente, como está el estado de ánimo de la persona, cuando adquiere un producto ya sea bienes o servicio, y a su vez alcance las expectativas del cliente (Cronin y Taylor, 1992).

Según la revista Comercio (2016) afirma que en el contexto de la competitividad internacional, las MYPES que representan en el rubro restaurantes, en México y en Europa fluctúan que el 43% no se considera la forma adecuada en relación a los clientes, puesto que los colaboradores no tratan al cliente con el más mínimo cuidado, además desconocen las actividades que van a realizar para poder mejorar y desarrollarse como profesional y como persona, utilizando distintas estrategias de atención al cliente, esta pueda llevar a una visión a largo plazo, en muchas ocasiones los colaboradores cometen graves errores en fijar estrategias, dado que no cambian las estrategias del negocio en función a cambios producidos en el entorno de la organización y esto puede llevar a la empresa a la quiebra.

Según el diario La República (2015) indica que en el sector de gastronomía, Colombia tuvo un incremento superior a 22% en todo el país, donde se estima que formalmente haya unos 22, 000 restaurantes, incrementándose próximamente a 30,000 ya que hay muchos restaurantes registrados, mas no activas, algunos de los establecimientos más visitados en la capital colombiana en la zona denominada zona G, zona T y Usaquén, las cuales poseen una buena capacidad de demanda.

En la revista Gestión (2016) se pudo ver que en el Perú las ocupaciones más demandadas se encuentran en; restaurantes y hoteles, debido a que el 14% de la población económicamente activo está en el negocio de gastronomía donde que hay mozos, cocineros, y ayudantes de cocina, en el cual se ha podido percibir en la rama de restaurantes en abril del 2016; hay un 22,16 % de colaboradores laborando en dicha rama de actividad; así mismo se ha registrado una variación anual de 0,35 % y el 7,94% respectivamente, donde que además el 65% de personas del rubro restaurantes trabajan en tareas determinadas como son gerente, jefe de cocina, cocinero o mozo, en tanto el 35% de personas laboran en ocupaciones como cuidadores de autos, lavado de platos. Por el cual se pudo ver que hay más personas que trabajan como mozo, gerente, jefe de cocina y cocinero.

En el blog de Efiempresa (2017) indica que si bien es cierto que los días de lunes a jueves el movimiento es bastante lento, esto implica que los meseros puedan brindar una atención bastante rápida, mientras que los fines de semana hay más demanda, siendo la atención más lenta puesto que hay muchas mesas que atender motivo por el cual los clientes reclaman el por qué no le atienden rápido y están a la espera, básicamente es porque en la cocina se toman mucho tiempo en tener los platos listos, por lo que el mesero por la presión de la espera del cliente tiende a distraerse, es allí donde ya empieza a fallar. Además, los meseros se quejan por estar de pie más de doce horas, lo cual genera malestar, mal humor, y para variar les tocó clientes especiales y tuvieron que soportar todo eso durante todo el día.

En la revista *Emprende* (2014) afirma que el cliente observa que el colaborador no satisface sus expectativas, no muestra interés en cuanto a la atención de calidad, al llegar el empleado no es cortés con el cliente, espera que le llame o este gritado, para que recién se acerque y le atienda, esto genera malestar y disgusto por parte del consumidor, así mismo se le debe de indicar que estas situaciones que se presentan dentro de la empresa es por falta de capacitación a todo el personal, para que no haya disgustos o incomodidades, y esta pueda llegar a un buen fin, además tiene que ser seguro e higiénico lo que el cliente consume.

Según el diario *la República* (2016) en el Perú exactamente ubicado en Lima y en el Callao el restaurante *Trattoria San Ambrosio* es uno de los 39.895 restaurantes que existe teniendo un crecimiento del 5,67% en el mes de octubre del año 2013 donde se observó que el 0,28 punto al crecimiento de la producción peruana en ese mismo mes dando el 5,42 % de incremento.

Según la asociación peruana de gastronomía APEGA (2010) el grado de educación que tiene el colaborador que labora en los restaurantes son las siguientes; se pudo ver que un 62% de trabajadores solo tiene secundaria completa, mientras que un 28% de trabajadores tiene estudio técnico, en tanto solo el 10 % tiene estudios universitarios. Dado esto es la falta de especialización del colaborador en servicio, por ende, tiene que prepararse y especializarse en su

rubro, sabemos que hoy en día hay institutos y universidades de cocina en las que se pueden educar. Es así que vemos personas descalificadas y solo muy pocas personas calificadas para ocupar dicho puesto, esto implica que haya poca demanda diariamente.

Según el INEI (2015) afirma que se ha podido percibir que los peruanos gastamos más del 33,2% en comida, seguido viene la preocupación por la casa, seguidamente por la educación. Además, hay un 6% de peruanos que se dedican a ahorrar para que cuando se presente una ocasión especial lo gasten en una cena o un gran banquete. Como se puede conocer el Perú es un país de alta gastronomía, esto hace que los peruanos den importancia a los alimentos, pero los ofertantes por tratar de disminuir sus costos compran ingredientes de baja calidad, perjudicando al cliente con respecto a un producto que no era de su expectativa.

Considerando los aspectos señalados con respecto a los diferentes problemas que están relacionados al modelo SERVPERF se plantea el siguiente problema de investigación ¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad basado en el modelo SERVPERF en las micro y pequeñas empresas del rubro restaurante en la ciudad de Huaraz, 2017? Para dar solución al problema se ha planteado el siguiente objetivo general: Determinar las principales características de la gestión de calidad basado en el modelo SERVPERF en las micro y pequeñas empresas en la ciudad de Huaraz, 2017.

Seguidamente tenemos los objetivos específicos; (a) Determinar las principales características de los representantes en las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes en la ciudad de Huaraz, 2017; (b) Determinar las principales características en las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes en la ciudad de Huaraz, 2017; (c) Determinar las principales características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del rubro restaurante, 2017; (d) Determinar las principales características del modelo SERVPERF en las micro y pequeñas empresas del rubro restaurante, 2017.

El servicio al cliente es un factor muy importante ya que se va analizar si en las MYPES del rubro restaurante, vienen aplicando el modelo SERVPERF, esto quiere decir la calidad de servicio que se le brinda al cliente, la cual va permitir a los clientes a sentirse en pleno agrado del servicio que se les está brindando, donde permitirá generar conocimiento en los dueños y administradores y poder identificar en que se tiene que mejorar y de esa manera poder satisfacer las necesidades del cliente, dicho esto la presente investigación servirá como guía y referencia donde que ellos puedan tener una investigación más a fondo sobre el tema de la calidad de servicio, y así poder crecer y desarrollarse adecuadamente dentro de los parámetros de la calidad del servicio.

En el presente trabajo de investigación se considera que el modelo SERVPERF es aquel que evalúa la satisfacción del cliente, usando una metodología apropiada para evaluar la satisfacción del cliente en relación con el servicio recibido, por ello esta investigación servirá como un modelo para futuras indagaciones y puedan profundizar el tema de gestión de calidad basada en el modelo SERVPERF aplicadas en los restaurantes de la actualidad.

Finalmente se considera como fundamental que este tipo de propuestas se puedan poner en práctica en el área de trabajo y así mismo brindar un servicio de calidad, tomando en conciencia en lo que se están fallando, para mejorar y que esto traiga beneficios para el cliente, el dueño o gerente, y también para el colaborador, ante esto puedan quedar satisfechos.

La investigación fue de tipo cuantitativo, de nivel descriptivo y diseño no experimental – transversal, la población universal estuvo constituido por 144 MYPES del rubro restaurante, en el cual se tomó como tamaño de muestra a 103 restaurantes en la ciudad de Huaraz, 2017, los datos fueron proporcionados por la municipalidad de Huaraz constatado con la SUNAT. Para la recolección de resultados se empleó una técnica de encuesta, de instrumento el cuestionario con enunciado cerrados, las mismas que fueron dirigidos a representantes de los restaurantes, del mismo modo los datos fueron procesados en el programa de

SPSS vs 24, la presentación de tablas y figuras, realizando el análisis de los resultados.

Entre los principales resultados se pudo notar que el 62,14% de los representantes tienen entre los 31 y 50 años de edad, el 55,34% son de género femenino, el 58,25% tienen el grado de instrucción secundaria, el 78,64% son dueños, el 39,81% tienen entre los 4 y 6 años de permanencia en el mercado, el 97,09 % el objetivo de la creación de la empresa es para generar ganancia, el 100% son persona natural, en cuanto a gestión de calidad, el 45,63% algunas veces identifican problemas dentro de la empresa, el 40,78% algunas veces plantean soluciones para los problemas identificados, 41,75% algunas veces evalúan los resultados obtenidos, el 49,51% casi siempre después de haber realizado la capacitación delega nuevas funciones, el 48,54% casi siempre establecen propuestas de mejora.

Con referente al modelo SERVPERF se ha considerado los principales resultados; el 62,14% nunca tienen una apariencia moderna, el 38,83% algunas veces las instalaciones del restaurante son visualmente atractivo, el 82,52% de los colaboradores casi siempre tienen una apariencia a pulcra, el 67,96% siempre cumplen cuando el colaborador se compromete en hacer algo, el 46,60% algunas veces muestran un sincero interés por solucionar problemas, el 58,25% siempre brindan el servicio lo más rápido posible, el 45,63% algunas veces están dispuesto a ayudarlo, el 51,46% casi siempre tienen amplio conocimiento para responder las inquietudes de los clientes, el 47,57% casi siempre tienen horarios convenientes para sus clientes, el 44,66% casi siempre entienden las necesidades de sus clientes.

Según la revista Emprendedores (2016) en el Perú los restaurantes son una de las fuentes más importantes de la comercialización en la sociedad, pero estas no cumplen con las expectativas del cliente ya que no se brinda un servicio de calidad, uno de los tantos problemas que enfrenta es la gestión de calidad, por ello es importante un sistema de gestión de calidad que permita las mejoras en el

proceso de la empresa, y que esta brinde mejoras para las operaciones de la rentabilidad de la empresa, es por ello que es muy importante tener en conocimiento la gestión de calidad bajo el modelo de SERVPERF y cómo influye en las organizaciones.

II. Revisión de literatura

2.1. Antecedentes

Cruz (2016) en su tesis denominada: “*Calidad del servicio y su incidencia en la satisfacción del cliente del restaurante la huerta, Puno, periodo 2015*” presentada en la Universidad Nacional del Altiplano, para optar el título profesional de Licenciada en Administración, se propuso analizar el nivel de satisfacción del cliente en base a la evaluación de la calidad en el servicio utilizando el modelo SERVQUAL, donde se emplearon los métodos; descriptivo de diseño no experimental, cuantitativo. Aplicandose una encuesta de 22 preguntas, se encontraron los siguientes resultados; el 83,8% de los restaurantes cuentan con una apariencia moderna, el 85,0% de las instalaciones físicas son visualmente atractivos, el 83,8% de los empleados tienen una buena apariencia, el 85,0% entienden las necesidades del cliente.

El 85,0% cuando el empleado se compromete en hacer algo en un cierto tiempo, lo cumple, el 85,5% de los colaboradores, cuando el cliente tiene un problema muestra un sincero interes en solucionarlo, del mismo modo el 83,8% de los empleados muestran tener suficiente conocimientos para responder las preguntas del cliente, así mismo el 80,8% brinda el servicio lo más rapido posible, el 83,8% de los empleados nunca están demasiado ocupados para atenderlos, así mismo el 85,2% de los empleados siempre estan dispuesto en ayudar a sus clientes, el 78,9% de los empleados el comportamiento que poseen inspiran confianza, el 82,5% del los restaurantes ofrecen horarios convenientes para todos los usuarios, Finalmente se llegó a la conclusión de que en el restaurante Huerta brindan un servicio regular con lo que respecta a calidad, atendiendo moderadamente las necesidades de sus clientes, también se determinó que existen importantes implicacione en su mayoría para los empleados.

Chupayo (2018) en su tesis denominada; “*Impacto de la calidad del serviico en la satisfacción en la micro y pequeña empresa del rubro restaurante de comida criolla en Ñaña, distrito de Lurigancho Chosica, 2018*” presentada en la Universidad de ESAN, para optar el título de Licenciado en Administración y

Marketing, planteandose explicar el impacto de la calidad de servicio en la satisfacción de los clientes en las MYPES del rubro restaurantes en Ñaña, distrito de Lurigancho Chosica en el periodo 2018, el diseño de la investigación fue no experimental-transversal, cuantitativo donde se encuestó a 170 representantes de los establecimientos encontrando los siguientes resultados; el 26,5% tienen entre 36 y 41 años, así mismo el 56,5% son de sexo masculino, el 40,6% tienen el grado de instrucción superior técnica, por otro lado el 53,4% tienen equipamiento moderno en los restaurantes, el 60,3% tienen una apariencia pulcra, el 70,6% del personal es altamente competitivo, así mismo el 53,4% nunca están ocupados para atender al cliente, el 57,5% son amables con los clientes, el 58,9% tienen un horario adecuado al cliente, el 61,6% brindan el servicio de manera personalizada, el 56,2% del comportamiento del colaborador inspiran confianza, del mismo modo el 60,3% conocen las necesidades de los clientes. Finalmente se llegó a la conclusión de que los representantes de los restaurantes aplican el modelo SERVPERF preocupándose por brindar un servicio de calidad y así generar la satisfacción al cliente.

Aguirre (2013) en su tesis denominada; *“El servicio de calidad de los restaurantes y la satisfacción del cliente en el distrito de la Unión – Dos de Mayo 2013”* presentada en la Universidad de Huánuco, para optar el título profesional de licenciada en Administración de empresas, se planteó determinar la influencia de los servicios de calidad que brindan los restaurantes del distrito de la Unión en el año 2013, se desarrolló bajo el diseño descriptivo - no experimental, tuvo una población de 490 establecimientos, tomándose como tamaño de muestra a 215, se aplicó una encuesta de varios enunciados, para determinar los siguientes resultados; el 36,7% están de acuerdo que el restaurante cuentan con una infraestructura adecuada, así mismo el 35,3% de los trabajadores tienen una apariencia pulcra, el 35,8% muestran un sincero interés en servirlos, el 42,3% de los colaboradores transmiten confianza a los comensales, del mismo modo el 32,6% están dispuestos a resolver un problema en la necesidad del cliente, el 6,5% brindan el servicio lo más rápido posible. Finalmente se llegó a la conclusión de que los resultados indican que se determinó la influencia en el nivel de

satisfacción de los clientes respecto al servicio de calidad que brindan los restaurantes en el distrito de la Unión.

Tejeda (2018) en su tesis denominada; “ *La gestión de calidad en la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio- rubro restaurantes de la ciudad de Tingo María, año 2017*” presentada en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, para optar el título profesional de Licenciada en Administración, se propuso determinar las principales características de la gestión de calidad en la competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de la ciudad de Tingo Maria del año 2017, la investigación fue de diseño no experimental transversal, tuvo una población de 20 restaurantes, tomándose como tamaño de muestra a 12 micro y pequeñas empresas, a quienes se le aplicó una encuesta de 22 enunciados obteniéndose los siguientes resultados:

El 50% de los representantes tienen entre los 30 y 50 años, así mismo el 66.7% son de sexo masculino, el 41,7% tienen estudios secundarios, el 75,0% son dueños, el 66,6% tienen de 5 a más años desempeñando en el cargo, el 91,7% tienen de 3 trabajadores a más, el 91,7% tiene como objetivo maximizar ganancias, por otro lado el 58,3% no cuentan con equipos de alta tecnología, el 100% de los pedidos se entrega en el tiempo pactado. Finalmente se llegó a la conclusión de que se considera que las características de la gestión de la calidad en su mayoría no aplican.

Silva (2015) en su tesis denominada; “*Calidad del servicio al cliente en el restaurante la Lomits-Tombogrande-2015*” presentada en la Universidad Nacional de Piura, para optar el título profesional de Licenciada en Ciencias Administrativas, planteándose determinar la calidad del servicio al cliente del restaurante la Lomita del distrito de Tambogrande, 2015, donde se realizó una investigación no experimental bajo la característica de nivel descriptivo, tomándose como tamaño de muestra a 171 establecimientos, a quienes se les aplicó una encuesta de varias preguntas, determinando los siguientes resultados; el 60,00% de las empresas no cuentan con una apariencia moderna, el 70,00% de

los restaurantes las instalaciones físicas son visualmente atractivos, el 30,00% de los colaboradores tienen una apariencia pulcra, el 80,00% de los elementos materiales relacionados con el servicio son visualmente atractivos, el 60% cuando prometen hacer algo en un cierto tiempo, lo hacen, el 50% cuando el cliente tiene un problema, muestra un sincero interés por solucionarlo, el 60% concluye el servicio en el tiempo promedio, el 50% del personal ofrecen el servicio rápido a los clientes, el 50% del personal está dispuesto a atenderlo, el 60% del personal nunca están demasiado ocupados para responder a las preguntas de los clientes, el 50% el comportamiento de los empleados inspiran confianza;

Así mismo el 60% el personal son siempre amables con los clientes, el 50% de los empleados tienen suficientes conocimientos para responder a las preguntas del cliente, el 30% tienen horarios de trabajo convenientes para sus clientes, el 60% le brindan a sus clientes una atención personalizada, el 40% comprenden las necesidades específicas de los clientes. Finalmente se concluyó que el modelo SERVPERF llegó a determinar la percepción de los clientes, en el cual se detectó la desventaja en la dimensión de elementos tangibles, la empresa no cuenta con equipos modernos, falta visualización de los materiales de los platos que ofrece la empresa.

Tacunan (2016), en su tesis denominada; *“Caracterización de la gestión de calidad de servicio bajo el modelo SERVPERF en las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro restaurantes en el distrito de Huari, 2014”* presentada en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, quien elaboró su tesis para optar el título profesional de Licenciada en Administración, donde se planteó describir las principales características de la calidad de servicio bajo el modelo SERVPERF en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes en el distrito de Huari, 2014.

Donde se utilizó un tipo y nivel de investigación descriptiva - cuantitativa y un diseño transeccional, se identificó una población de 11 490 comensales, de las cuales se cogió una muestra de 339 clientes a quienes se les aplicó la encuesta de varias preguntas cerradas, donde se obtuvo los siguientes resultados; el 38,7% de los encuestados manifiestan estar de acuerdo respecto a los materiales

relacionados con el servicio, en tanto en 37,2 % de los encuestados no están de acuerdo ni en desacuerdo respecto al sincero interés en solucionar un problema y el 51,8% de los encuestados no están ni de acuerdo ni en desacuerdo respecto a la disponibilidad de los empleados para prestar ayuda a sus clientes. Finalmente llegó a la conclusión de que los clientes encuestados perciben que existe una baja calidad en relación a los servicios que ofrecen en los restaurantes.

Luna (2016), en su tesis denominada; *“Caracterización de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes en el distrito de nuevo Chimbote, 2013”* presentada en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, quien elaboró su tesis para optar el título profesional de Licenciado en Administración, se planteó el siguiente objetivo general; Determinar las principales características de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurante en el distrito de Nuevo Chimbote, 2013, en el presente trabajo de investigación se utilizó el diseño no experimental descriptivo, transversal y cuantitativo, tomándose una población de 90 micro y pequeñas empresas.

De las cuales se tomó como muestra a 23 micro y pequeñas empresas a quienes se le aplicó una encuesta de varias preguntas cerradas, obteniéndose los siguientes resultados; el 46,9 % de los encuestados son de sexo masculino, en tanto el 52,2 % de los encuestados tienen entre 18 y 30 años de edad, por otro lado el 47,8 % de los encuestados el grado que tiene es universitario, seguidamente el 43,5 % tienen 3 años dentro de mercado comercial, y el 100% no cuentan con estándares de calidad ISO, el 60,9 % aplica una gestión de calidad, en tanto el 78,3% realiza capacitación orientado al servicio. Finalmente llegó a la conclusión que la totalidad de los representantes de los restaurantes desconocen sobre los estándares de calidad, puesto que lo usan como ellos de manera errada.

Aranda (2017) en su tesis denominada; *“La gestión de calidad bajo el enfoque de la calidad total en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes del Casco Urbano de Chimbote, 2016”* presentada en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, para optar el título profesional de Licenciado

en Administración, planteandose determinar las características de la gestión de calidad bajo el enfoque de la calidad total en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurante del Casco Urbano de Chimbote, 2016. Se utilizó de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental - transversal, encontrandose una población de 149 unidades económicas, tomandose como tamaño de muestra a 27 microempresas, a las cuales se le aplicó un cuestionario de 20 preguntas, encontrandose los siguientes resultados; el 51,9% tienen entre los 31 y 50 años de edad, el 51,9% son de sexo femenino, el 51,9% tienen el grado de superior universitario, el 40,74% tienen el cargo de administrador, el 48,15% tienen de 6 años a más en el cargo, el 59,3% tienen más de 6 años en el mercado, así mismo el 59,26% tienen de 1 a 5 trabajadores.

El 44,5% de los trabajadores no son familiares, 59,26% de los restaurantes fueron creados con la finalidad de generar ganancias, el 100% planifican soluciones a los problemas en el proceso de preparación de los alimentos, así mismo el 88,9% se establecen los logros, y criterios las cuales serán parte del servicio a brindar, así mismo el 92,6% realiza un seguimiento detallado de los problemas que se podrían darse en el proceso de preparación de alimentos, del mismo modo el 96,3% implementan los cambios en la empresa para solucionar los problemas en el proceso de preparación de los alimentos. Finalmente se llegó a la conclusión de que la gran mayoría de los restaurantes tienen más de 6 años en el rubro, la mayoría de los trabajadores no son familiares, la mayoría de los representantes establecen logros, criterios para el servicio que se va a brindar.

Díaz (2018) en su tesis denominada; “*Gestión de calidad con el uso de las estrategias competitivas genéricas en las micro y pequeñas empresas del rubro restaurante del distrito de Independencia, provincia de Huaraz, 2017*” presentada en la Universidad Católica los Angeles de Chimbote, para optar el título profesional de Licenciado en Administración, planteandose determinar las principales características de la gestión de calidad con el uso de las estrategias competitivas genéricas en las micro y pequeñas empresas del rubro restaurante del distrito de Independencia, provincia de Huaraz, 2017, el tipo de investigación utilizada fue descriptiva, de nivel cuantitativo, diseño no experimental transversal

La población muestral estuvo conformada por 153 representantes, a quienes se le aplicó un cuestionario de 29 preguntas cerradas, en el cual se obtuvo los siguientes resultados; el 62,75% de los restaurantes son conducidos por mujeres, de entre los 41 a 50 años con nivel educativo secundario, contando con 1 a 4 trabajadores, llevan funcionando la mayoría menos de 6 años. El 44,44% manifiesta que algunas veces planifican sus objetivos como empresa a corto plazo, el 48,37% manifiestan que algunas veces determinan un plan de actividades a desarrollar, el 66,67% afirman que algunas veces deternan índices de control para el de sus objetivos, el 56,21% afirman que solo algunas veces capacitan a sus empleados en cunato al manejo correcto de los alimentos, el 64,05% manifiestan que algunas veces difinen las funciones de cada trabajador, el 75,16% manifiesta que solo algunas veces conforman equipo de trabajo para el correcto desarrollo de las actividades.

Del mismo modo el 45,10% casi siempre controlan el adecuado manejer de los alimentos en la cocina, el 72,55% algunas veces verifican el correcto almacenamiento de los alimentos, el 65,36% algunas veces establecen medidas correctivas para el normal funcionamiento de la empresa. Finalmente se determinó que los representantes de los restaurantes del distrito de Independencia, en ocasiones aplican estrategias de liderazgo en costos y en su totalidad de representantes de las MYPES del rubro restaurante en el distrito de Independencia, provincia de Huaraz, 2017 tienen como representante a los propios dueños, donde la mayoría de restaurantes son conducidas por mujeres, teniendo el grado de estudios como secundaria, contando ente 1 y 4 trabajadores.

Bojórquez (2018) en su tesis denominada; *“Gestión de calidad con el uso del marketing relacional en las micro y pequeñas empresas sector servicio, rubro restaurante, polleria de la ciudad de Huaraz, 2017”* presentada en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, para optar el título profesional de Licenciada en Administración, planteandose establecer las principales características de la gestión de calidad con el uso de merketing relacional, en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurante, polleria en la ciudad de Huaraz, 2017. Se recurrio a un diseño transeccional, tipo y nivel de investigación

descriptivo – cuantitativa; para el recojo de la información se determinó una muestra de 16 representantes de las micro y pequeñas empresas, a quienes se les aplicó un cuestionario de 21 preguntas cerradas, encontrándose los siguientes resultados; el 31,25% tienen un rango de 46 a 55 años, así mismo el 68,75% son de sexo femenino, del mismo modo el 37,50% tienen un año en la actividad, el 56,25% cuentan con 1 a 5 colaboradores, por otro lado el 68,75% regularmente implementan programas de capacitación al personal a su cargo, el 43,75% regularmente considera que la empresa pone en práctica los planes trazados, el 50,00 nunca verifican el cumplimiento de los objetivos, Finalmente se llegó a la conclusión de que la mayoría de los representantes son de sexo femenino, el 56,25% cuentan de 1 a 5 colaboradores, en relación a las características del marketing relacional, se brinda la confianza, pero no busca la continuidad del cliente siendo este parte del compromiso, ni la intención de mantener la relación.

2.2. Bases teóricas de la investigación

2.2.1 Gestión de calidad

a) Definición

Kotler (2003) indica que la calidad se basa en las expectativas, necesidades y deseos del cliente y afirma que la calidad de un producto o servicio no proviene de lo que se utiliza en él, sino más bien del provecho que el cliente puede sacar del mismo, es decir la calidad viene impuesta por el cliente, entonces el trabajo es brindar un excelente servicio y ésta sea de la mejor calidad.

Feigenbaum (1986) manifestó que la calidad de servicio está establecida por el cliente, mas no por el ingeniero, ni por la gerencia general. Está fundamentada en la experiencia del cliente con el producto ya sea bien o servicio recibido, por lo cual se puede decir que la calidad es percibida y valorada por el cliente.

Cuatrecasas (2010) sostiene que la gestión de calidad es un carácter de mejora continua de la calidad de todas las técnicas, bienes y servicios, todo ello mediante la participación de todas las personas que estén comprometidos con la organización, esto resulte como un desarrollo al agrado y la lealtad del consumidor y del mismo modo lograr el progreso de los resultados de la organización, además de estar encaminada a obtener la eficacia de todos los recursos organizativos, técnicos e individuos, en base a todo ello abarca una serie de opiniones como la gestión participativa, bienestar de los clientes, motivación y formación, mejora continua, etc. (p. 62).

Deming (1989) define la calidad como la mejora continua de la organización con la colaboración de todo el miembro que participa de manera directa e indirecta en las empresas como son; proveedores, clientes, responsables de la producción o elaboración de los productos o servicios. También mientras que la calidad mejore se va ver costos menores por la cantidad de errores habidas, esto implica que cuando haya menor demora va ser mejor la utilización de materiales, por ende, el resultado va ser la mejor de la productividad esto conlleva a captar mejores mercados para ofrecer total calidad a bajos precios y es así que permitirá el crecimiento de la organización.

Deming citado por Cuatrecasas (2010) indica que el ciclo de mejora, actúa como una guía para llevar a cabo la mejora continua solucionando problemas existentes dentro de la empresa, mediante ello está constituido por cuatro ciclos o fases sistemáticos presentándose de la siguiente manera ; (a) Planear; (b) Hacer; (c) Verificar; (d) Actuar (p. 66).

1. Planear

Deming (1989) indica que en esta fase se pregunta cuáles son los objetivos que se quiere alcanzar y cuáles serán las elecciones de los métodos adecuados para lograr, precisamente se tiene que conocer las situaciones en la cual se encuentra la empresa, todo esto mediante la

recopilación de datos e investigación necesaria, mediante ello se podrá realizar los objetivos. Además, se debe realizar el estudio de causas y correspondientes para que de esa manera se puede prevenir los fallos y problemas de la situación sometidas a estudio entre los beneficios de esta etapa es que permite identificar y eliminar las causas de los problemas (p.66)

2. Hacer:

Deming (1989) consiste en llevar a cabo el trabajo y todo lo que se ha corregido anteriormente, correspondiendo en este ciclo a la formulación e instrucción de los individuos para que logren una preparación en las actividades que han de cumplir consecutivamente, por ello es muy trascendental liderar los procesos agrupando a los trabajadores en equipo para que de una vez que se haya comprobado su desempeño, en la siguiente fase se realice la acción del avance el beneficio radica en que; brinde garantías de una gestión efectiva en el proceso del recojo de resultados

3. Verificar:

Deming (1989) afirma que una vez puesta en marcha la actividad se acreditar y registra los resultados obtenidos en esa instancia, en el cual se debe emplear las mejoras que han sido planeadas, se debe demostrar si los objetivos se han alcanzado, de lo contrario se realizará una planificación de nuevo para tratar de superar esas falencias detectadas, el beneficio radica en que permite eliminar los trabajos innecesarios, ya habiendo verificado y controlado se podrá ver si hay tareas que se están repitiendo o ver procesos que se estén realizando erróneamente.

4. Actuar

Deming (1989) alega que en esta última etapa ya habiéndose comprobado que las tareas comprendidas dan resultados, es preciso plasmar su regulación mediante la presentación de un documento adecuado, donde que en ello se redactará lo aprendido, como se ha efectuado, con el fin de determinar el cambio o acción de mejora introduciendo en el proceso de actividades, su beneficio es permite mantener niveles y búsqueda de mejora continua de lo que trata ser mejor hoy, de lo que fue ayer, y mañana de lo hemos sido hoy.

b) Principios de calidad total

Evans (2008) menciona tres principios fundamentales en base a la calidad como son: (a) Clientes y accionistas; (b) participación y el trabajo en equipo de todas las organizaciones; (c) Proceso apoyado para el mejoramiento y aprendizaje continuo.

1) Clientes y accionistas

Evans (2008) manifiesta que en este caso el cliente es quien va juzgar a cerca del servicio que está recibiendo, las percepciones de valor y satisfacción concierne al cliente, por tan motivo las empresas realizan una ardua tarea expandiéndose al más allá y no simplemente se queda en alguna tarea designada, en tanto puedan disminuir los defectos y errores que se le brinda al cliente.

2) Participación y el trabajo en equipo de todas las organizaciones

Evans (2008) afirma que los directivos proporcionan a los colaboradores herramientas necesarias para que ellos puedan tomar decisiones acertadas, así como la motivación, el incentivo para hacer de estos productos y

procesos de mejor calidad. Los colaboradores se les permite cooperar en lo que ellos decidan bien individual como también en equipo, esto va contribuir en el trabajo que está realizando, en tanto el cliente efectuará cooperaciones relevantes a la calidad. Esa actitud va representar un gran cambio, donde antiguamente la fuerza laborar tenía que ser administrada, quiere decir que no se valoraba el esfuerzo que hacían los trabajadores, por lo cual para que haya calidad total en el servicio es necesario que coordinen empleador y empleado lleguen a un acuerdo mutuo.

3) Proceso apoyado por el mejoramiento y el aprendizaje continuo

Evans (2008) manifiesta que es como el trabajo crea valor para los clientes por eso se tiene que seguir una secuencia de actividades para lograr el resultado esperado. Por ende, el trabajo se realiza en sentido horizontal para la transformación de insumos en productos.

c) Ventajas de la gestión de calidad

Según Duran (1992) señala las ventajas de la gestión de la calidad como las siguientes: (a) Mejora la satisfacción del cliente; (b) Homogenización de los bienes o servicios; (c) Aumento de la eficacia y reducción de costos; (d) Incremento de la rentabilidad económica; (e) Potenciación de la imagen positiva de la empresa; (f) Impulso de la motivación de los trabajadores; (g) Crecimiento de la coordinación interdepartamental.

1) Mejora de la satisfacción del cliente

Duran (1992) indica que el sistema de gestión de la calidad es aquel que permite que el proceso productivo esté orientado tanto en necesidades de los usuarios como también en los parámetros de la organización, donde permite incorporar las demandas del comprador en los bienes y servicios finales y esta tenga un camino a la mejora y este más satisfecho.

2. Homogenización de los productos o servicios

Duran (1992) afirma que la organización no solo conseguirá resultados de mejor calidad, por lo contrario, conseguirá una producción similar y estable, gracias al aplicar correctamente el sistema de la gestión de calidad en proceso de mejora para la empresa.

3. Aumento de la eficiencia y reducción de costes

Duran (1992) sostiene cuál es la manera más óptima para crear un bien o servicio, donde que la empresa pueda excluir los pasos innecesarios y desarrollar una gestión del período más eficiente, al descubrir las fallas o faltas en la elaboración del producto o la prestación de servicios, obteniendo una mayor eficiencia y el ahorro en los costos innecesarios que se pueden presentar en algún momento dado.

4. Incremento de la rentabilidad económica

Duran (1992) sostiene que, si la empresa logra satisfacer al cliente con costos bajos el resultado, y al preparar una gran cantidad de productos serán muy buenas las ventas y se reducirá gastos, mediante ello se incrementará los ingresos para la empresa y esto conseguirá el logro de las metas y la satisfacción tanto de cliente como también de la organización.

5. Potenciación de la imagen positiva de la empresa

Duran (1992) manifiesta que al contar con el método de la gestión de calidad ayuda a que mejore la reputación de la marca en el mercado, tanto en los consumidores actuales como también en los consumidores potenciales, ellos son quienes se enteraran del buen trabajo y servicio que brinda la organización.

6. Impulso de la motivación de los trabajadores

Duran (1992) alega que componer a los colaboradores en el estudio de las técnicas, para preparar los aspectos de mejora, esto forjará a que se sientan más comprometidos con los objetivos de la organización. Ya que tendera conocimiento del trabajo que van a realizar, esto será más fácil de conseguir los resultados y así mismo se aumentará su satisfacción.

7. Crecimiento de la coordinación interdepartamental

Duran (1994) indica que el equipo de trabajo sabe qué papel cumple dentro de la organización e integración entre distintos departamentos, por ello apresura el mejoramiento final de la empresa, satisfaciendo ampliamente las necesidades de los consumidores, con ello se intenta obtener mejores resultados.

2.2.2. Modelo SERVPERF

Taylor (1994) presentó su escala de SERVPERF, que necesariamente evalúa las percepciones del consumidor sobre la calidad de servicio recibido. Donde mide los resultados con una calificación acumulada de la calidad de servicio, por lo cual se representa mediante un gráfico relativamente y agrupado por grupos de consumidores. Donde realizó un estudio a ocho empresas de servicio, en la cual propuso este modelo llamado SERVPERF, la cual se enfoca en medir y evaluar las percepciones de los clientes, por ende, plantea catorce puntos referentes a la calidad de servicio brindado al demandante y de ese modo las empresas alcancen a una perspectiva productivo y competitivo, las cuales son:

- Crear conciencia con la intención de optimar el producto y servicio para ser competitivo y permanecer en el mercado.
- Adoptar nueva filosofía.
- Acabar con la sumisión de la investigación intensa.

- Saldar con la práctica de hacer mercados sobre el precio.
- Mostrar el origen de los problemas.
- Proponer en práctica métodos para la capacitación en el trabajo.
- Proponer en práctica métodos modernos de supervisión para los trabajadores de producción.
- Eliminar de la organización todo temor que impida que los trabajadores puedan laborar de manera efectiva en ella.
- Eliminar las barreras que existan en los departamentos de cada área de la organización.
- Destacar objetivos numéricos, carteles y lemas dirigidos a la fuerza del trabajo que soliciten nuevos niveles de productividad sin ofrecer métodos para alcanzarlos.
- Excluir normas de trabajo que prescriban cuotas numéricas.
- Retirar las barreras que enfrentan al trabajador de la línea con su derecho a sentir orgullo por su trabajo.
- Implantar un fuerte programa de educación y reentrenamiento.
- Formar una estructura en la alta administración que asegure en el día a día.

Duque (2005) atestigua que el modelo SERVPERF es uno de los modelos muy importante, puesto que sirve para medir la calidad del servicio, donde tiene propiedades psicométricas así mismo este modelo es la más adecuada, donde que mediante una escala se tiene la capacidad para facilitar información relevante a los representantes acerca de las correcciones respectivas que se les tiene que dar a todo el personal que labore y en esta se detecta fallas y errores en la calidad, donde se mide de la siguiente manera donde uno es muy malo y cinco es excelente.

Cronin y Taylor (1992) manifiestan que el modelo SERVPERF es fundamental por que sirve para calcular y valorar el desempeño en la calidad del servicio, donde es usado principalmente para una cercanía al gusto del consumidor, determinado como el estado de ánimo de las personas que perciben un producto o servicio con sus perspectivas. En el cual indica las

cinco dimensiones y esta influya en el grado de satisfacción del cliente, se hace mención a continuación; (a) Elementos tangibles; (b) Fiabilidad; (c) Seguridad; (d) Capacidad de respuesta y (e) Empatía.

1. Elementos tangibles

Cronin y Taylor (1992) sostienen que son aspectos físicos del servicio como son; equipamiento, la apariencia personal y materiales de comunicación, es todo aquello que conforman el ambiente del local, materiales y publicidad que estén relacionados al servicio que se ofrece en la organización, siendo ello muy importante por que mediante ello los clientes perciben todo el servicio que ofrece la empresa.

2. Fiabilidad

Cronin y Taylor (1992) indican que, brindar un buen servicio al cliente significa dar una muy buena atención, un trato cordial, amable, saludando, mostrando una sonrisa cálida, poder decir muchas gracias, mediante ello se le hace entender que al cliente se le tiene que hacer sentir especial e importante en las empresas, al poder brindar un excelente servicio al cliente podrá dar posibilidades de ganar la confianza y preferencia de este, por ende se podrá lograr que vuelva a consumir al establecimiento y a la vez podrá recomendar entre su círculo de amistades.

3. Seguridad

Cronin y Taylor (1992) alegan que consiste en conocimiento y capacidad para inspirar confianza y seguridad a sus consumidores, donde implica credibilidad, integridad y honestidad, teniendo la certeza de que el problema están en buenas manos, seguro, tranquilo sabiendo que se va a solucionar dicho inconveniente, inexistencia de peligro o riesgos.

4. Capacidad de respuesta

Cronin y Taylor (1992) afirman que se comunica al cliente cuanto se va tomar el tiempo para brindar el servicio, la respuesta a sus preguntas, flexibilidad, y la capacidad para personalizar el servicio a las necesidades del cliente, el cumplimiento de los compromisos. respuesta pronta, deseos de ayudar al usuario y de proveer el servicio con prontitud y esmero.

5. Empatía

Cronin y Taylor (1992) alegan que es una capacidad para poder entender y comprender las necesidades y sentimientos de los usuarios, sabiendo que ellos quieren sentirse importante, un trato como le gustaria que lo tratasen muchas de las veces se ha observado que el trato que brindan no es igual para todos, el empleado debe de tratar de la misma forma que desearía ser tratado y atendido solucionando los posibles problemas si es que lo hubiera.

2.2.3. Micro y pequeñas empresas

La SUNAT (2016) define a las micro y pequeña empresa como una unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, en cualquier organización o gestión empresarial bajo el interés en la legislación vigente, teniendo como objetivo desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o servicios. Es importante resaltar que las MYPES necesitan constituirse, como persona jurídica. Las micro y pequeñas empresas actualmente se consideran el sector productivo más importante en muchas economías, dado esto se puede decir que tanto en los países desarrollados y como países que están en desarrollo.

a) Características de las micro y pequeñas empresas

Según el Ministerio de Economía y Finanzas (2013) según la ley N° 30056 actualmente las MYPES se caracterizan de la siguiente manera; (a) Microempresa; el número de trabajadores es ilimitada, donde el nivel de venta anual no excede de 150 unidades impositivas tributarias (UIT); (b) Pequeñas Empresas; del mismo modo la cantidad de trabajadores es ilimitado, siendo el nivel de venta anual más de 150 UIT y no superan de 1700 UIT.

Según Jack (2016). Menciona algunas características de las MYPES

- El crecimiento de las MYPE por lo general es superior a la de la microempresa y puede ser mayor que el mediano o grande.
- Por lo general en las MYPE hay mayor división del trabajo que las microempresas puesto que esto ocasiona una mayor complejidad en solucionar problemas que se presentan, lo cual va requerir de una adecuada división de funciones de autoridad.
- Requiere una mejor organización en relación y coordinación del colaborador y el uso de materiales.
- Tiene capacidad para abarcar el mercado local, regional, y nacional, con la disponibilidad de ser en la red de internet, además puede traspasar los límites con sus productos.
- Actualmente está en plena capacidad con otras organizaciones parecidas.
- Se acostumbra a tener un excelente conocimiento acerca del producto y servicio que se está brindando, además sienten pasión y disfrutan en lo que hacen.

b) Importancia de la micro y pequeñas empresas

Cabello (2001) afirma que la importancia de las MYPES se puede ver en diferentes ángulos, mencionadas de la siguiente manera; (a) en primera

instancia es fuentes de empleos; proporciona promoción de empleos en la medida y permite acceso a bajos recursos; (b) en segunda instancia; resuelven problemas donde es un apoyo muy importante para la empresa, mediante ello se da oportunidad a que las personas sin trabajo y de escasos recursos económicos pueden generar su propio trabajo, contribuyendo con la producción de la organización.

c) Crecimiento de las micro y pequeñas empresas en el Perú

Según el estudio realizado por el gobierno regional de San Martín, aún existe la falta de continuidad por parte de los consumidores, esto afecta la producción y ventas, generalmente por alguna temporada, viéndose que los ofertantes dan a su cliente por crédito y muchas veces no pagan a tiempo, también por el ingreso de la competencia, no puede crecer la MYPE, lastimosamente en el Perú se considera a los productos del extranjero como calidad y le dan una mínima importancia al producto peruano, a lo cual no debería ser así, sabemos que el producto peruano que se ofrece es de muy buena calidad, no deberíamos preferir el resto, a lo contrario lo nuestro debe ser primero. Por otro lado, el sistema bancario es un gran obstáculo porque al realizar algún préstamo su tasa de interés es muy elevados, puesto que los usuarios solo trabajan para poder devolver el préstamo más el interés (Vigil, 2010).

Según el diario Comercio (2016) Las MYPES tendrían un crecimiento si los empresarios informales tomaran conciencia y pagaran los impuestos y serían formales, muchos de los clientes prefieren adquirir sus productos de empresarios informales puesto que lo consiguen a precios cómodos, que adquirir de empresas formales que tienen un costo más elevado puesto que ellos tienen que pagar distintas obligaciones.

2.2.4. Rubro restaurante

a) Restaurante

Según Fernández (1997) manifiesta que es un establecimiento en donde se ofrece alimentos y bebidas de distintos tipos, en donde se brinda un servicio y atención, es decir que los comensales que asisten a un restaurante se sientan cómodos y puedan elegir aquello que desea degustar en la cual va ser atendido por mozos o meceros.

Bembibre (2009) indica que es un espacio público donde puede acceder todo tipo de personas, donde es brindado el servicio de alimentos a los comensales a cambio de un pago. La idea del restaurante ha existido desde los tiempos más remotos para la humanidad, aunque antiguamente los modos de pago a los platos servidos, la atención, el ambiente y la calidad fueron muy distintos. Hoy en día los restaurantes son lujosos con espacio grande y espacio accesible y la calidad es muy buena.

b) Tipos de restaurantes

Sudhir (2014) señala algunos de los principales tipos de restaurantes como son los siguientes; (a) Restaurante buffet o tenedor libre; (b) Restaurante de comida rápida; (c) Restaurante de alta cocina (Gourmet); y (d) Restaurantes temáticos.

1. Restaurante Buffet o tenedor libre

Sudhir (2014) demuestra que es un lugar en donde se puede elegir una gran variedad de platos y pueda servirse uno mismo. En ocasiones se paga un monto fijo y en otras ocasiones por la cantidad consumida. Por lo cual es una forma más rápida y sencilla de servir a grandes grupos de comensales.

2. Restaurante de Comida Rápida

Sudhir (2014) ostenta que son restaurantes informales, en donde que generalmente venden en la calle en carritos, en donde se consigue alimentos simples y de rápida preparación, tales como; salchipollo, salchipapa, hamburguesa, Pizza, etc.

3. Restaurante de Alta Cocina (Gourmet)

Sudhir (2014) alega que es donde los alimentos son de gran calidad y se sirven a la mesa. Por ende, el pedido es a la carta por lo cual el alimento se prepara al instante, el costo va depender del servicio y la calidad de plato que consume, Donde la comida y la bebida se escogen cuidadosamente, sin olvidar los detalles en el servicio como es la decoración y la ambientación, se elige de la misma manera teniendo en cuenta la calidad total.

4. Restaurantes Temáticos

Sudhir (2014) indica que es donde se clasifican por el tipo de comida ofrecida, por lo cual el más común depende del origen de la cocina, y lo más popular en todo el mundo como puede ser lo siguiente; la cocina italiana, cocina china, cocina mexicana, cocina japonesa y además los restaurantes espectáculos, etc.

2.3. Marco conceptual

a) Calidad

Es definida como cumplimiento de requisitos; el sistema de calidad es prevención el estándar de realización es cero defectos, y la medida de calidad es el precio del incumplimiento, responde a la conformidad con los requisitos establecidos por el cliente (Philip Crosby)

b) Comprensión de las necesidades y expectativas del cliente

Los clientes compran bienes y servicios para satisfacer sus necesidades específicas y evalúan los resultados de sus compras con base en lo que esperan recibir. Las necesidades están arraigadas profundamente en el inconsciente de las personas y tienen que ver con asuntos de identidad y de supervivencia. Cuando la gente tiene una necesidad, se siente motivada a llevar a cabo una acción para satisfacerla (Reynoso, 2011).

c) Crecimiento de las micro y pequeñas empresas en el Perú

En el Perú el futuro de las MYPES es inseguro puesto que el 90% tienen baja productividad, puesto que las personas solo trabajan para poder mantenerse, por ende esto hace que las empresas tengan un bajo crecimiento, debido a los siguientes factores: muchas de las empresas buscan reducir sus costos para que puedan aumentar sus ganancias, contratando a trabajadores, remunerando menos del sueldo mínimo con jornadas largas es decir más de doce 12 horas laborales y sin contar con los beneficios social que estipulan la ley laborales (Lazo, 2007).

d) Expectativas de los clientes

Son circunstancias que el cliente espera que sea cumplido de manera fiable, capacidad de respuesta, profesionalismo, accesibilidad, cortesía, comunicación, credibilidad, seguridad, comprensión y elementos tangibles; todas esas expectativas deben ser cumplidas y así se podrá tener un clientes satisfechos y encantados, aquello que espera vivir o encontrarse, siendo las expectativas de cada cliente muy diferente al otro (ISMI, 2014).

e) El Servicio

El servicio es muy valioso para las empresas que están presionadas por la competencia. Las empresas de mayor éxito se centran en el servicio, mas no en el precio, después de todo la competencia en precios produce compradores, pero no necesariamente clientes, cualquiera puede bajar sus

precios, pero dé a su clientela algo mucho más valioso, algo como tratarla de forma personalizada, preocupándose sinceramente por su interés y se mostraran dispuesto a pagar el precio que se les pida y va volver una y otra vez (Tschohl, 2011).

f) Micro y pequeñas empresas

El micro y pequeña empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, en cualquier organización o gestión empresarial bajo el interés en la legislación vigente, teniendo como objetivo desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o servicios. Es importante resaltar que las MYPES necesitan constituirse, como persona jurídica (MEP, 2016).

g) Satisfacción de los clientes

Se denomina como la percepción del cliente sobre el grado en que han cumplido con sus gustos y preferencias y la satisfacción que experimenta un cliente en relación a un producto servicio que adquiere, precisamente porque ha cubierto en pleno las expectativas depositadas en el momento de haberlo adquirido, es decir hace referencia a la conformidad del cliente con el producto que compró ya que cumplió satisfactoriamente con la promesa de venta oportuna (Cuatrecasas, 2010)

III. Metodología

3.1. Diseño de la investigación

La presente investigación fue no experimental-transversal, puesto que se realizó sin manipular, tan solo se limitó a un solo estudio de las variables en el contexto dado y se recolectó datos en un solo momento siendo el propósito, obtener información tal como se mostró al momento de levantar la información. A cerca de la aplicación del modelo SERVPERF de las micro y pequeñas empresas del rubro restaurante en la ciudad de Huaraz. El tipo de investigación fue cuantitativo ya que se llevó a cabo a través de la recolección de datos de la variable y análisis a través de métodos estadísticos descriptivos. El nivel fue descriptivo porque se detalló las principales características respecto a los representantes de las micro y pequeñas empresas, la gestión de calidad bajo el modelo SERVPERF, donde se aplicó en el rubro de restaurante en la ciudad de Huaraz, 2017.

3.2. Población y Muestra

Para este estudio la población estuvo conformado por los representantes de las MYPES del rubro restaurante en la ciudad de Huaraz, 2017. En cuanto a la determinación de la muestra, se utilizó datos proporcionados por la municipalidad constatado con la SUNAT, por lo que se identificó 144 restaurantes que están activos, en el cual se tomó como tamaño de muestra a 103 restaurantes de las MYPE en la ciudad de Huaraz, tomando la siguiente formula destinada para la población finita.

Z = Nivel de confianza

p = Porcentaje de la población que tiene el atributo deseado.

q = Porcentaje de la población que no tiene el atributo deseado

N = Tamaño del universo

e = Error de estimación máximo acertado

n = Tamaño de la muestra

Z =	1.96
p =	50%
q =	50%
N =	144
e =	5%
n =	102.80

$$n = \frac{Z^2 * N * p * q}{e^2 * (N - 1) + (Z^2 * p * q)}$$

$$n = \frac{(1.96)^2 (144) (0.50) (0.50)}{(0.05)^2 (144 - 1) + (1.96)^2 (0.50) (0.50)}$$

$$n = 202.8$$

$$n = 103$$

3.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores

Variable		Definición operacional			Escala de Medición
Denominación	Definición conceptual	Dimensiones		Indicadores	
		Denominación	Definición	Denominación	
Gestión de calidad	Deming (1989) define la calidad como la mejora continua de la organización con la colaboración de todo el miembro que labora en dicha empresa como son; proveedores, clientes, responsables de la producción o elaboración del producto.	Planificar	Diagnosticó de necesidades de la capacitación, mediante la recopilación de datos e información necesaria, para establecer objetivos y prevenir fallos que se puedan dar dentro de la empresa.	Diagnóstico de las necesidades	ESCALA DE LIKERT
				Recojo de información	
				Plantear una lista de soluciones	
		Hacer	Establecen Acciones de mejorar, implementando soluciones a todo lo que se ha detectado en la anterior fase.	Definir responsabilidades de las actividades	
				Establecimientos del manual de funciones	
		Verificar	Comprobar y evaluar si los resultados se han logrado los objetivos, recopilando datos del control, definiendo nuevas responsabilidades.	Conformación de equipos de trabajo	
				Verificar los procedimientos	
Actuar	Realizar su normalización mediante la presentación de documento adecuado donde abale la solución de problemas identificados.	Evaluar resultados			
		Aplicación de los resultados			
Modelo SERVPERF	Cronin & Taylor (1992) manifiesta que el modelo SERVPERF es fundamental por que sirve para calcular y valorar el desempeño en la calidad del servicio, donde es usado principalmente para una cercanía al gusto del consumidor, determinado como el estado de ánimo de las personas que perciben un producto o servicio con sus perspectivas.	Elementos tangibles	La apariencia de las instalaciones físicas, equipo, personal, etc. Las condiciones en las que trabaja el colaborador deben ser las más adecuadas.	Establecimiento de mejoras preventivas	ESCALA DE LIKERT
				Instalaciones físicas	
				Material visualmente atractivo	
				Apariencia pulcra de los trabajadores	
		Fiabilidad	Habilidad para ejecutar el servicio prometido de forma fiable y muy cuidadosa.	Promesa	
				Tiempo promedio	
		Capacidad de respuesta	Comunicación con el cliente, el tiempo para brindar el servicio, cumplimiento con lo prometido, respuesta pronta y la habilidad para realizar el servicio.	Interés	
				Rapidez	
				Disponibilidad	
		Seguridad	Conocimiento y capacidad para inspirar confianza y seguridad mostrado por los empleados.	Amplio conocimiento	
				Amabilidad	
Confianza					
Empatía	Toma como valor a lo que tiene el cliente, capacidad para entender y comprender las necesidades del cliente, atención personalizada.	Interés			
		Horarios convenientes			
		Necesidades del cliente			

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para el presente trabajo de investigación se aplicó una encuesta técnica, mediante el modelo SERVPERF, con cuestionarios ya validados anteriormente por otros investigadores, la encuesta fue aplicado a los representantes de en el rubro Restaurante de los micros y pequeña empresa.

3.5. Plan de análisis

Luego de la recolección de la información, estas fueron procesadas en el SPSS v 24 para el análisis de los datos recolectados, donde que posteriormente se presentó en tablas, gráficos estadísticos y finalmente se realizó el análisis de resultados descriptivo; para la tabulación de los datos se hizo el vaciado de datos, seguidamente fueron procesadas los datos en el programa ya mencionado, a continuación se puede apreciar con el ,810 de fiabilidad.

		N	%
Casos	Válido	103	100,0
	Excluido	0	,0
	Total	103	100,0

Estadísticas De Fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,810	25

3.6. Matriz de consistencia

Problema	Objetivos	Variable	Población y muestra	Metodología	Instrumentos
<p>General: ¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad basado en el modelo SERVPERF en las micro y pequeñas empresas del rubro restaurante en la ciudad de Huaraz, 2017?</p>	<p>Objetivo general: Determinar las principales características de la gestión de calidad basado en el modelo SERVPERF en las micro y pequeñas empresas en la ciudad de Huaraz_2017.</p> <p>Objetivos específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Determinar las principales características de los representantes en las micro y pequeñas empresas del rubro restaurante en la ciudad de Huaraz_2017. - Determinar las principales características en las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes en la ciudad de Huaraz_2017. - Determinar las principales características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del rubro restaurante _ 2017. - Determinar las características de la calidad basado en el modelo SERVPERF en las micro y pequeñas empresas del rubro restaurante_2017 	<p>Gestión de calidad</p> <hr/> <p>Modelo SERVPERF</p>	<p>El universo estuvo conformado por 144 Micro y Pequeñas Empresas del Rubro Restaurante en la Ciudad de Huaraz, 2017.</p> <p>Fuente: Municipalidad de Huaraz - Mesa de Partes, 2017</p> <p>Se tomó como tamaño de muestra a 104 restaurantes.</p>	<p>Diseño de la investigación La presente investigación fue no experimental-transversal, puesto que se realizó sin manipular, tan solo se limitó a un solo estudio de las variables en el contexto dado y se recolectó datos en un solo momento siendo el propósito de obtener información tal como se mostró al momento de levantar la información. A cerca de la aplicación del modelo SERVPERF de las micro y pequeñas empresas del rubro restaurante en la ciudad de Huaraz.</p> <p>Nivel de la investigación El nivel fue descriptivo porque se detalló las principales características respecto a los representantes de las micro y pequeñas empresas, la gestión de calidad, las el modelo SERVPERF, donde se aplicó en el rubro de restaurante en la ciudad de Huaraz, 2017.</p> <p>Tipo de la investigación El tipo de investigación fue cuantitativo ya que se llevó a cabo a través de la recopilación de datos de la variable y análisis a través de métodos estadísticos descriptivos.</p>	<p>Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumento: Cuestionario</p> <p>Tabulación: Programa SPSS V24</p>

3.7. Principios éticos

En mi calidad de investigadora, el presente trabajo se desarrolló con absoluta transparencia haciendo un hincapié a los principios de la confidencialidad, respeto a la dignidad humana y respeto a la propiedad intelectual, del mismo modo se reconoció que toda información utilizada en el presente trabajo ha sido exclusivamente para fines académicos.

IV. Resultados

4.1. Resultados

4.1.1. Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro restaurante en el distrito de Huaraz, 2017.

Tabla 1. *Edad de los representantes de las MYPES del rubro restaurante Huaraz, 2017.*

Datos	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa porcentual	Frecuencia relativa porcentual acumulada
18 - 30 años	20	19,4	19,4
31 - 50 años	64	62,1	81,6
51 - más años	19	18,4	100,0
Total	103	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro restaurante en la ciudad de Huaraz, 2017.

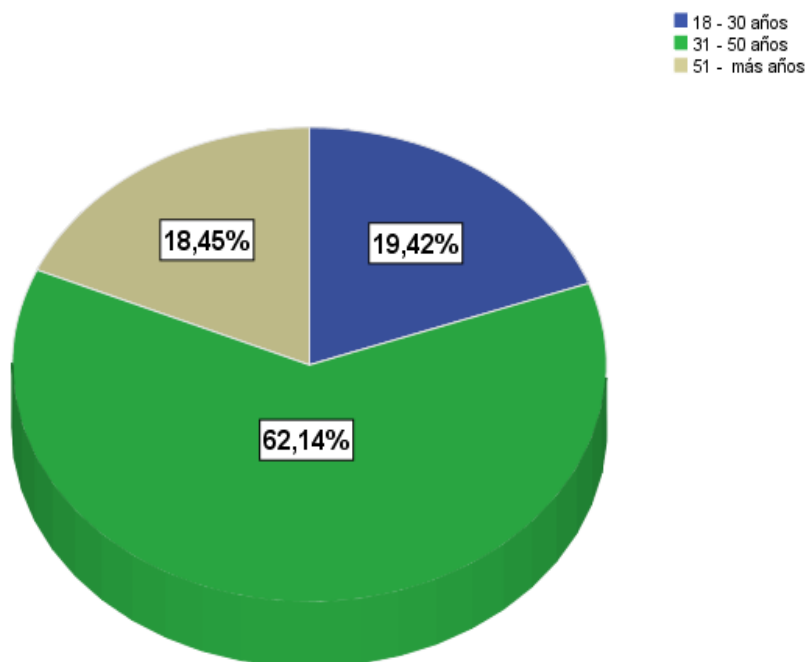


Figura 1. Edad de los representantes.

Fuente: Tabla 1

Interpretación: Del total encuestados, se pudo apreciar que el 62,14% de los representantes tienen entre 31 y 40 años, así mismo el 19,42 que fluctúan entre 18 y 30 años de edad.

Tabla 2. Género de los representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro restaurante Huaraz, 2017.

Datos	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa porcentual	Frecuencia relativa porcentual acumulada
Masculino	46	44,7	44,7
Femenino	57	55,3	100,0
Total	103	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro restaurante en la ciudad de Huaraz.

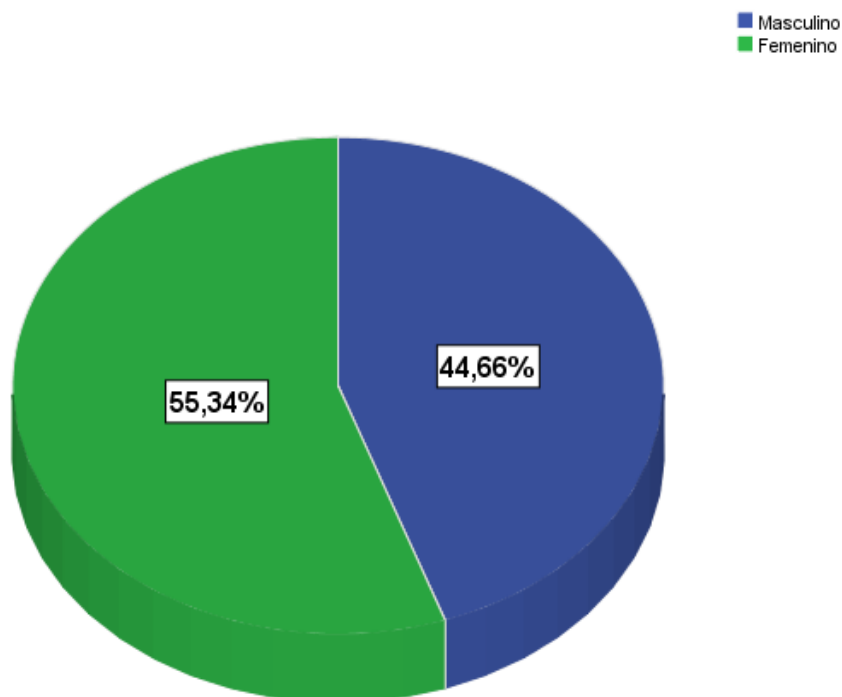


Figura 2. Género de los representantes de las micro y pequeñas empresas.

Fuente: Tabla 2.

Interpretación: Del total de encuestados los representantes de las MYPES el 55,34 % son de sexo femenino, por otra parte, el 44,66 son de sexo masculino.

Tabla 3. Grado de instrucción de los representantes de la MYPES del rubro restaurante Huaraz, 2017.

Datos	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa porcentual	Frecuencia relativa porcentual acumulada
Sin instrucción	3	2,9	2,9
Primaria	4	3,9	6,8
Secundaria	60	58,3	65,0
Superior no universitario	23	22,3	87,4
Superior universitario	13	12,6	100,0
Total	103	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro restaurante en la ciudad de Huaraz.

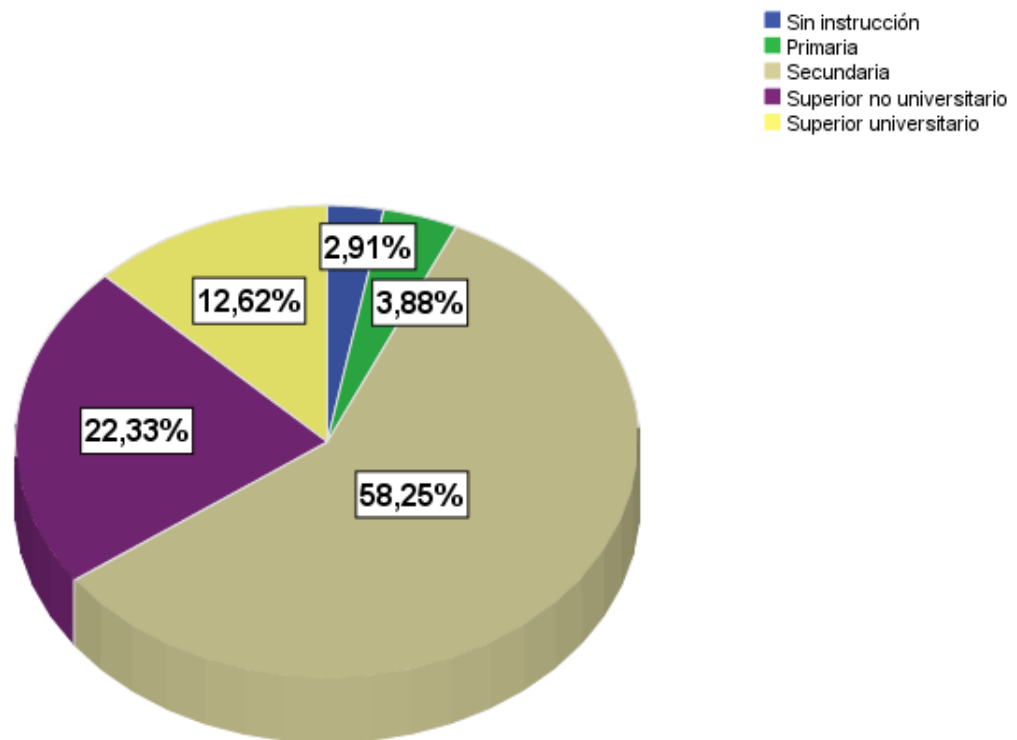


Figura 3. Grado de instrucción de los representantes de las MYPES.

Fuente: tabla 3

Interpretación: de la totalidad de las empresas encuestadas el 58,25% tienen el grado de instrucción secundaria, así mismo el 22,33% tienen el grado de superior no universitario.

Tabla 4. Cargo que desempeña los representantes de las MYPES del rubro restaurante Huaraz, 2017.

Datos	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa porcentual	Frecuencia relativa porcentual acumulada
Dueño	81	78,6	78,6
Administrador	22	21,4	100,0
Total	103	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro restaurante en la ciudad de Huaraz.

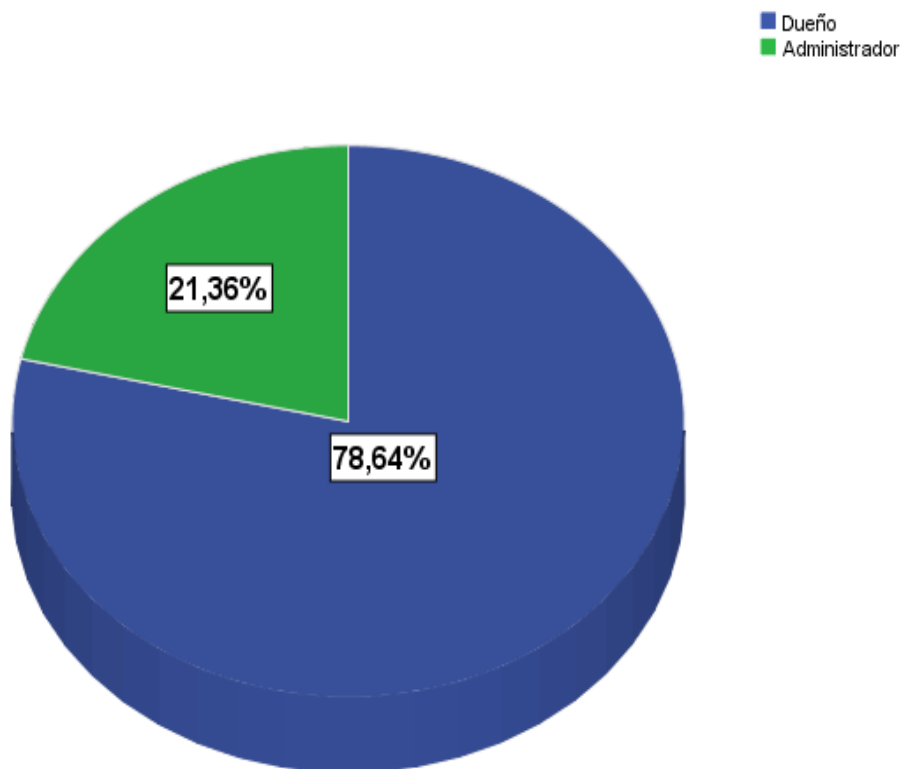


Figura 4. Cargo que desempeña en la empresa.

Fuente: Tabla 4.

Interpretación: Del 100% de empresas encuestados el 78,64% son dueños, por otro lado el 21,36% son administradores.

Tabla 5. Tiempo que el representante desempeña en el cargo del rubro restaurante Huaraz, 2017.

Datos	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa porcentual	Frecuencia relativa porcentual acumulada
0 - 3 años	23	22,3	22,3
4 - 6 años	42	40,8	63,1
7 - a más años	38	36,9	100,0
Total	103	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro restaurante en la ciudad de Huaraz.

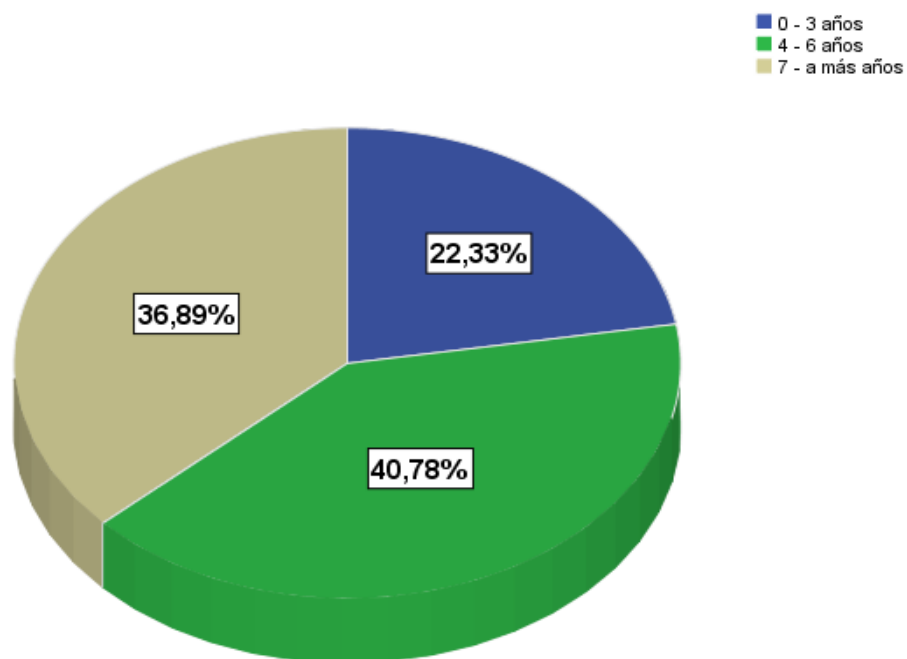


Figura 5. Tiempo que el representante desempeña en el cargo.

Fuente: Tabla 5.

Interpretación: de la totalidad de encuestados el 40,78% desempeña en el cargo entre los 4 a 6 años, así mismo el 36,89% está en el cargo entre los 7 a más años.

4.1.2. Características de las micro y pequeñas empresas del rubro restaurante en la ciudad de Huaraz, 2017.

Tabla 6. *Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro de restaurante Huaraz, 2017.*

Datos	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa porcentual	Frecuencia relativa porcentual acumulada
0 - 3 años	25	24,3	24,3
4 - 6 años	41	39,8	64,1
7 - a más años	37	35,9	100,0
Total	103	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro restaurante en la ciudad de Huaraz.

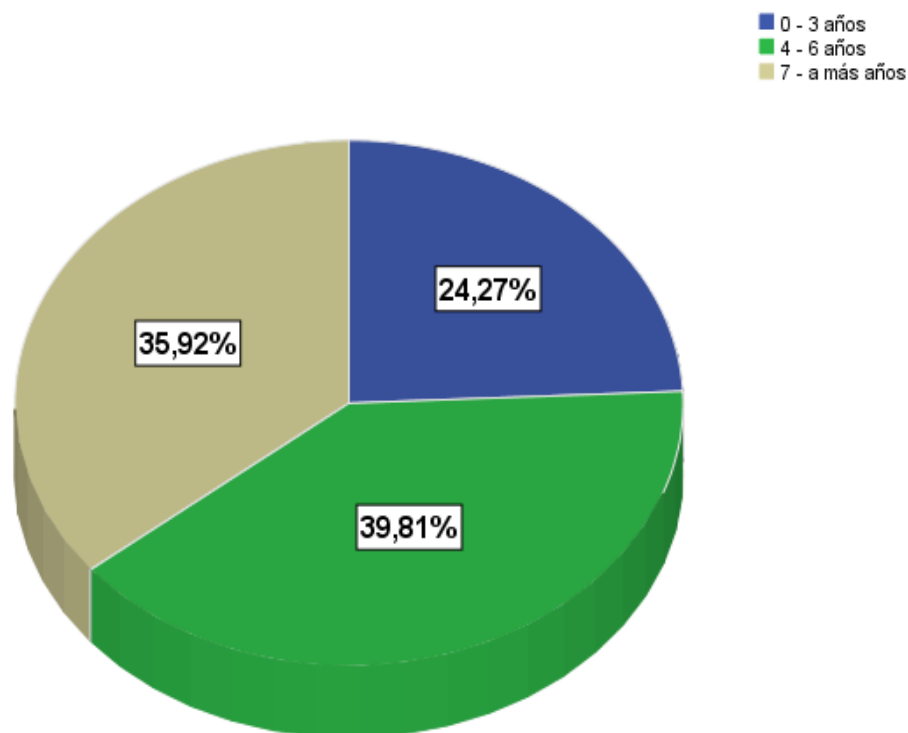


Figura 6. *Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro.*

Fuente: Tabla 6.

Interpretación: De la totalidad de empresas encuestadas el 39,81% están en el rubro entre los 4 y 6 años en el rubro, así mismo el 35,92% están de 7 a más años en el rubro.

Tabla 7. Número de trabajadores de las MYPES del rubro restaurante Huaraz, 2017.

Datos	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa porcentual	Frecuencia relativa porcentual acumulada
1 - 5 trabajadores	77	74,8	74,8
6 - 10 trabajadores	26	25,2	100,0
Total	103	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro restaurante en la ciudad de Huaraz.

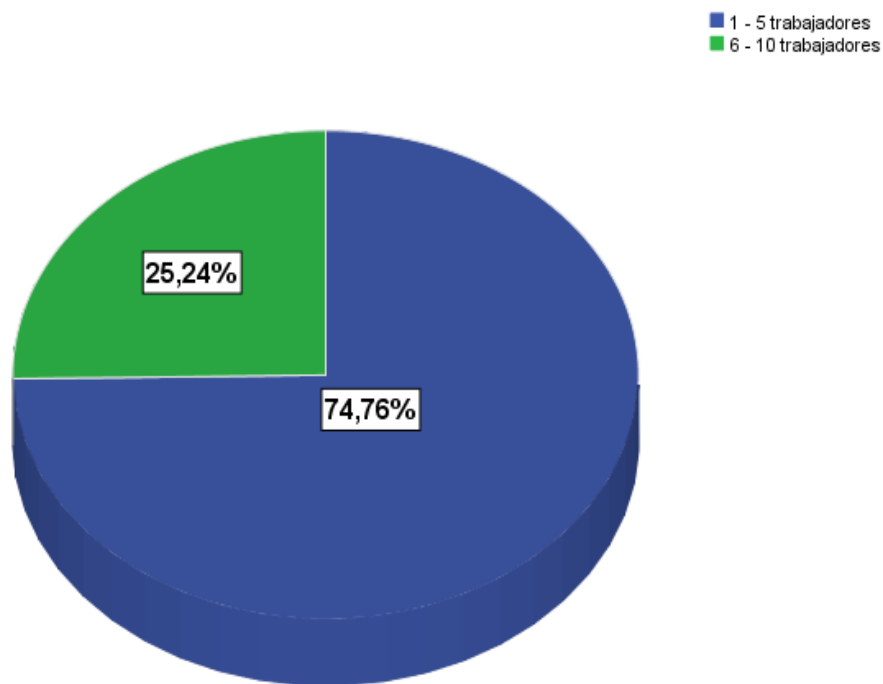


Figura 7. Número de trabajadores.

Fuente: Tabla 7.

Interpretación: De acuerdo a lo encuestado el 74,76% de los representantes de las MYPES cuentan de 1 a 5 trabajadores, por otro lado, el 25,24% tienen de 6 a 10 trabajadores.

Tabla 8. *Personas que trabajan en su empresa del rubro restaurante Huaraz, 2017.*

Datos	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa porcentual	Frecuencia relativa porcentual acumulada
Familiares	20	19,4	19,4
No familiares	83	80,6	100,0
Total	103	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro restaurante en la ciudad de Huaraz.

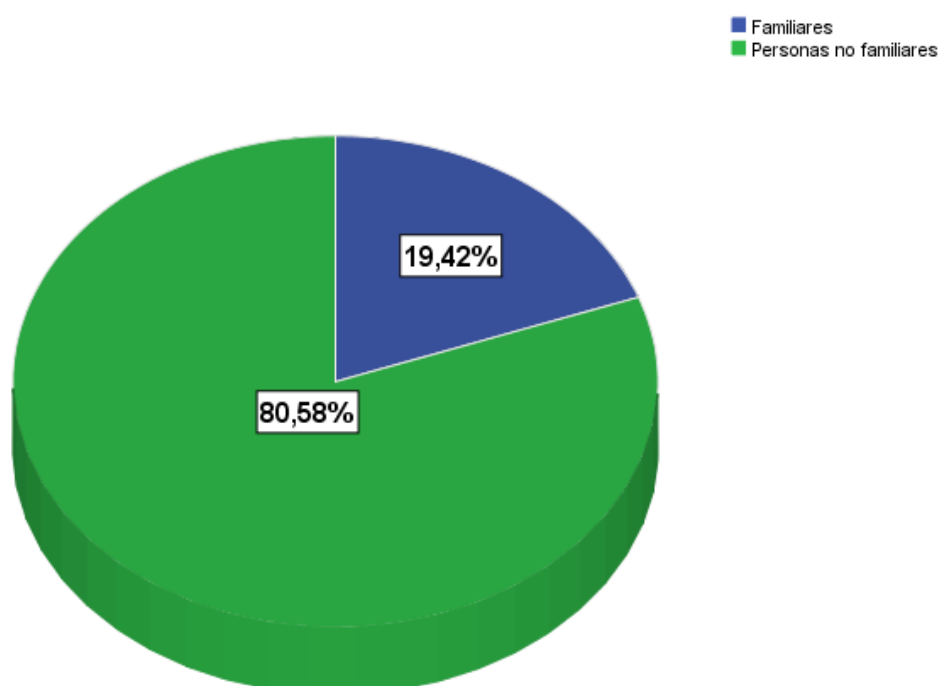


Figura 8. Las personas que trabajan en la empresa son.

Fuente: Tabla 8.

Interpretación: Del total encuestados el 80,58% de los que trabajan en las MYPES son personas no familiares, en tanto el 19,42% de los que trabajan son familiares.

Tabla 9. *Objetivo de la creación de las MYPES del rubro restaurante Huaraz, 2017.*

Datos	Frecuencia absoluta	Porcentaje relativa porcentual	Frecuencia relativa porcentual acumulado
Generar Ganancia	100	97,1	97,1
Subsistencia	3	2,9	100,0
Total	103	100,0	

Fuente: *Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro restaurante en la ciudad de Huaraz.*

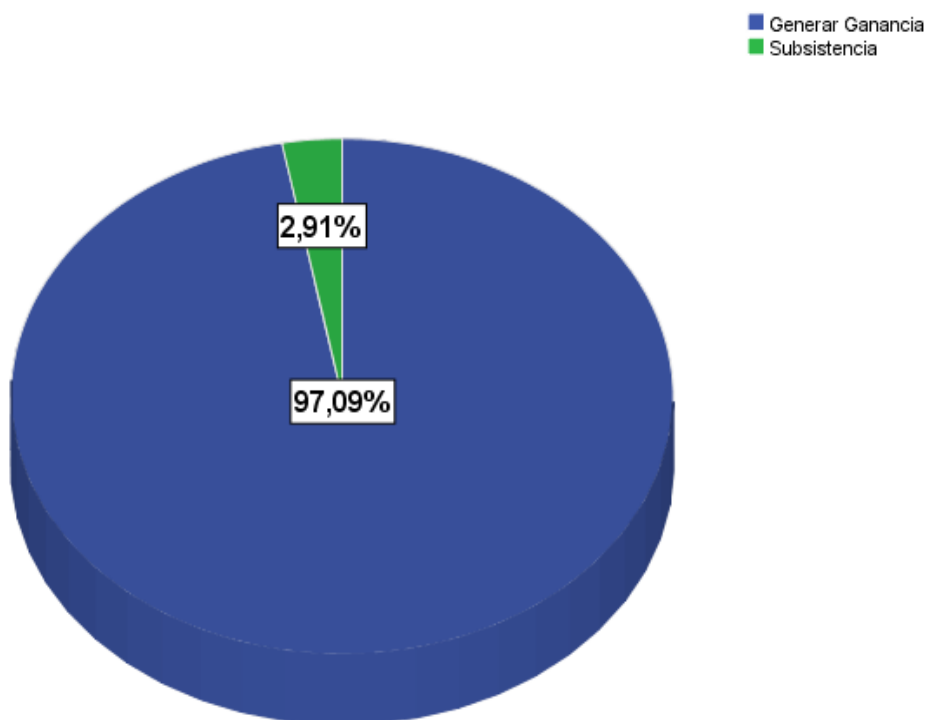


Figura 9. *Objetivo de la creación de la empresa.*

Fuente: *Tabla 9.*

Interpretación: De la totalidad de encuestados el 97,09% indican que el motivo por el cual crearon la empresa es para generar ganancia, por otra parte, en su minoría el 2,91% crearon la empresa solo por subsistencia.

Tabla 10. El nivel de ingreso de las empresas en el rubro restaurante Huaraz, 2017.

Datos	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa porcentual	Frecuencia relativa porcentual acumulada
De S/. 1.00 - 51, 875	82	79,6	79,6
De S/. 51, 876 - 587, 916	21	20,4	100,0
Total	103	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro restaurante en la ciudad de Huaraz.

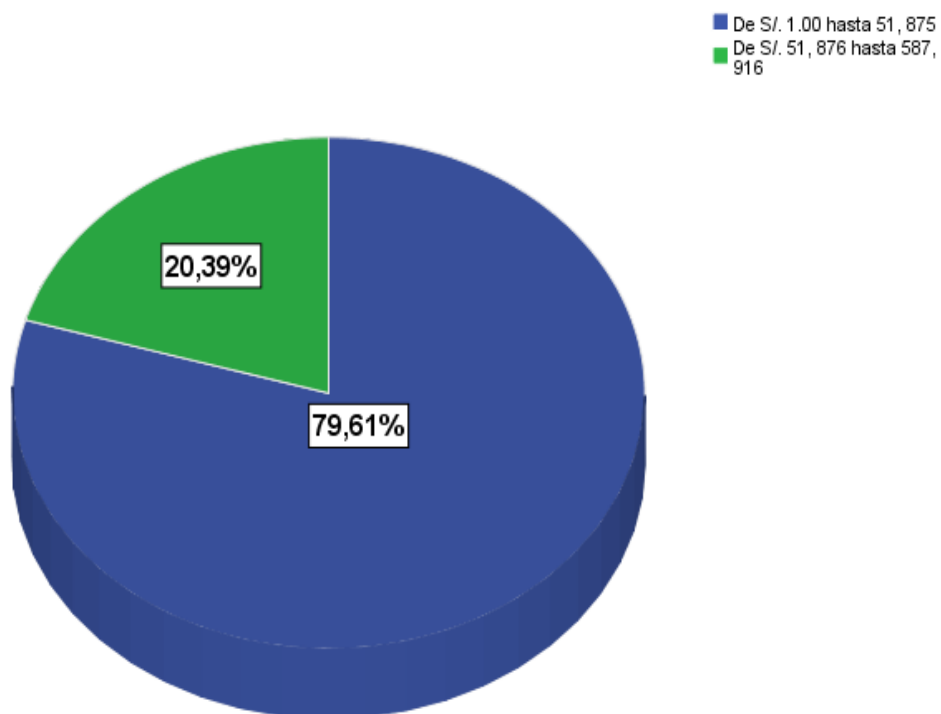


Figura 10. Nivel de ingreso de las empresas.

Fuente: Tabla 10.

Interpretación: De acuerdo a los encuestado del 79,61% de empresas el nivel de ingreso está entre S/. 1.00 hasta 51,875, del mismo modo del 20,39 % de empresas tienen ingresos entre los S/. 51,876 hasta los 587, 916.

Tabla 11. Tipo de empresa de acuerdo a su constitución en el rubro restaurante Huaraz, 2017.

Datos	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa porcentual	Frecuencia relativa porcentual acumulada
Persona Natural	103	100,0	100,0
EIRL	0	0	0
SRL	0	0	0
SAC	0	0	0
SAA	0	0	0
Total	103	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro restaurante en la ciudad de Huaraz.

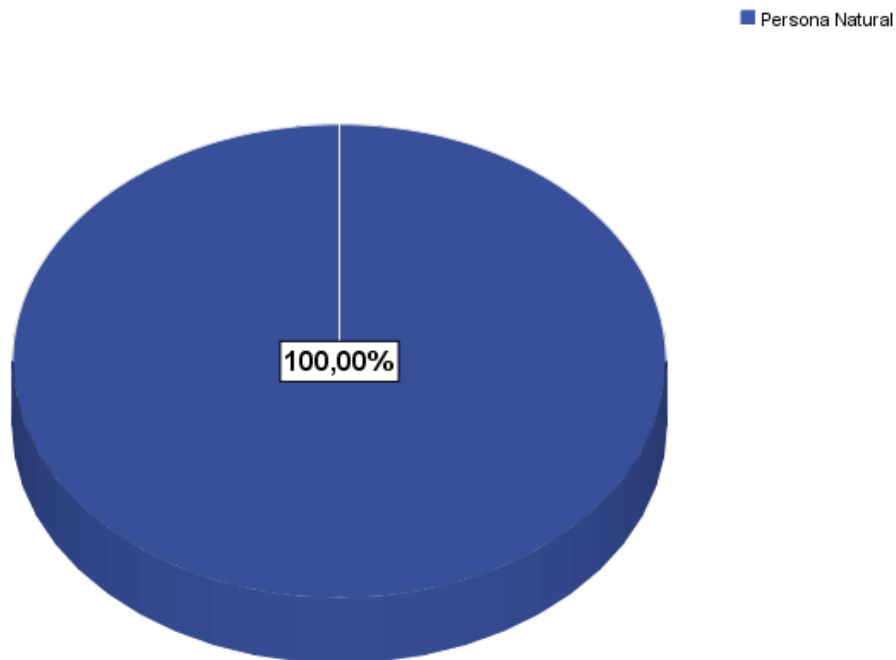


Figura 11. Tipo de empresa de acuerdo a su constitución.

Fuente: Tabla 11.

Interpretación: De acuerdo a la encuesta realizada el 100% de las empresas son creadas como persona natural.

4.1.3. Características de la gestión de calidad en el rubro restaurante en la ciudad de Huaraz, 2017.

Tabla 12. Identificación de problemas de administración en las MYPES en el rubro restaurante Huaraz, 2017.

Datos	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa porcentual	Frecuencia relativa porcentual acumulada
Nunca	3	2,9	2,9
Muy pocas veces	15	14,6	17,5
Algunas veces	47	45,6	63,1
Casi siempre	32	31,1	94,2
Siempre	6	5,8	100,0
Total	103	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro restaurante en la ciudad de Huaraz.

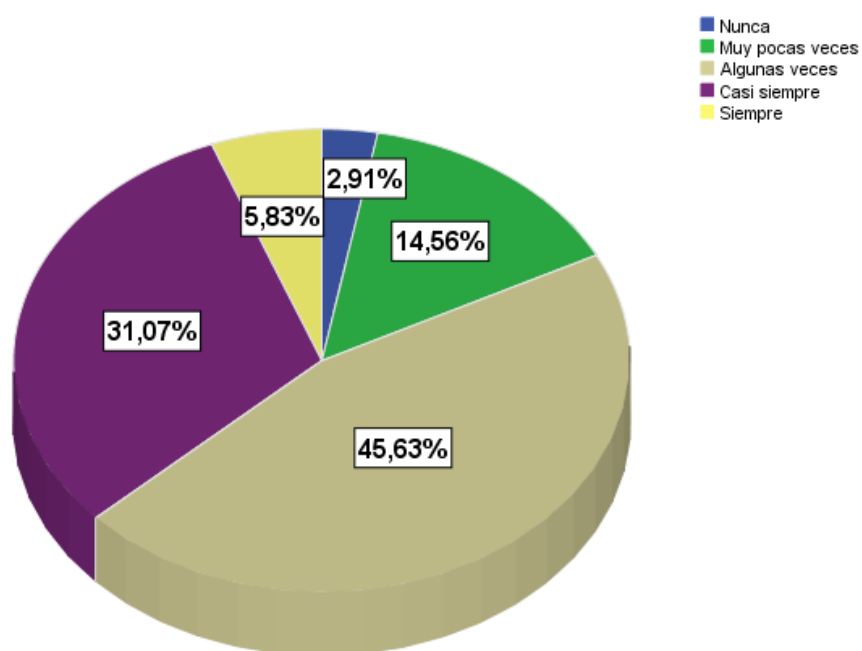


Figura 12. Identificación de problemas de administración.

Fuente: Tabla 12.

Interpretación: A través de la encuesta realizada el 45,63% manifestaron que algunas veces identifican los problemas dentro de la empresa, en tanto el 31,07% casi siempre identifican los problemas dentro de la empresa.

Tabla 13. *Recojo de información existente sobre los problemas identificados en las MYPES del rubro restaurante Huaraz, 2017.*

Datos	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa porcentual	Frecuencia relativa porcentual acumulada
Nunca	1	1,0	1,0
Muy pocas veces	15	14,6	15,5
Algunas veces	39	37,9	53,4
Casi siempre	34	33,0	86,4
Siempre	14	13,6	100,0
Total	103	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro restaurante en la ciudad de Huaraz.

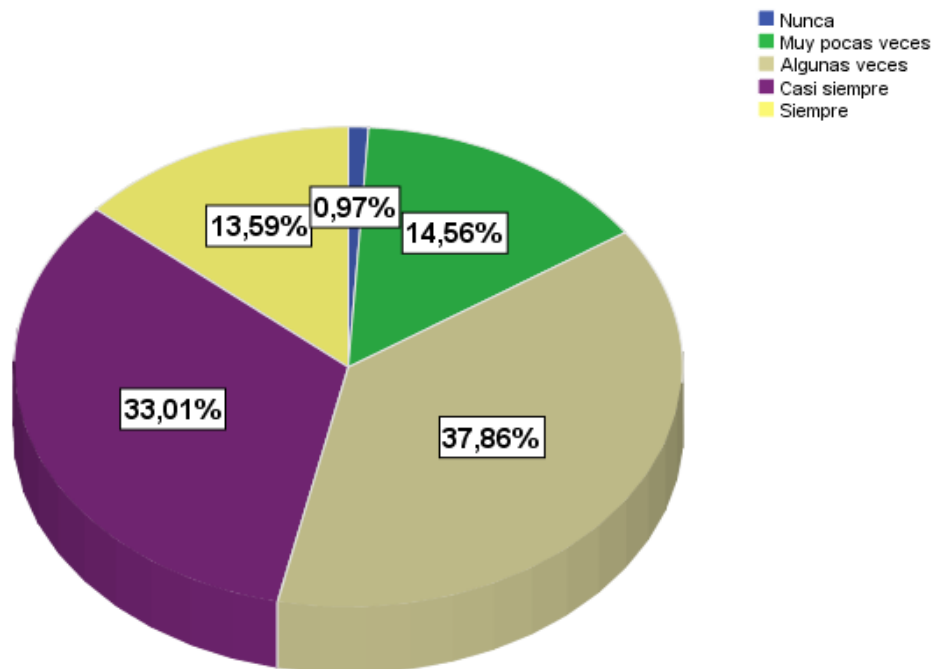


Figura 13. *Recojo de información existente sobre los problemas.*

Fuente: Tabla 13.

Interpretación: De acuerdo a la encuesta ejecutada el 37,86% de los representantes algunas veces recogen información de los problemas existentes, por otro lado, el 33,01% de los representantes lo hacen casi siempre.

Tabla 14. *Planteamiento para las soluciones de problemas identificados en las MYPES en el rubro restaurante Huaraz, 2017.*

Datos	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa porcentual	Frecuencia relativa porcentual acumulada
Nunca	1	1,0	1,0
Muy pocas veces	7	6,8	7,8
Algunas Veces	42	40,8	48,5
Casi siempre	39	37,9	86,4
Siempre	14	13,6	100,0
Total	103	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro restaurante en la ciudad de Huaraz.

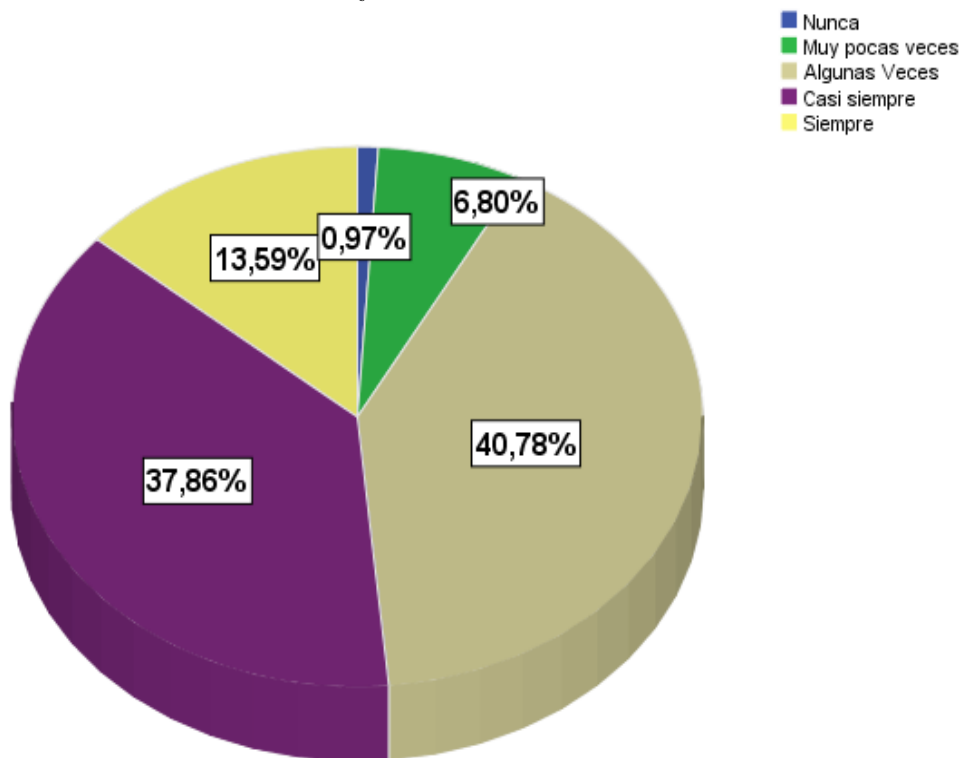


Figura 14. *Planteamiento para las soluciones de problemas identificados.*

Fuente: Tabla 14.

Interpretación: De acuerdo a lo encuestado el 40,78% algunas veces plantean soluciones para los problemas identificados, por otro lado, el 37,86% casi siempre plantean soluciones a los problemas distinguidos.

Tabla 15. Designación de funciones a cada colaborador en las MYPES en el rubro restaurante Huaraz, 2017.

Datos	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa porcentual	Frecuencia relativa porcentual acumulada
Nunca	1	1,0	1,0
Muy pocas veces	5	4,9	5,8
Algunas veces	43	41,7	47,6
Casi siempre	41	39,8	87,4
Siempre	13	12,6	100,0
Total	103	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro restaurante en la ciudad de Huaraz.

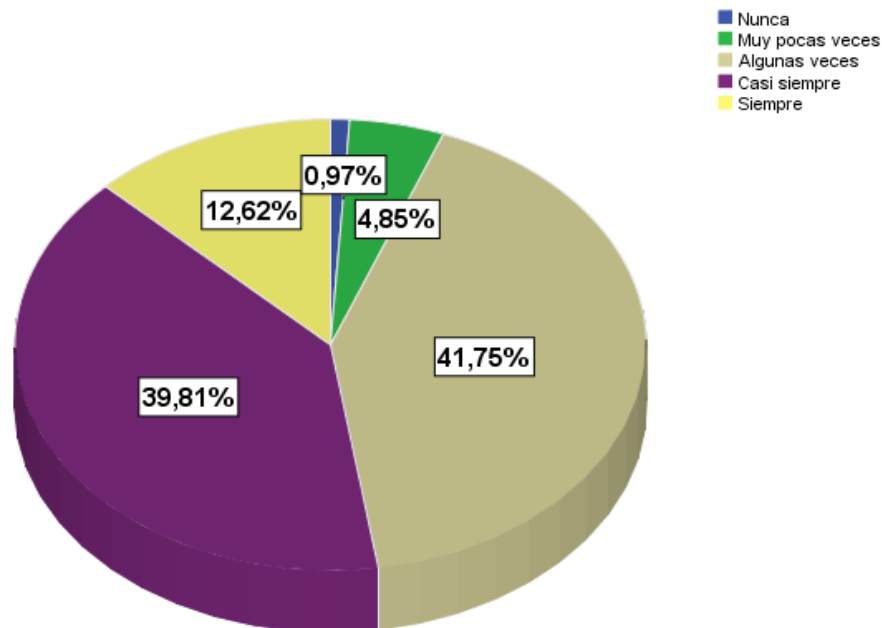


Figura 15. Designación de funciones para cada colaborador.

Fuente: Tabla 15.

Interpretación: De las empresas encuestadas el 41,75% dicen que algunas veces se designan funciones a cada colaborador para realizar los cambios que sean requeridos, en tanto el 39,81% indican que casi siempre designan funciones para realizar los cambios planificados.

Tabla 16. Conformación de equipos de trabajo en las MYPES en el rubro restaurante Huaraz, 2017.

Datos	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa porcentual	Frecuencia relativa porcentual acumulada
Nunca	1	1,0	1,0
Muy pocas veces	12	11,7	12,6
Algunas veces	43	41,7	54,4
Casi siempre	42	40,8	95,1
Siempre	5	4,9	100,0
Total	103	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro restaurante en la ciudad de Huaraz.

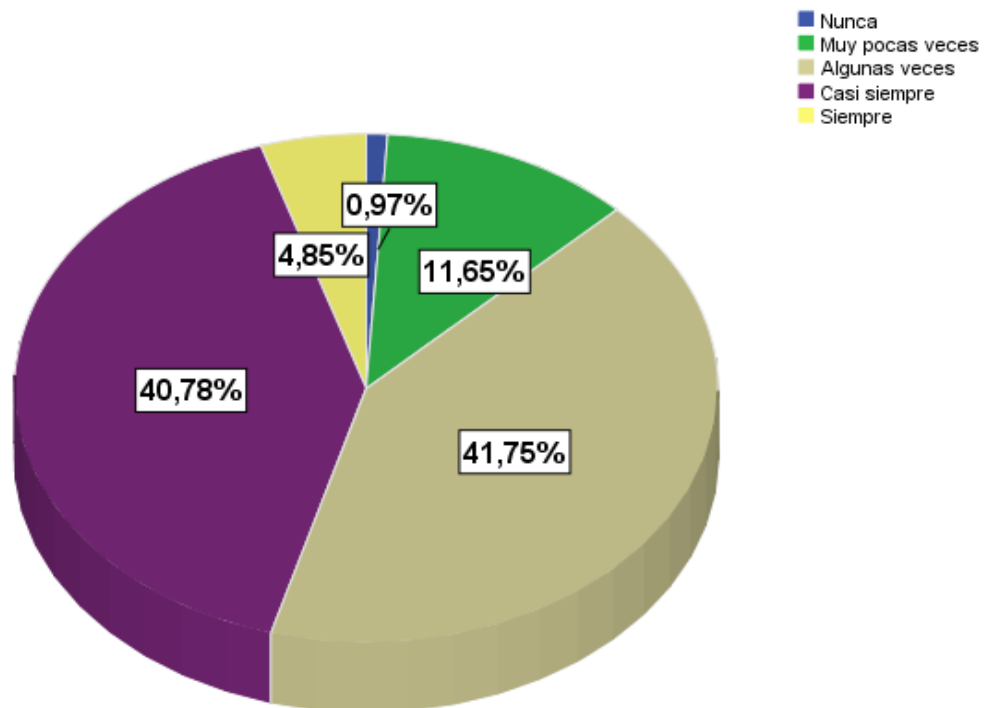


Figura 16. Conformación de equipo de trabajo.

Fuente: Tabla 16.

Interpretación: De las empresas encuestadas el 41,75% de los representantes de los restaurantes algunas veces realizan la conformación de equipos de trabajo para el correcto desarrollo de las actividades, del mismo modo el 40,78% de los representantes casi siempre realiza la conformación de equipos de trabajo para el correcto desarrollo de sus actividades.

Tabla 17. *Controla el adecuado manejo de los alimentos en la cocina en las MYPES en el rubro restaurante Huaraz, 2017.*

Datos	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa porcentual	Frecuencia relativa porcentual acumulada
Muy pocas veces	7	6,8	6,8
Algunas veces	33	32,0	38,8
Casi siempre	51	49,5	88,3
Siempre	12	11,7	100,0
Total	103	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro restaurante en la ciudad de Huaraz.

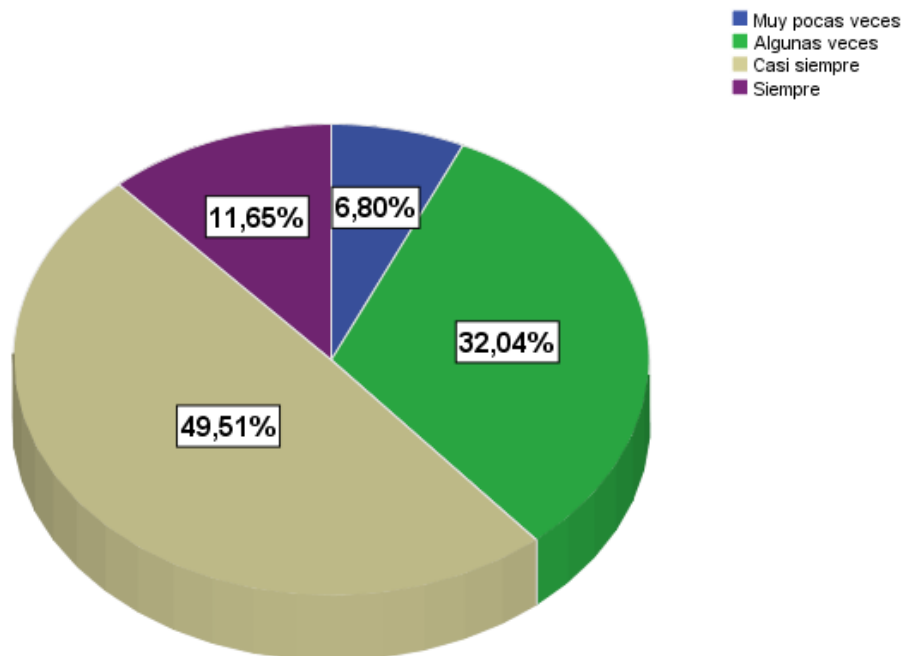


Figura 17. Control de los alimentos.

Fuente: Tabla 17.

Interpretación: Del total de los encuestados el 49,51% indican que casi siempre después de haber realizado la capacitación define responsabilidades a cada colaborador, así mismo el 32,04% de los representantes después de haber realizado la capacitación designan responsabilidades a cada colaborador.

Tabla 18. Evaluación de los resultados obtenidos en las MYPES del rubro restaurante en la ciudad de Huaraz.

Datos	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa porcentual	Frecuencia relativa porcentual acumulada
Nunca	1	1,0	1,0
Muy pocas veces	12	11,7	12,6
Algunas veces	43	41,7	54,4
Casi siempre	42	40,8	95,1
Siempre	5	4,9	100,0
Total	103	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro restaurante en la ciudad de Huaraz.

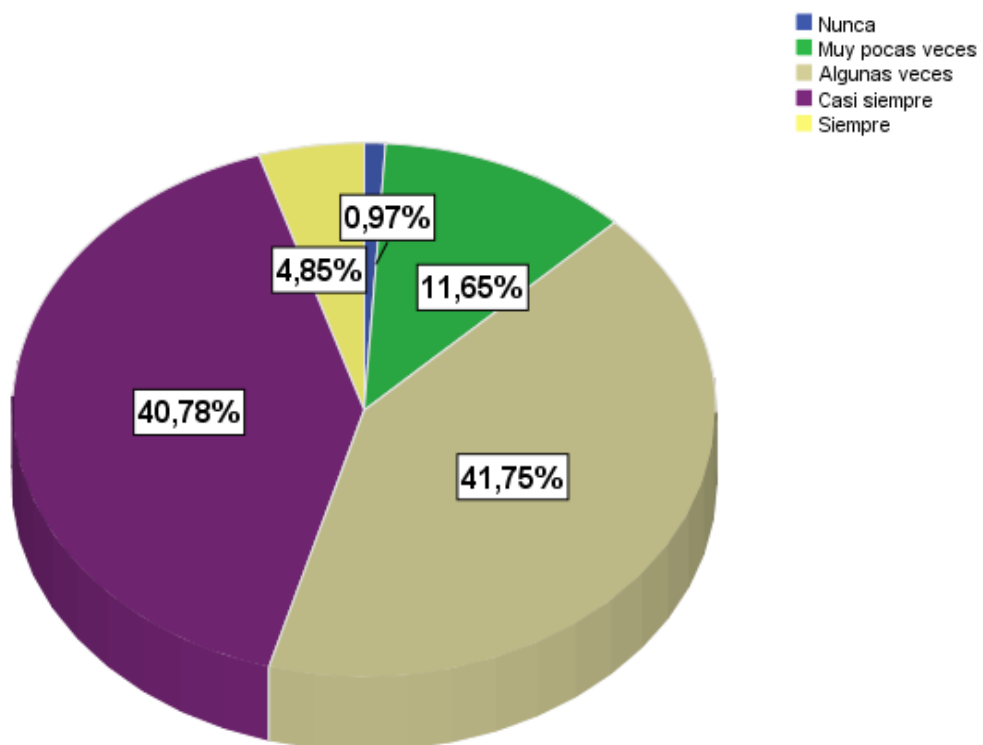


Figura 18. Evaluación de los resultados obtenidos.

Fuente: Tabla 18.

Interpretación: De la totalidad de empresas encuestadas el 41,54% de los representantes algunas veces evalúan los resultados obtenidos, así mismo el 40,78% casi siempre evalúan los resultados obtenidos con los cambios planificados.

Tabla 19. Se aplican los resultados obtenidos para mejorar y reajustar los objetivos en las MYPES en el rubro restaurante Huaraz, 2017.

Datos	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa porcentual	Frecuencia relativa porcentual acumulada
Muy pocas veces	9	8,7	8,7
Algunas veces	41	39,8	48,5
Casi siempre	40	38,8	87,4
Siempre	13	12,6	100,0
Total	103	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro restaurante en la ciudad de Huaraz.

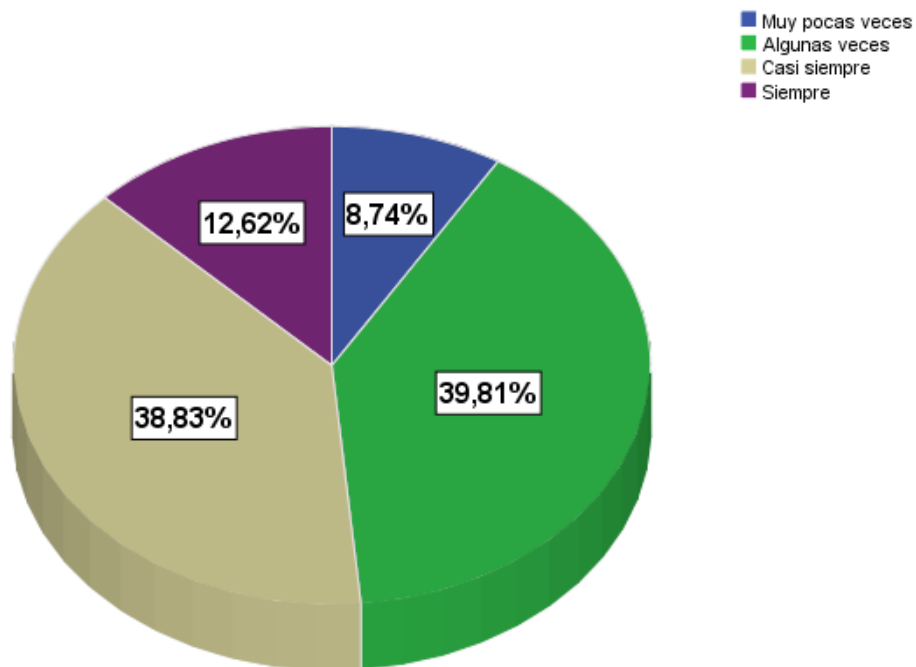


Figura 19. Mejoras y reajustes de los objetivos.

Fuente: Tabla 19.

Interpretación: De acuerdo a lo encuestado el 39,81% de los representantes manifiestan que algunas veces se aplican los resultados obtenidos para mejorar y reajustar los objetivos, así mismo el 38,83% de los representantes casi siempre aplican los resultados obtenidos para mejorar y reajustar los objetivos de los restaurantes.

Tabla 20. Se establecen propuestas de mejora para las MYPES en el rubro restaurante Huaraz, 2017.

Datos	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa porcentual	Frecuencia relativa porcentual acumulada
Nunca	1	1,0	1,0
Muy pocas veces	4	3,9	4,9
Algunas veces	31	30,1	35,0
Casi siempre	50	48,5	83,5
Siempre	17	16,5	100,0
Total	103	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro restaurante en la ciudad de Huaraz.

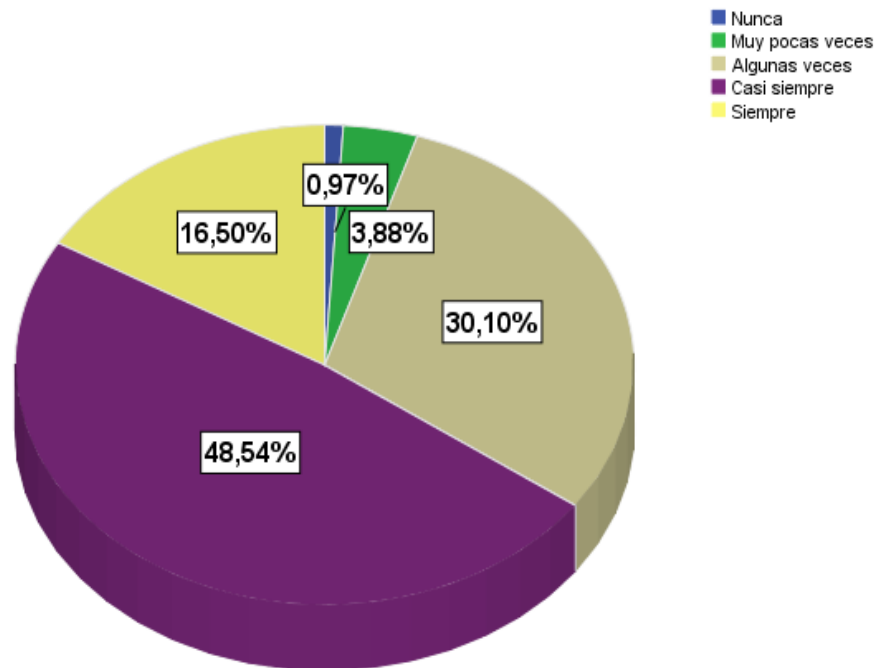


Figura 20. Propuesta de mejoras.

Fuente: Tabla 20.

Interpretación: Del total de los encuestados el 48,54% indican que casi siempre se establecen propuestas de mejora, del mismo modo el 30,10% manifiestan que algunas veces se establecen propuestas de mejora.

4.1.4. Características del modelo SERVPER en las micro y pequeñas empresas del rubro restaurante en la ciudad de Huaraz, 2017.

Tabla 21. *El restaurante tiene un diseño de apariencia moderna para el cliente.*

Datos	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa porcentual	Frecuencia relativa porcentual acumulada
Nunca	64	62,1	62,1
Muy pocas veces	10	9,7	71,8
Algunas veces	12	11,7	83,5
Casi siempre	14	13,6	97,1
Siempre	3	2,9	100,0
Total	103	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro restaurante en la ciudad de Huaraz.

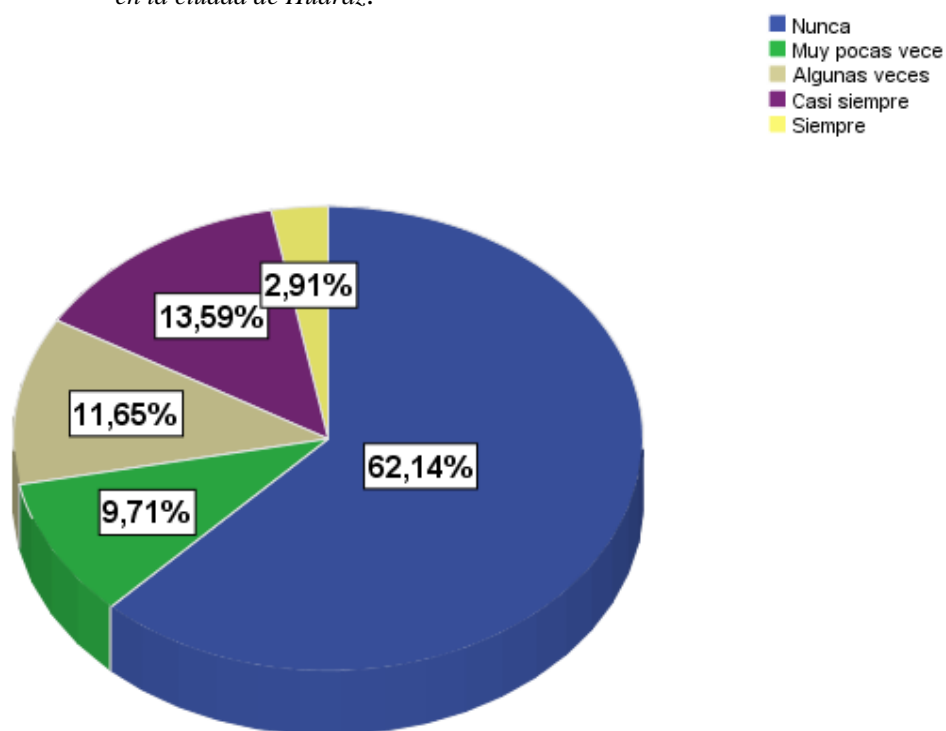


Figura 21. Apariencia moderna del local.

Fuente: Tabla 21.

Interpretación: De la totalidad de los encuestados el 62,14% nunca tienen el local con apariencia moderna, en tanto el 13,59% casi siempre tienen un local de apariencia moderna.

Tabla 22. Instalaciones físicas del restaurante en las MYPES en el rubro restaurante Huaraz, 2017.

Datos	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa porcentual	Frecuencia relativa porcentual acumulada
Muy pocas veces	9	8,7	8,7
Algunas veces	40	38,8	47,6
Casi siempre	35	34,0	81,6
Siempre	19	18,4	100,0
Total	103	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro restaurante en la ciudad de Huaraz.

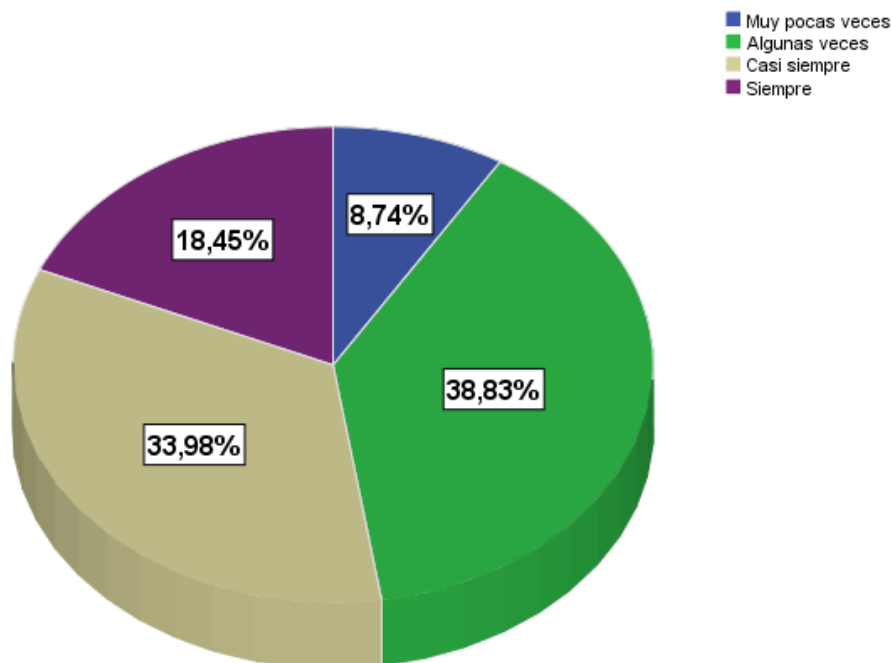


Figura 22. Instalaciones físicas del restaurante.

Fuente: Tabla 22.

Interpretación: Del total de los encuestados el 38,83% de los representantes indican que algunas veces las instalaciones de los restaurantes son visualmente atractivos, en consiguiente el 33,98% de los representantes manifiestan que las instalaciones de los restaurantes son visualmente atractivos.

Tabla 23. Apariencia pulcra de los colaboradores de las MYPES en el rubro restaurante Huaraz, 2017.

Datos	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa porcentual	Frecuencia relativa porcentual acumulada
Nunca	5	4,9	4,9
Muy pocas veces	13	12,6	17,5
Algunas veces	40	38,8	56,3
Casi siempre	32	31,1	87,4
Siempre	13	12,6	100,0
Total	103	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro restaurante en la ciudad de Huaraz.

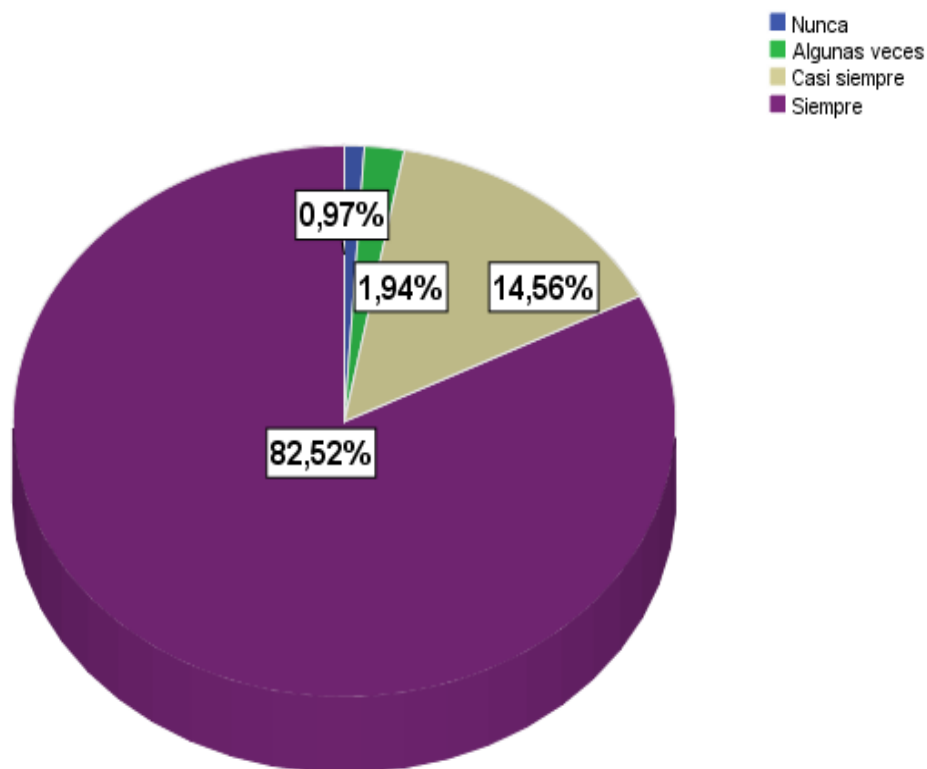


Figura 23. Apariencia pulcra de los colaboradores.

Fuente: Tabla 23.

Interpretación: Del total de los encuestados se pudo ver que el 82,52% siempre tienen una apariencia pulcra, en tanto el 14,56% de los colaboradores casi siempre tienen una apariencia pulcra.

Tabla 24. *Materiales visualmente atractivos en las MYPES en el rubro restaurante Huaraz, 2017.*

Datos	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa porcentual	Frecuencia relativa porcentual acumulada
Nunca	1	1,0	1,0
Muy pocas veces	10	9,7	10,7
Algunas veces	40	38,8	49,5
Casi siempre	47	45,6	95,1
Siempre	5	4,9	100,0
Total	103	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro restaurante en la ciudad de Huaraz.

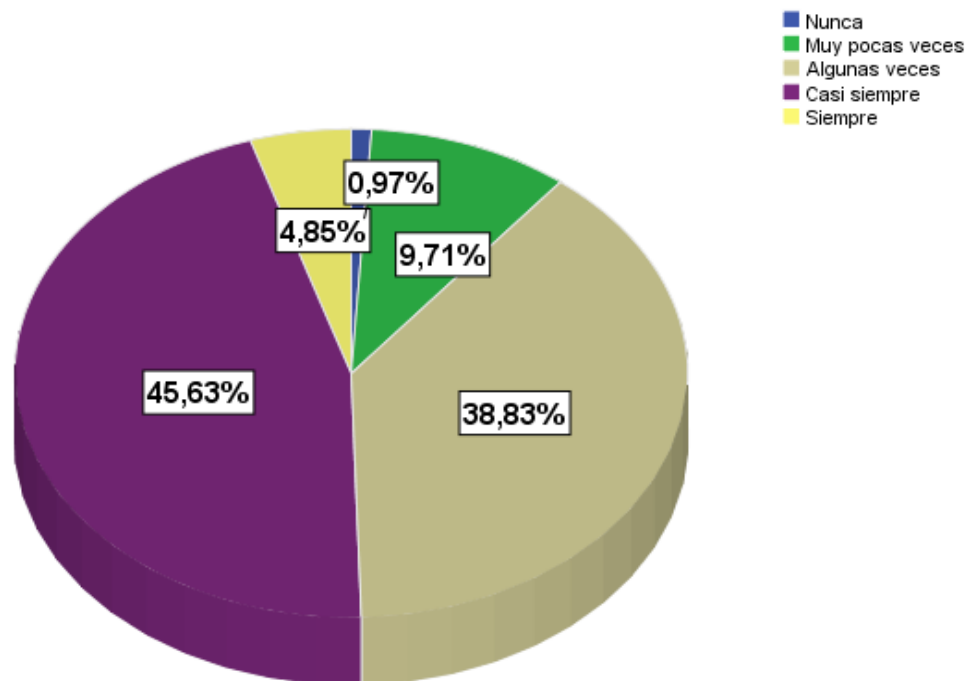


Figura 24. *Materiales visualmente atractivos.*

Fuente: Tabla 24.

Interpretación: De acuerdo a lo encuestado se puede ver que el 45,63% casi siempre tienen los materiales relacionados con el servicio son visualmente atractivos, en tanto el 38,83% algunas veces los materiales visualmente atractivos.

Tabla 25. Promesa del colaborador en las MYPES en el rubro restaurante Huaraz, 2017.

Datos	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa porcentual	Frecuencia relativa porcentual acumulada
Nunca	1	1,0	1,0
Muy pocas veces	3	2,9	3,9
Algunas veces	10	9,7	13,6
Casi siempre	19	18,4	32,0
Siempre	70	68,0	100,0
Total	103	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro restaurante en la ciudad de Huaraz.

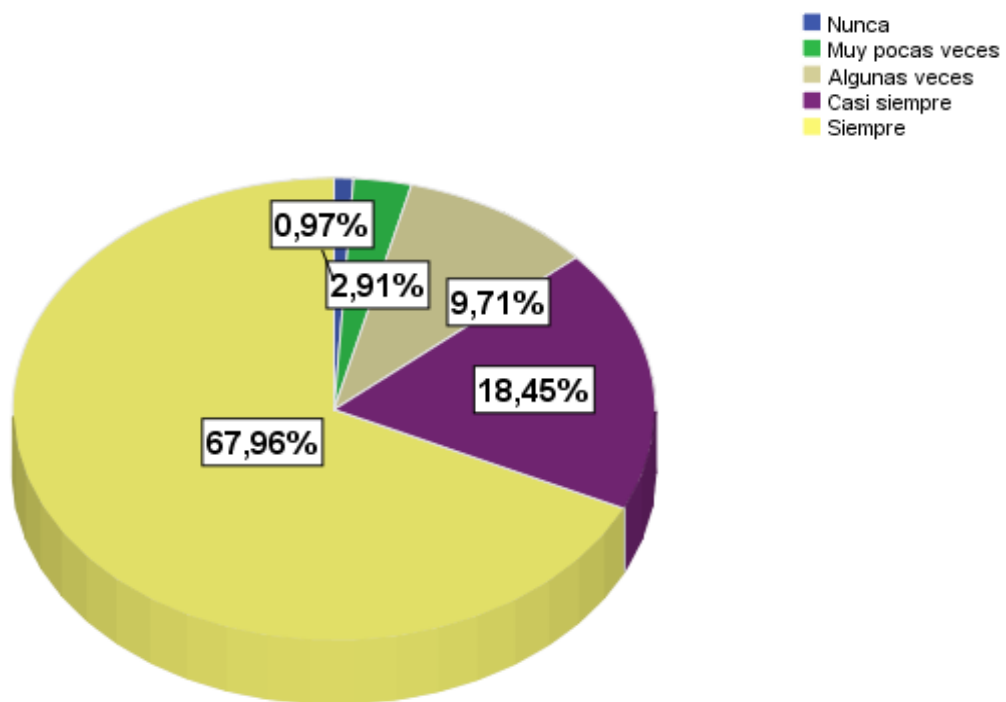


Figura 25. Promesa de los colaboradores.

Fuente: Tabla 25.

Interpretación: De las empresas encuetadas el 67,96 % siempre cuando el colaborador se compromete en hacer algo lo cumple, del mismo modo el 18,45% casi siempre cuando el colaborador se compromete en hacer algo lo cumple.

Tabla 26. *Interés de los colaboradores por solucionar el problema en las MYPES en el rubro restaurante Huaraz, 2017.*

Datos	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa porcentual	Frecuencia relativa porcentual acumulada
Nunca	1	1,0	1,0
Muy pocas veces	9	8,7	9,7
Algunas veces	48	46,6	56,3
Casi siempre	38	36,9	93,2
Siempre	7	6,8	100,0
Total	103	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro restaurante en la ciudad de Huaraz.

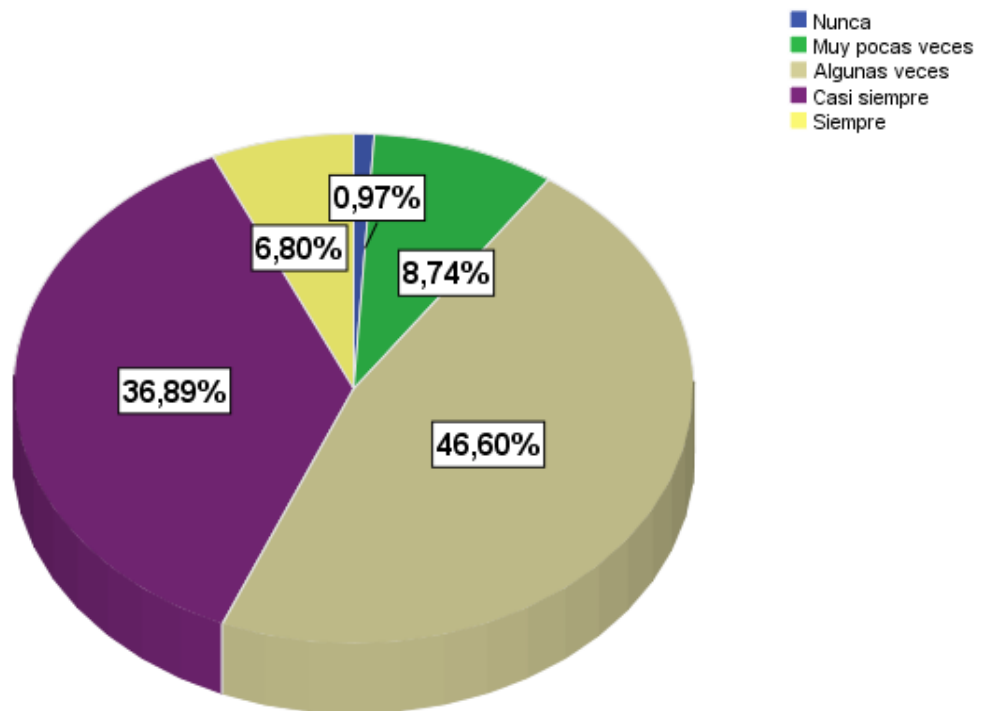


Figura 26. *Interés de los colaboradores por solucionar los problemas.*

Fuente: Tabla 26.

Interpretación: Del total de los encuestados el 46,60% de los colaboradores algunas veces muestra un sincero interés por solucionar el problema, en tanto el 36,89% casi siempre muestran un sincero interés por solucionar el problema.

Tabla 27. Conclusión del servicio en un tiempo promedio en las MYPES en el rubro restaurante Huaraz, 2017.

Datos	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa porcentual	Frecuencia relativa porcentual acumulada
Nunca	6	5,8	5,8
Muy pocas veces	16	15,5	21,4
Algunas veces	41	39,8	61,2
Casi siempre	31	30,1	91,3
Siempre	9	8,7	100,0
Total	103	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro restaurante en la ciudad de Huaraz.

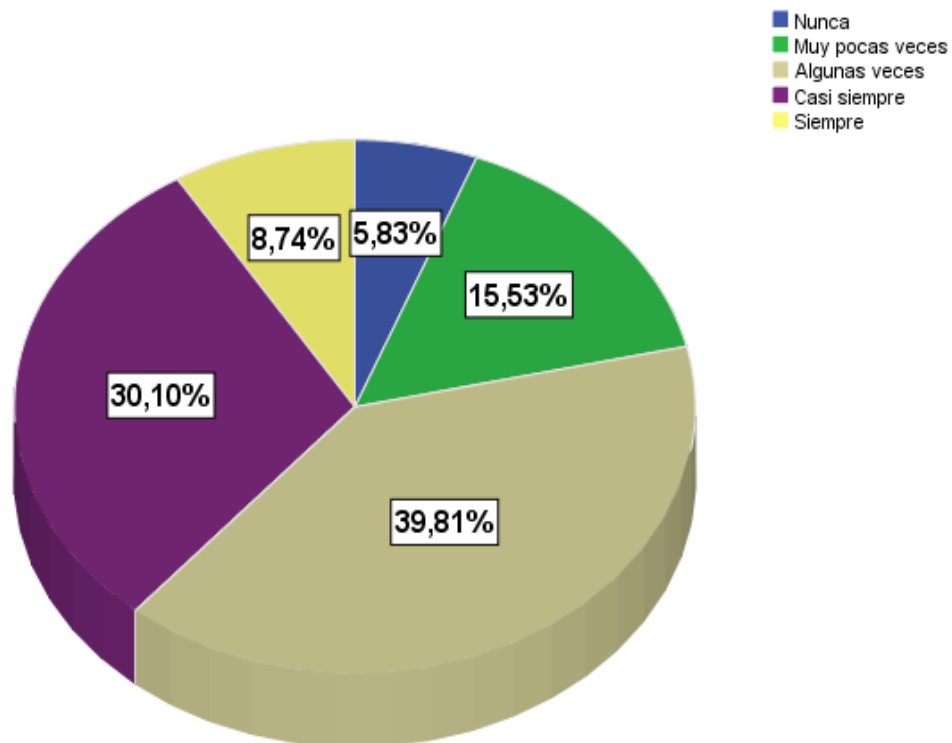


Figura 27. Conclusión del servicio en un tiempo promedio.

Fuente: Tabla 27.

Interpretación: De las empresas encuestadas el 39,81% indican que algunas veces concluyen el servicio en el tiempo promedio, del otro lado el 30,10 % de los trabajadores dicen que casi siempre concluyen el servicio en el tiempo promedio.

Tabla 28. Rapidez del trabajador en brindar servicio en las MYPES en el rubro restaurante Huaraz, 2017.

Datos	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa porcentual	Frecuencia relativa porcentual acumulada
Nunca	2	1,9	1,9
Muy pocas veces	6	5,8	7,8
Algunas veces	15	14,6	22,3
Casi siempre	20	19,4	41,7
Siempre	60	58,3	100,0
Total	103	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro restaurante en la ciudad de Huaraz.

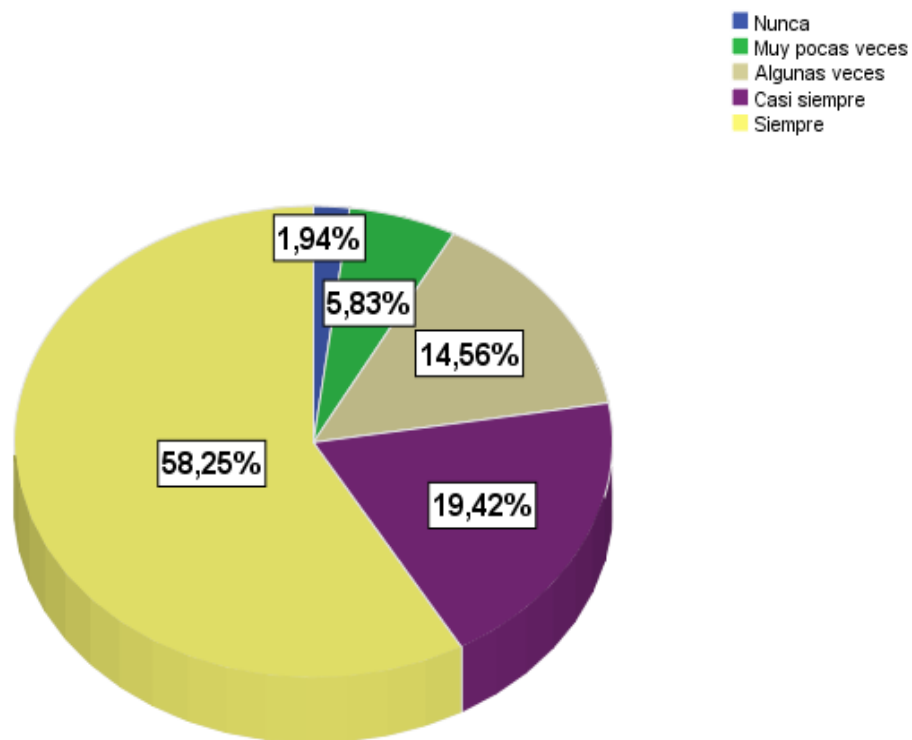


Figura 28. Rapidez de los trabajadores en los servicios brindados.

Fuente: Tabla 28.

Interpretación: De acuerdo a lo encuestado el 58,25% manifiestan que siempre brindan el servicio los más rápido posible, así mismo el 19,42% indican que casi siempre los hacen.

Tabla 29. Los colaboradores de las MYPES siempre están dispuestos a ayudarlo.

Datos	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa porcentual	Frecuencia relativa porcentual acumulada
Nunca	1	1,0	1,0
Muy pocas veces	8	7,8	8,7
Algunas veces	47	45,6	54,4
Casi siempre	42	40,8	95,1
Siempre	5	4,9	100,0
Total	103	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro restaurante en la ciudad de Huaraz.

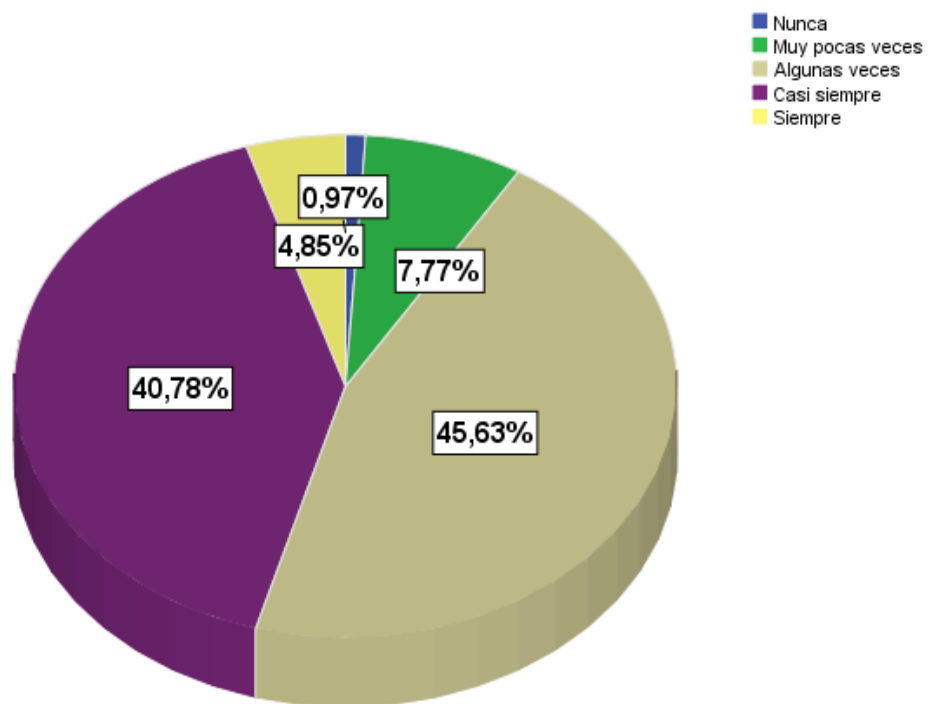


Figura 29. Los trabajadores están siempre dispuestos a ayudarlo.

Fuente: Tabla 29.

Interpretación: Del total de los encuestados el 45,63% indican que algunas veces los trabajadores están dispuestos a ayudar al cliente, así mismo el 40,78% indican que casi siempre están dispuestos a ayudar al cliente.

Tabla 30. Los colaboradores de las MYPES no están demasiado ocupados para atender al cliente en el rubro restaurante Huaraz, 2017.

Datos	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa porcentual	Frecuencia relativa porcentual acumulada
Nunca	2	1,9	1,9
Muy pocas veces	17	16,5	18,4
Algunas veces	46	44,7	63,1
Casi siempre	35	34,0	97,1
Siempre	3	2,9	100,0
Total	103	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro restaurante en la ciudad de Huaraz.

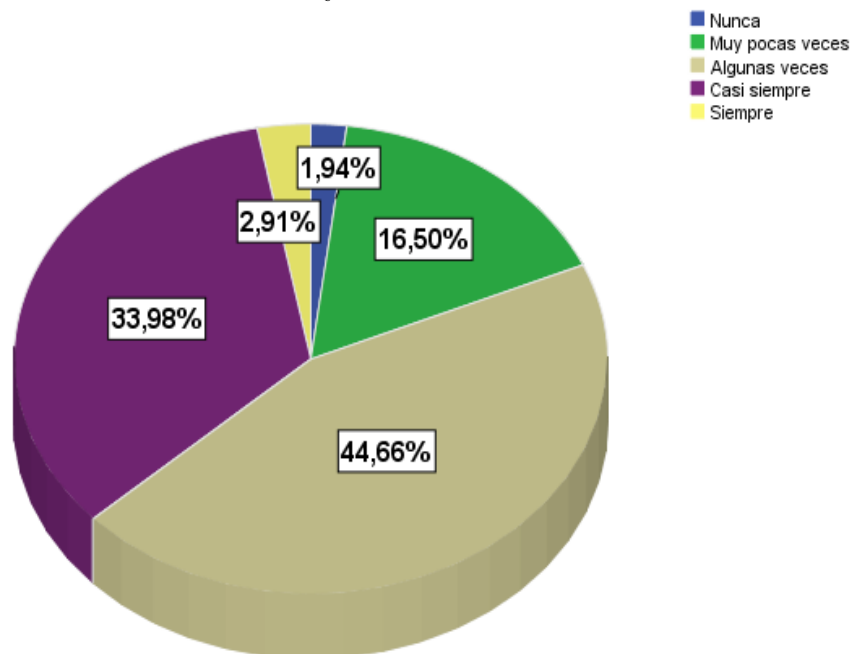


Figura 30. No están demasiados ocupados para ayudarlo.

Fuente: Tabla 30.

Interpretación: De las empresas encuestadas el 44,66% indican que algunas veces no están ocupados para atender al cliente, en tanto el 33,98% manifiestan que casi siempre no están ocupados para atender al cliente.

Tabla 31. Los trabajadores transmiten confianza a sus clientes en las MYPES en el rubro restaurante Huaraz, 2017.

Datos	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa porcentual	Frecuencia relativa porcentual acumulada
Nunca	1	1,0	1,0
Muy pocas veces	4	3,9	4,9
Algunas veces	39	37,9	42,7
Casi siempre	38	36,9	79,6
Siempre	21	20,4	100,0
Total	103	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro restaurante en la ciudad de Huaraz.

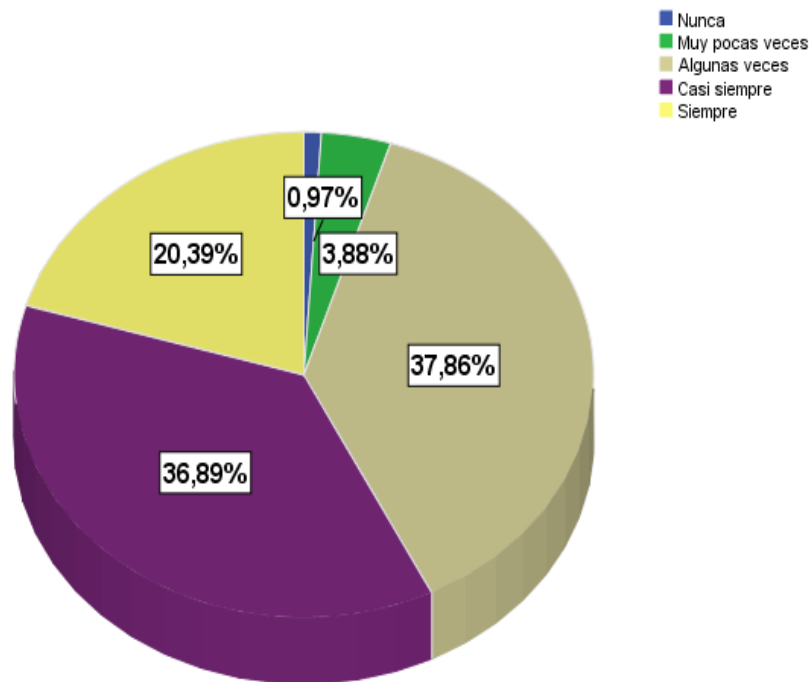


Figura 31. Transmite confianza a los clientes.

Fuente: Tabla 31.

Interpretación: Del total encuestado el 37,86% manifestaron que sus colaboradores algunas veces transmiten confianza a los clientes, en tanto el 36,89% indicaron que sus colaboradores casi siempre transmiten confianza a sus clientes.

Tabla 32. El precio que paga está en relación al servicio recibido en las MYPES en el rubro restaurante Huaraz, 2017.

Datos	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa porcentual	Frecuencia relativa porcentual acumulada
Nunca	2	1,9	1,9
Muy pocas veces	11	10,7	12,6
Algunas veces	42	40,8	53,4
Casi siempre	30	29,1	82,5
Siempre	18	17,5	100,0
Total	103	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro restaurante en la ciudad de Huaraz.

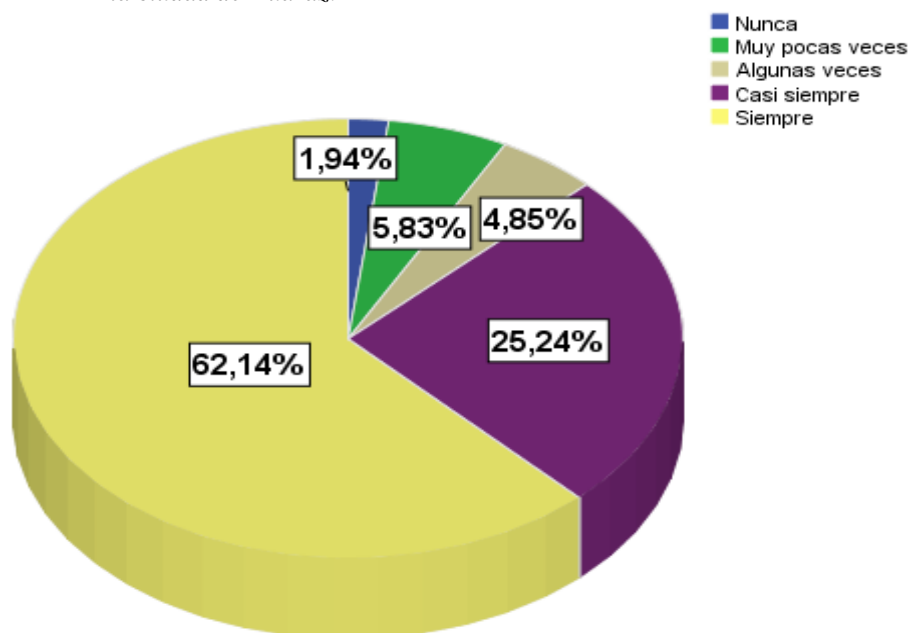


Figura 32. El precio que paga está en relación al servicio.

Fuente: Tabla 32.

Interpretación: De la totalidad de encuestados el 62,14 % indican que siempre el precio que paga está en relación el servicio brindado, así mismo el 25,24 % manifiestan que el precio que paga está acorde al servicio brindado.

Tabla 33. Amplio conocimiento de los colaboradores en las MYPES en el rubro restaurante Huaraz, 2017.

Datos	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa porcentual	Frecuencia relativa porcentual acumulada
Nunca	1	1,0	1,0
Muy pocas veces	3	2,9	3,9
Algunas veces	34	33,0	36,9
Casi siempre	53	51,5	88,3
Siempre	12	11,7	100,0
Total	103	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro restaurante en la ciudad de Huaraz.

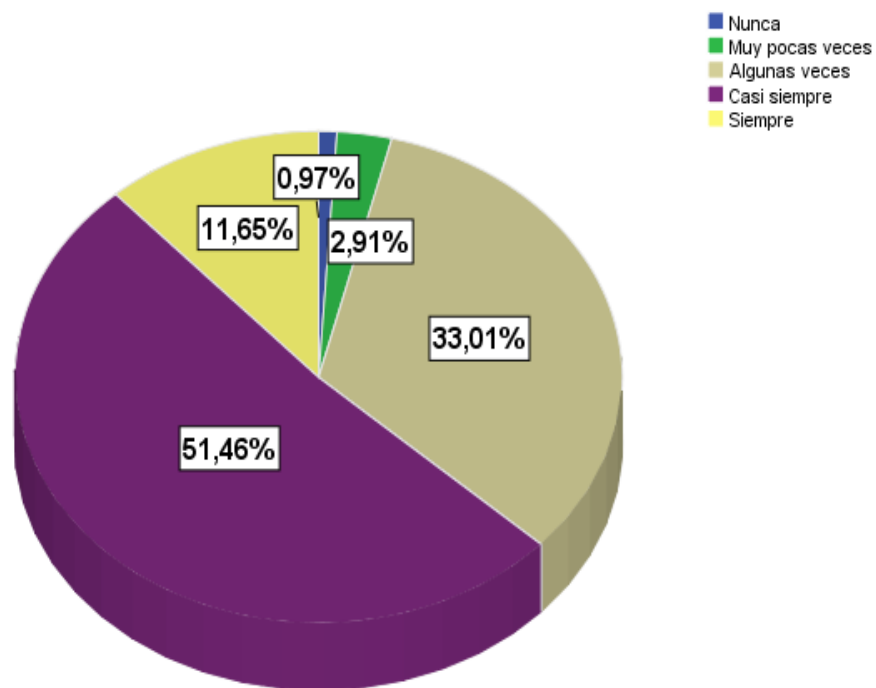


Figura 33. Amplio conocimiento de los colaboradores.

Fuente: Tabla 33.

Interpretación: De las empresas encuestadas el 51,46% de los representantes indican que casi siempre sus trabajadores tienen amplio conocimiento para responder las inquietudes de los clientes, así mismo el 33,01% dicen que solo algunas veces tienen conocimiento para responder las inquietudes de sus clientes.

Tabla 34. Amabilidad con los clientes de las MYPES en el rubro restaurante Huaraz, 2017.

Datos	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa porcentual	Frecuencia relativa porcentual acumulada
Muy pocas veces	2	1,9	1,9
Algunas veces	22	21,4	23,3
Casi siempre	53	51,5	74,8
Siempre	26	25,2	100,0
Total	103	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro restaurante en la ciudad de Huaraz.

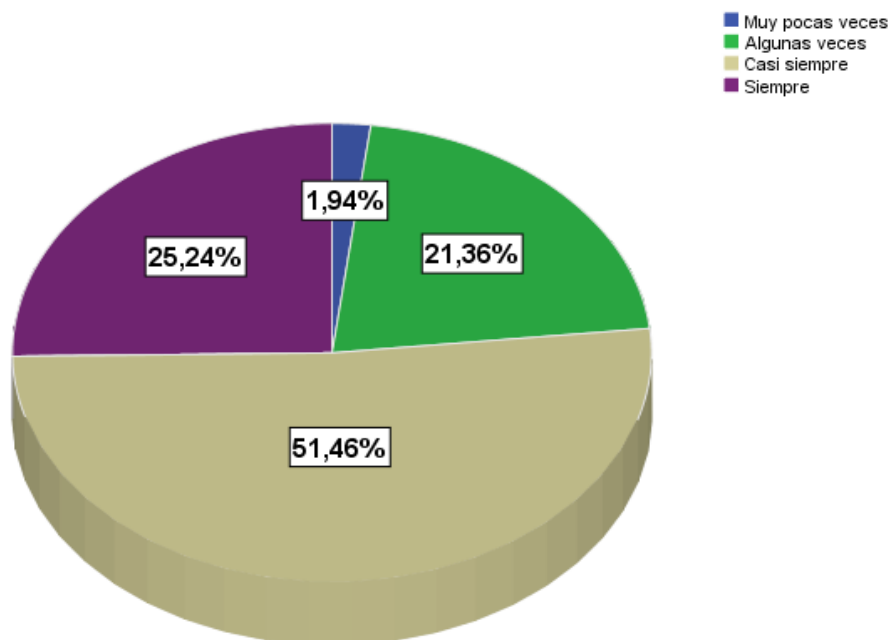


Figura 34. Amabilidad con los clientes.

Fuente: Tabla 34.

Interpretación: Del total de los encuestados el 51,46% casi siempre son amables con los clientes, así mismo el 25,24% manifiestan que siempre son amables con los clientes.

Tabla 35. Horarios de trabajo accesible para sus clientes en las MYPES en el rubro restaurante Huaraz, 2017.

Datos	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa porcentual	Frecuencia relativa porcentual acumulada
Algunas veces	35	34,0	34,0
Casi siempre	49	47,6	81,6
Siempre	19	18,4	100,0
Total	103	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro restaurante en la ciudad de Huaraz.

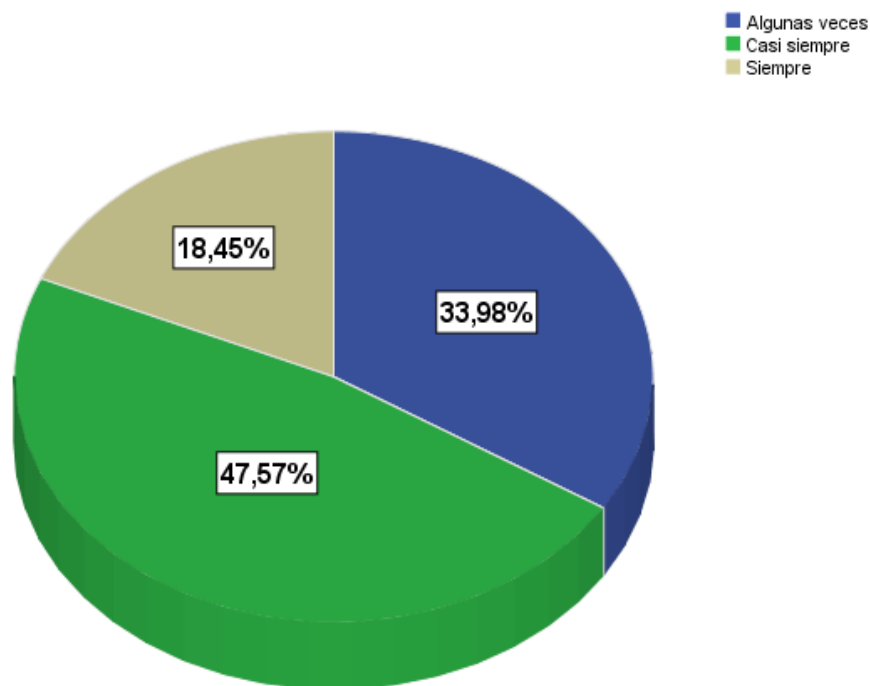


Figura 35. Horario de trabajo accesible para los clientes.

Fuente: Tabla 35.

Interpretación: De las empresas encuestadas el 47,57% casi siempre tienen horarios convenientes para sus clientes, en tanto el 33,98% algunas veces tienen horarios convenientes para sus clientes.

Tabla 36. *Entienden las necesidades de los clientes en las MYPES en el rubro restaurante Huaraz, 2017.*

Datos	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa porcentual	Frecuencia relativa porcentual acumulada
Nunca	1	1,0	1,0
Muy pocas veces	4	3,9	4,9
Algunas veces	24	23,3	28,2
Casi siempre	46	44,7	72,8
Siempre	28	27,2	100,0
Total	103	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro restaurante en la ciudad de Huaraz.

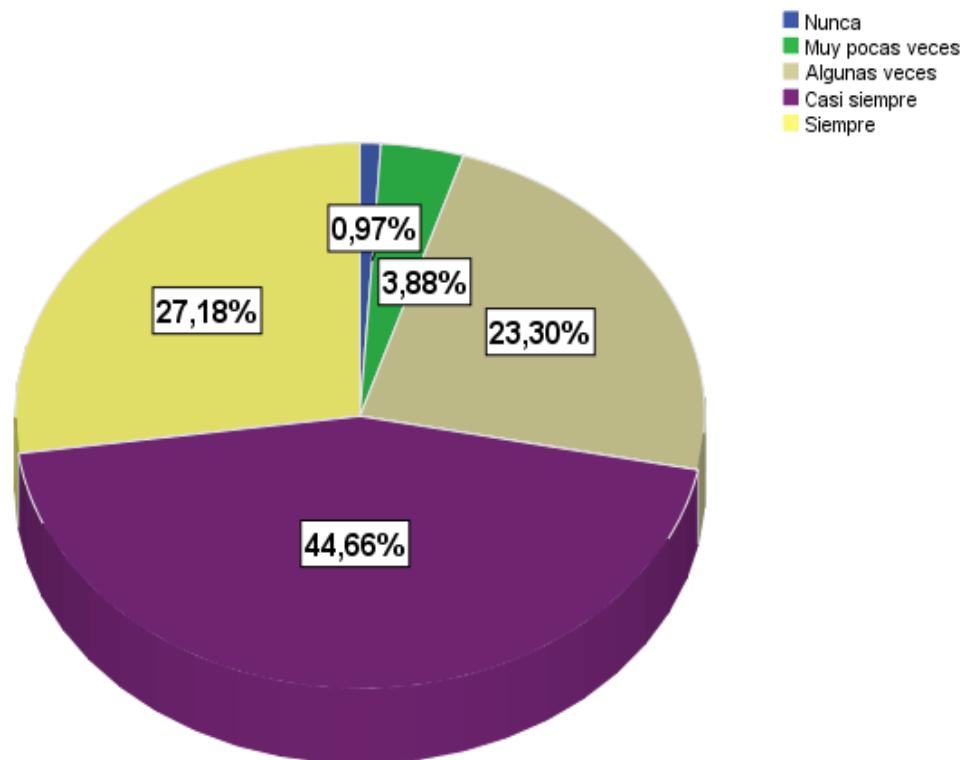


Figura 36. Necesidades de los clientes.

Fuente: Tabla 36.

Interpretación: De 103 empresas encuestadas el 44,66% casi siempre entienden las necesidades de sus clientes, del mismo modo el 23,30% algunas veces comprenden las necesidades de sus clientes.

4.2. Análisis de resultados

4.2.1. Referente a los representantes de las micro y pequeñas empresas

Referente a las edades de los representantes; el 62,14% de los representantes tienen entre 31 y 50 años de edad (Tabla 1), estos resultados coinciden con los resultados encontrados por Aranda (2017) el 51,9% tienen entre los 31 y 50 años de edad, también coinciden con Díaz (2018) el 47,06% tienen entre 41 y 50 años, también coinciden con Tacunan (2016) el 31,3% de los encuestados tienen entre 46 a 55 años, también coinciden con Bojórquez (2018) el 31,25% tienen entre 46 a 55 años de edad, también coinciden con los resultados encontrados por Tejada (2018) el 50,0% tienen entre los 30 y 50 años, también coinciden con Chupayo (2018) el 26,5% tienen entre 36 y 41 años, pero contrastan con Luna (2016) el 52,25% tienen entre los 18 y 25 años; esto demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas del rubro restaurante, están dirigidos por personas adultas de entre los 31 y 50 años; ya que estas personas tienen más experiencia, ello ayuda a que las empresas tengan representantes que manejen bien la empresa.

Referente al género de los representantes; Se pudo ver que el 55,34% son de sexo femenino (Tabla 2), estos resultados coinciden con los resultados encontrados por Díaz (2018) el 62,75% de los restaurantes son conducidos por mujeres, También coinciden con los resultados encontrados por Tejada (2018) el 66,7% son de sexo femenino, también coinciden con Aranda (2017) el 51,9% son de sexo femenino y también coinciden con Bojórquez (2018) el 68,75% son de sexo femenino, pero contrastan también contrastan con Luna (2016) el 46,9% son de sexo masculino con los resultados encontrados por Tacunan (2016) el 61,0% son de sexo masculino, también contrastan con Chupayo (2018) el 56,5% son de sexo masculino; esto demuestra que la mayoría de las MYPES del rubro restaurante están dirigidos por mujeres, quienes son más dedicadas al labor y estar a la vanguardia de la competencia destacando capacidad suficiente para emprender negocio y salir adelante.

Referente al grado de instrucción de los representantes; el 58,25% tienen el grado de instrucción que tienen es secundaria (Tabla 3) estos resultados coinciden con los resultados encontrados por Díaz (2018) que el 54,25% tienen el grado de instrucción como secundaria, también coinciden con los resultados encontrados por Tejada (2018) en donde indica que el 41,7% tiene el grado de instrucción de secundaria, también coinciden con los resultados encontrados por, pero contrastan con Tacunan (2016) el 45,5% tienen el grado de instrucción de superior no universitario, también contrastan con Aranda (2017) el 51,9% son de superior universitario, también contrastan con Chupayo (2018) el 40,6% tienen el grado de instrucción superior técnica, contrastan con Luna (2016) el 47,8% tiene el grado de instrucción universitario; esto demuestra que la mayoría de las MYPES del rubro restaurante son conducidas por personas que solo tienen secundaria completa, nada más por intuición y no por estudios realizados para dirigir el negocio.

Con referente al cargo que desempeña el representante; se pudo ver que el 78,6% son dueños (Tabla 4), estos resultados coinciden con los resultados encontrados por Tejada (2018) el 75,0% son dueños, pero contrastan con Aranda (2017) el 40,8% el cargo que desempeña es administrador; esto demuestra que la gran mayoría de representantes de las MYPES del rubro restaurante son conducidos por los mismos dueños.

Con respecto al tiempo que desempeña el representante; se obtuvo que el 40,78% desempeña en el cargo entre los 4 y 6 años (Tabla 5), estos resultados coinciden con Tejada (2018) el 66,66% tienen más de 5 años en el cargo, pero contrasta con Bojórquez (2018) el con Aranda (2017) el 48,2% desempeñan en el cargo más de 6 años; esto demuestra que el representante de las MYPES del rubro restaurante desempeñan en el cargo entre los 4 y años, lo cual demuestra que hay perseverancia por parte del representante en dirigir dicho negocio.

4.2.2. Referente a las características de las micro y pequeñas empresas

Referente al tiempo de permanencia en el rubro; se recabó que el 39,81% % de los restaurantes tienen entre 4 y 6 años en el mercado (Tabla 6), estos resultados coinciden con los resultados encontrados por Aranda (2017) el 59,3% de los restaurantes permanecen más de 6 años en el mercado, también coinciden con Luna (2016) el 43,5% tienen 3 años dentro del mercado comercial; pero contrastan con los resultados por Díaz (2018) siendo el 28,8% de los restaurantes tienen menos de un año de apertura al público, también contrastan con Bojórquez (2018) el 37,50% tienen un año en la actividad de restaurante, esto demuestra que las MYPES del rubro restaurante tienen entre 4 y 6 años de permanencia en el mercado, quiere decir que tienen una estabilidad en el rubro.

Referente al número de trabajadores: se pudo ver que el 74,8% de los establecimientos cuentan entre el 1 y 5 trabajadores (Tabla 7), estos resultados coinciden con los resultados encontrados por Aranda (2017) el 59,3% tienen de 1 y 5 trabajadores, también coinciden con Díaz (2018) el 94,12% tienen de 1 a 4 trabajadores, también coinciden con Bojórquez (2018) el 56,25% cuentan con 1 a 5 colaboradores, pero contrastan con los resultados encontrados por Tejeda (2017) el 92,7% tienen más de 3 trabajadores; esto demuestra que las MYPES del rubro restaurante cuentan con suficientes colaboradores, para brindar el servicio de manera más óptima al cliente.

Referente a las personas que trabajan en su empresa; el 80,58% de los que trabajan son personas familiares (Tabla 8), estos resultados coinciden con los resultados encontrados por Aranda (2017) el 44,5% de los trabajadores no son familiares ni amigos; esto demuestra que en su mayoría los empresarios trabajan con personas no familiares, la cual hace referencia que es mucho mejor trabajar con extraños que con la familia.

Referente al objetivo de la creación de la empresa; el 97,09% tienen como objetivo generar ganancia (Tabla 9), Coinciden con los resultados encontrados por Tejeda (2018) el 91,7% el objetivo es generar ganancias, también coinciden

con Aranda (2017) el 59,3% tienen como objetivo generar ganancias; esto demuestra que la finalidad de la apertura de las MYPES del rubro restaurantes tienen como objetivo generar ganancia.

4.2.3. Referente a gestión de calidad

Con respecto a identificación de los problemas de administración en la empresa; el 45,63% manifiestan que algunas veces identifican los problemas en la empresa (tabla 12), estos resultados coinciden con Aranda (2017) el 88,9% analiza las posibles causas que generan problemas en el proceso de preparación de los alimentos; esto demuestra que sólo algunos de los representantes del rubro restaurante diagnostican las necesidades de los clientes, en la cual afirma Deming (1989) indica que primero se tiene que conocer la situación actual en la que se encuentra la empresa.

Con respecto a recojo de información existente sobre los problemas identificados; el 37,86% algunas veces recogen información de los problemas existentes (tabla 13), estos resultados coinciden con Aranda (2017) el 92,6% realizan un seguimiento de los problemas que se podían darse en el proceso de preparación de alimentos, esto demuestra que solo algunas veces recogen información de los problemas; esto da a entender que los representantes en su mayoría no investigan. Deming (1989) afirma que es necesario la recopilación de datos e investigación necesaria.

Con respecto a al planteamiento de soluciones a los problemas identificados; el 40,78% algunas veces plantean soluciones para los problemas identificados (tabla 14), estos resultados coinciden con los resultados encontrados por Díaz (2018) el 44,44% algunas veces planifican objetivos como empresa a corto y largo plazo, también coinciden con Aranda (2017) el 96,3% se implementan los cambios en la empresa para solucionar problemas en el proceso de preparación de alimentos, esto nos indica que algunas veces ven la manera de cómo solucionar el problema, pero en su mayoría no plantean soluciones a los

problemas identificados; esto demuestra deficiencia en ese aspecto, el cual genera una insatisfacción por parte del cliente, Deming (1989) afirma que se plantea soluciones para el logro de los objetivos.

Con respecto a designación de funciones; el 41,75% algunas veces designan funciones a cada colaborador para realizar los cambios que sean requeridos (tabla 15), estos resultados coinciden con Díaz (2018) el 64,05% algunas veces establecen y define las funciones a cada trabajador de acuerdo a sus habilidades, esto demuestra que solo pocas veces designan funciones, en gran parte los colaboradores realizan su labor ingeniándose, Deming (1989) manifiesta que designa funciones a cada colaborador para que lleven a cabo el trabajo que se ha corregido anteriormente.

Con respecto a la conformación de equipos; el 41,75% algunas veces realizan la conformación de equipos de trabajo para el correcto desarrollo de actividades (tabla 16), estos resultados coinciden con Díaz (2018) el 75,16% algunas veces conforman equipos de trabajo para el correcto desarrollo de las actividades, esto demuestra que realizan la conformación de equipos, la cual hace más eficiente el labor por lo tanto el cliente sale satisfecho, Deming (1989) manifiesta liderar los procesos agrupando a los trabajadores en equipo en muy importante por lo que ayuda en la mejora continua.

Con respecto al control adecuado de manejo de los alimentos en la cocina; el 49,51% indican que casi siempre realiza el control adecuado de los alimentos en la cocina (tabla 17), estos resultados coinciden con Díaz (2018) el 45,10% casi siempre controlan el adecuado manejo de los alimentos en la cocina, también coinciden con Bojórquez (2018) el 50,00% verifican el cumplimiento de los objetivos; estos resultados demuestran que en su mayoría al realizar el control, genera menos desperdicio y se puede ver la cantidad de productos que está ingresando, las misma que estén en óptimas condiciones, Deming (1989) afirma que una vez puesta en marcha se debe hacer el control para poder encontrar

situaciones negativas, de tal manera se puede retroalimentar de acuerdo al procedimiento planificado.

Con respecto a evaluación de los resultados; el 41,75% de los representantes algunas veces evalúan los resultados obtenidos (tabla 18), estos resultados coinciden con Aranda (2017) el 92,6% establece un sistema de medición de resultados en el proceso de preparación de alimentos, también coinciden con Díaz (2018) el 72,55% solo algunas veces verifican el correcto almacenamiento de los alimentos; esto demuestra que los representantes de las MYPES del rubro restaurante realizan medidas correctivas a actividades que pueden salir mal hechas, Deming (1989) permite eliminar los trabajos innecesarios y que demanda mayor costo en la empresa.

Con respecto a propuestas de mejora; el 48,54% casi siempre se establecen propuestas de mejora (tabla 20), también coinciden con Díaz (2018) el 65,36% algunas veces establecen medidas correctivas para el normal funcionamiento de la empresa; esto demuestra que los representantes de las MYPES del rubro restaurante realizan propuestas de mejora para la mejor calidad de servicio que va a brindar, Deming (1989) manifiesta que se establecen propuestas de mejora en base a las medidas correctivas para poder volver a tomar el rumbo deseado.

4.2.4. Referente al modelo SERVPERF

Con respecto a la apariencia moderna del restaurante; el 62,12% de los restaurantes nunca tienen apariencia moderna (tabla 21), estos resultados coinciden con los resultados encontrados por Silva (2015) el 60,00% de los restaurantes no tienen apariencia moderna, también coinciden con Tejeda (2018) el 58,3% no cuentan con equipos de alta tecnología, pero contrastan con los resultados encontrados por Chupayo (2018) el 53,4% tienen equipamiento moderno, también contrastan con Aguirre (2013) el 36,7% están de acuerdo que el restaurante cuenta con una infraestructura moderna, también contrastan con Cruz (2016) el 83,8% cuentan con una apariencia moderna, también contrasta

con Tacunan (2016) el 23,5% están de acuerdo con la apariencia pulcra del local; esto demuestra que en su mayoría las instalaciones de las MYPES del rubro restaurante no tienen una apariencia moderna, esto trae desventajas, puesto que el cliente de hoy en día están actualizados a la vanguardia de la última tecnología, requiriendo algo nuevo y no a la antigua, Cronin y Taylor (1992) es necesario contar con un buen aspecto físico, ya que eso traerá beneficio para la organización.

En lo que respecta a las instalaciones físicas del restaurante; el 38,83% manifestó que algunas veces las instalaciones del restaurante son visualmente atractivos (Tabla 22), estos resultados coinciden con Tacunan (2016) el 35,7% están medianamente de acuerdo que las instalaciones físicas son visualmente atractivas, pero contrastan con los resultados encontrados por Cruz (2016) el 85,0% las instalaciones físicas son visualmente atractivos, también contrastan con Silva (2015) el 70% de las instalaciones físicas del restaurante son visualmente atractivas; esto demuestra que las instalaciones de las MYPES del rubro restaurante si son visualmente atractivos, diseñados para la comodidad del comensal, Cronin y Taylor (1992) afirma que es muy importante contar con las instalaciones físicas muy agradables porque mediante ello los clientes perciben el servicio que la empresa le ofrece.

Referente a la presentación de los empleados; el 82,52% de los colaboradores siempre tienen una apariencia pulcra (Tabla 23), coinciden con los resultados encontrados por Cruz (2016) el 83,8% tienen apariencia pulcra, también coinciden con Silva (2015) el 30% están de acuerdo con la apariencia pulcra, también coinciden con Tacunan (2016), el 36,6% de los trabajadores tienen apariencia pulcra, Aguirre (2013) el 35,3% tienen una apariencia pulcra, también coinciden con Chupayo (2018) el 60,3% tienen una apariencia pulcra; esto demuestra que en su mayoría los colaboradores de las MYPES casi siempre tienen una apariencia pulcra, bien vestidos y arreglados para la ocasión, Cronin y Taylor (1992) marca el valor por el cual el trabajador debe estar presentable ante los ojos de los comensales, ello demuestra respeto y cuidado.

Los materiales asociados con el servicio; el 45,63% casi siempre tienen materiales visualmente atractivos (Tabla 24), coinciden con Tacunan (2016) el 38,7% están de acuerdo con los materiales que son visualmente atractivos, pero también coinciden con Silva (2015) el 80% de los materiales son visualmente atractivos; esto demuestra que en su mayoría las MYPES del rubro restaurantes si cuentan con folletos, cartas en donde especifiquen los platillos con sus respectivos precios, Cronin y Taylor (1992).

Respecto a las promesas del colaborador; el 67,96% siempre cuando el colaborador se compromete en hacer algo lo cumple (Tabla 25), contrastan con Cruz (2016) el 85,0% cuando prometen hacer algo en un tiempo determinado lo cumple, también contrastan con los resultados encontrados por Silva (2015) el 60% cuando prometen hacer algo en un cierto tiempo lo hacen; esto demuestra que en las MYPES del rubro restaurante el colaborador cumple con lo prometido, brindando una satisfacción al cliente, Cronin y Taylor (1992) sostiene que es una habilidad para ejecutar el servicio prometido.

Referente al interés por solucionar el problema; el 46,60% algunas veces muestran un sincero interés por solucionar el problema del cliente (Tabla 26), también coinciden con los resultados obtenidos por Silva (2015) 45,76% cuando un cliente tiene un problema, muestran un sincero interés por solucionarlo, también coinciden con Tacunan (2016) el 37,2% se encuentra ni en acuerdo ni en desacuerdo respecto al sincero interés en solucionar un problema, también coinciden con Aguirre (2013) el 32,6% muestran un sincero interés en solucionar los problemas de los clientes, pero contrastan con Cruz (2016) el 85,5% cuando el cliente tiene un problema casi siempre muestran un sincero interés por solucionarlo; esto demuestra que el colaborador de las MYPES del rubro restaurante está capacitado para resolver los problemas e inconvenientes que se pueden suscitar dentro de la empresa, Cronin y Taylor (1992) indica que los trabajadores deben mostrar un interés por solucionar el problema de los clientes.

Referente al tiempo de entrega en los pedidos; el 58,25% siempre brindan el servicio lo más rápido posible (Tabla 28), también coinciden con los resultados hallados por Silva (2015) 50% el personal ofrecen un servicio rápido a sus clientes, y también coinciden con Tacunan (2016) el 41,7% están de acuerdo respecto rapidez del servicio, también coinciden con Aguirre (2013) el 60,5% brindan el servicio lo más rápido posible, también coinciden con Tejeda (2018) el 100% brinda en el servicio pactado, también coinciden con Cruz (2016) el 80,8% brindan el servicio lo más rápido posible; esto demuestra que en su mayoría los colaboradores de las MYPES del rubro restaurante son bastante rápidos en la entrega del pedido, Cronin y Taylor (1992) le servicio debe ser brindado con prontitud y esmero. no se debe tardar mucho,

Referente a estar dispuesto a ayudar; el 45,63% algunas veces están dispuesto a ayudar al cliente (Tabla 29), coinciden con Tacunan (2016) el 51,8% se encuentran ni de acuerdo ni en desacuerdo, pero contrastan con Silva (2015) 47,65% siempre está dispuesto en atenderlo, también contrastan con Cruz (2016) el 85,85 de los empleados siempre están dispuesto en ayudar a sus clientes; esto demuestra que los colaboradores de las MYPES del rubro restaurante están dispuestos a ayudar al cliente, la cual generará beneficios para la empresa ya que el cliente saldrá satisfecho con el servicio brindado, Cronin y Taylor (1992) el trabajador tiene deseos de ayuda al cliente.

Referente a los colaboradores no están demasiado ocupados; el 44,66% algunas veces no están ocupados para atender al cliente (Tabla 30), estos resultados coinciden con Chupayo (2018) el 53,4% no están demasiado ocupados para atender al cliente, también contrastan con Cruz (2016) el 83,8% de los empleados no están demasiado ocupados para atenderlos; esto demuestra que los colaboradores de las MYPES del rubro restaurante no están demasiado ocupados como para atender al cliente. Cronin y Taylor (1992) indica que el deseo de ayudar a los clientes.

Referente a transmisión de confianza; el 37,86% algunas veces transmiten confianza a los clientes (Tabla 31), también coinciden con Tacunan (2016) el 43,2% se encuentran medianamente de acuerdo con el comportamiento del colaborador que inspira confianza al cliente, también coinciden con Aguirre (2013) el 42,3% de los colaboradores transmiten confianza a los comensales, pero contrasta con Silva (2015) el 50% de los empleados inspiran confianza, también contrastan con Cruz (2016) el 78,9% de los empleados inspiran confianza, también contrastan con Chupayo (2018) el 56,2% el comportamiento de colaborador inspira confianza; esto demuestra que los colaboradores de las MYPES del rubro restaurante casi siempre inspiran confianza al cliente.

Referente al precio que paga; el 62,12% siempre el precio que paga está en relación al servicio brindado (Tabla 32), contrasta con Tacuna (2016) el 31,3% manifiestan que se encuentran de acuerdo con el precio que paga está en relación al servicio recibido; esto demuestra que el servicio que se le brinda en las MYPES del rubro restaurante siempre el precio está en relación al servicio brindado.

Referente a amplio conocimiento; el 51,46% casi siempre tienen amplio conocimiento para responder las preguntas de los clientes (Tabla 33), coinciden con Gonzales (2018) el 41% cuentan con el conocimiento suficiente para responder las consultas de los clientes, también coinciden con Silva (2015) el 50% de los colaboradores tienen suficientes conocimientos para responder a las preguntas de los clientes, pero contrastan con Tacuna (2016) el 28% se encuentra de acuerdo con el suficiente conocimiento para responder las consultas de los clientes, contrastan con Cruz (2016) el 83,8% de los empleados muestran tener suficientes conocimientos para responder las preguntas del cliente; esto demuestra que los colaboradores de las MYPES del rubro restaurante tienen suficiente conocimiento al brindar el servicio, puesto que lleva un buen tiempo laborando y está capacitado, Cronin y Taylor (1992) el colaborador cuenta con amplio conocimiento para resolver problemas que se presenten dentro de la organización.

Referente a la amabilidad; el 51,46% casi siempre son amables con los clientes (Tabla 34), coinciden con Chupayo (2018) el 57,5% son amables con los clientes, también coinciden con Tacunan (2016) el 37,2% están de acuerdo con respecto a la amabilidad con los clientes, también coinciden Silva (2015) el 60% de los trabajadores siempre son amables con los clientes; esto demuestra que los colaboradores de las MYPES del rubro restaurantes casi siempre son amables con los clientes. Cronin y Taylor (1992) indica que es muy importante ser amables con los clientes, hacerles sentir como en casa.

Referente a horarios de trabajo; el 47,57% casi siempre tienen horarios convenientes para sus clientes (Tabla 35), coinciden Chupayo (2018) el 58,9% tienen un horario adecuado para el cliente, también coinciden con Silva (2015) el 30% de los restaurantes tienen horarios de trabajo convenientes para sus clientes, también coinciden con Tacunan (2016) el 31,3% están de acuerdo que los horarios son convenientes para sus clientes, también contrastan con Cruz (2016) el 82,5% de los restaurantes ofrecen horarios convenientes para los usuarios; esto demuestra que los representantes de las MYPES del rubro restaurante casi siempre tienen horarios que convencen al cliente, puesto que en su mayoría brindan el servicio de todo el día como es almuerzo y cena, Cronin y Taylor (1992) la flexibilidad de horario es muy importante para brindar el servicio al cliente.

Referente a las necesidades del cliente; el 44,66% casi siempre entienden las necesidades de sus clientes (Tabla 36), coinciden con Silva (2015) el 40% de los trabajadores comprenden las necesidades de los clientes, también coinciden con Tacunan (2016) el 43,2% están medianamente de acuerdo con respecto a la comprensión de las necesidades de los clientes, el 60,3% conocen las necesidades de los clientes; esto demuestra que los representantes de las MYPES rubro restaurante casi siempre conocen las necesidades de los clientes, optando por satisfacer con platillos deliciosos y al agrado del cliente, Cronin y Taylor (1992) capacidad para entender y comprender las necesidades del cliente.

V. Conclusiones

5.1. Conclusiones

Los resultados obtenidos dan evidencia empírica de que es posible medir la calidad haciendo uso de las dimensiones planteadas en el modelo mencionado, en las micro y pequeñas empresas del rubro restaurante en la ciudad de Huaraz, en la cual se ha observado una deficiencia en cuanto que gran parte de representantes no evalúan cuales serían las deficiencias del colaborador, no realizan retroalimentación o capacitación, por lo que se pudo observar las molestias del cliente en casos como; apariencia moderna del local, la higiene dentro de ellas, dispuesto a ayudar al cliente, amplio conocimiento para responder las preguntas del cliente.

En su mayoría, de los representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro restaurante en la ciudad de Huaraz, 2017, tienen una edad promedio entre los 30 y 50 años de edad, siendo dirigido por personas de sexo femenino, con un grado de instrucción secundario, en gran parte tiene como representantes a los propios dueños, desempeñando más de 5 años en el cargo.

En la mayoría de las micro y pequeñas empresas del rubro restaurante en ciudad de Huaraz, 2017, están el mercado funcionando entre los 4 y 6 años, teniendo entre 1 a 5 trabajadores, contando como trabajadores a personas no familiares, la gran mayoría son personas naturales, el objetivo de la creación de la empresa es generar ganancias, las cuales tienen un ingreso entre los S/. 1.00 a S/. 51, 875 anuales.

Con relación a la gestión de calidad, la mayoría de representantes manifiestan que algunas veces identifican los problemas dentro de la empresa, en su mayoría algunas veces recogen información de los problemas existentes, una gran parte de los representantes plantean soluciones a los problemas identificados, en ocasiones: planifican sus objetivos como empresa a corto y largo plazo, determinan un plan de actividades, determinan indicadores de control para el logro de sus objetivos, capacitan a sus empleados en cuanto al manejo correcto de los alimentos, establecen

medidas correctivas para el normal funcionamiento del restaurante. Casi siempre controlan el adecuado manejo de los alimentos en la cocina.

Con relación a la variable del modelo SERVPERF, en su mayoría no tienen un local de apariencia moderna, la mayoría de representantes consideran que las instalaciones físicas del restaurante algunas veces son visualmente atractivas, teniendo sus colaboradores de apariencia pulcra, los colaboradores cuando se comprometen hacer algo en un determinado tiempo los cumplen, los colaboradores siempre están dispuesto a ayudar al cliente en lo que requiera, nunca están demasiado ocupados, están preparados para responder las inquietudes de los clientes, brindando un servicio lo más pronto posible, en su mayoría entienden las necesidades de los clientes.

5.2. Recomendaciones

Se le recomienda tener mayor énfasis en cuanto a la atención al cliente, viendo la necesidad de capacitar al colaborador cada vez que sea posible, fijarse bien en las instalaciones físicas del local, las mismas que tienen que contar con tecnología moderna, controlar el adecuado manejo de alimentos en la cocina, del mismo modo contar con profesionales para la preparación de alimentos en las cuales cada cocinero debe contar con los implementos tales como, gorra, mascarilla, mandil, etc. Que a su vez sea bastante ligero para que el servicio sea con total prontitud, en la cual el comensal se sienta ajusto disfrutando de su platillo, finalmente se debe realizar un estudio mediante una encuesta aplicado a los clientes para que de esa forma lograr conocer mejor sus necesidades.

En cuanto a los representantes de las MYPES del rubro restaurante es necesario que tengan un estudio superior, ello ayudará a que brinde capacitación a su personal, de esa manera podrá conocer ampliamente los temas que van a incurrir, cuidando al cliente y brindando el mejor servicio, en la cual pueda quedar totalmente satisfecho el cliente.

En cuanto a las MYPES del rubro restaurante se les recomienda a los representantes, a que tengan un cambio de acuerdo a la actualidad, preocupación tanto por el colaborador como también por sus clientes, que capaciten a su personal, para que pueda brindar un servicio de calidad y así no se sienta obligado al cierre del local.

Se le sugiere a que primero identifique las falencias que hay dentro de la empresa, seguidamente que tipo de capacitación se le puede brindar, asignar tareas, definir objetivos, controlar a su personal y finalmente evaluar cómo está el desempeño y en que requiero retro alimentación ello, va generar que el colaborar esté preparado para cualquier situación presentada dentro de la empresa, donde podrá solucionar cualquier dificultad que se presente y así conseguirá tener mejores beneficios tanto para la empresa como también para el cliente.

Los trabajadores del restaurante siempre tienen que estar bien presentables para realizar el trabajo contando con un uniforme adecuado, los cabellos bien sujetos, fotocheck, etc. Los insumos para la preparación de los platillos deberían ser seleccionados con el mayor cuidado, asegurándose los que estén en óptimas condiciones, el colaborador debe estar apto para ayudar al cliente en lo que requiera, para ello es muy importante que todo representante reconozca su desempeño brindando un reconocimiento ya sea con palabras de elogio o incentivos económicos, en la cual el colaborador se sienta motivado y pueda brindar un mejor servicio.

Referencias bibliográficas

- Aguirre, L. (2013). *El servicio de calidad de los restaurantes y la satisfacción del cliente en el distrito de la Unión- Dos de Mayo, 2013*. Huánuco: Universidad de Huánuco. Recuperado el 27 de Octubre de 2018, de http://repositorio.udh.edu.pe/bitstream/handle/123456789/101/lisbeth_tesis_titulo_2013.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- APEGA. (2010). El aporte económico de la gastronomía en el Perú. Recuperado el 03 de Noviembre de 2018, de <http://www.apega.pe/noticias/prensa-y-difusion/el-aporte-economico-de-la-gastronomia-en-el-peru.html>
- Aranda, J. (2017). *La gestión de calidad bajo el enfoque de la calidad total en las micro y pequeñas empresas del serctor servicio, rubro restaurantes del casco urbano de Chimbote, 2016*. Chimbote : Universidad Católica los Ángeles Chimbote. Recuperado el 10 de Noviembre de 2018, de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3340/MICRO_EMPRESAS_GESTION_DE_CALIDAD_CALIDAD_TOTAL_ARANDA_SERNAQUE_JHON_ERICK.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Bembibre, C. (2009). *Definición ABC*. Obtenido de Restaurante.: <https://www.definicionabc.com/social/restaurante.php>
- Bojórquez, Y. (2018). *Gestión de calidad con el uso de Marketing relacional en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro Restaurante, polleria de la ciudad de Huaraz, 2017*. Huaraz: Universidad Católica los Ángeles Chimbote. Recuperado el 01 de Noviembre de 2018, de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/4577/GESTION_DE_CALIDAD_MARKETING_RELACIONAL_BOJORQUEZ_ARAMBURU_YENY_ROXANA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Cabello, S. (2001). *Importancia de la micro y pequeñas empresas en el Desarrollo del país*. Perú: lex. Recuperado el 27 de Mayo de 2017, de <http://revistas.uap.edu.pe/ojs/index.php/LEX/article/view/623>

- Chupayo, K. (2018). *Impacto de la calidad del servicio en la satisfacción en la micro y pequeña empresa del rubro restaurante de comida criolla en Ñaña, distrito de Lurigancho Chosica*. Lima: Universidad ESAN. Recuperado el 27 de Octubre de 2018, de http://repositorio.esan.edu.pe/bitstream/handle/ESAN/1347/2018_ADYMA_18-1_01_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Comercio. (2016). *El cliente del estado*. doi:<https://elcomercio.pe/opinion/columnistas/cliente-alfredo-torres-265610>
- Comercio. (2016). *empresas informales en el Perú*. Recuperado el 29 de Noviembre de 2017, de <https://elcomercio.pe/economia/peru/65-empresas-peru-son-informales-168604>
- Cronin, J., y Taylor, S. (1992). *Service Performance*. Journal of Marketing.
- Cruz, R. (2016). *La calidad del servicio y su incidencia en la satisfacción del cliente del restaurante la huerta- Puno, periodo 2015*. Puno: Universidad nacional del altiplano. Recuperado el 27 de Octubre de 2018, de http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/2962/Cruz_Atamari_Rocio.pdf?sequence=1
- Cuatrecasas, L. (2010). *Gestión integral de la calidad*. PROFIT.
- Deming, W. (1989). *Calidad, Productividad y Competitividad la salida de la crisis*. Madrid: Diaz Santos.
- Díaz, R. (2018). *Gestión de calidad con el uso de las estrategias competitivas genéricas en las micro y pequeñas empresas del rubro restaurante del distrito de independencia, provincia de Huaraz, 2017*. Ancash . Huaraz: Universidad Católica los Ángeles Chimbote. Recuperado el 26 de Octubre de 2018, de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/4672/GESTION_DE_CALIDAD_COMPETITIVIDAD_DIAZ_ROBLES_ROMARIO_ZENON.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Duque, J. (2005). *Medición de la percepción de la calidad*. Bogotá: Criterio Libre.

- Duran, M. (1992). *Gestión de calidad*. Díaz de Santos.
- Efiempresa. (2017). Calidad de servicio y satisfacción del cliente. Recuperado el 29 de Octubre de 2018, de <https://efiempresa.com/blog/efimpersa-satisfaccion-del-cliente/>
- Emprendedores. (2016). Mypes: por qué son importantes para la economía Peruana. Recuperado el 21 de Noviembre de 2017, de Las MYPES en Perú: <https://www.pqs.pe/economia/mypes-importancia-economia-peru>
- Evans, W., y Lindsay, M. (2008). *Administración y control de calidad*. México: Cengage.
- Fernandez, P.(1997). *sistema de servicio en el restaurante*. revista de Epistemología.
- Gerencial, F. (2016). Medición de calidad del servicio al cliente. *Formación Gerencial*. Recuperado el 04 de Noviembre de 2018, de <http://blog.formaciongerencial.com/medicion-de-calidad-del-servicio-al-cliente/>
- INEI. (2015). Gasto en alimentos de los peruanos en realizados fuera del hogar. Recuperado el 04 de Noviembre de 2018, de <https://www.inei.gob.pe/prensa/noticias/el-33-del-gasto-en-alimentos-de-los-peruanos-son-realizados-fuera-del-hogar-8539/>
- Kotler, P. (2006). *Dirección de Marketing*. México: Person Educación.
- Lazo, Y. (2007). *La Situación de la Micro y Pequeña Empresa en el Perú*. Lima-Perù: Coremype.
- Luna, K. (2016). *Caracterización de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio- rubro restaurantes en el distrito de Nuevo Chimbote, 2013*. Chimbote: Universidad Católica los Ángeles Chimbote. Recuperado el 23 de Junio de 2017, de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1374/GESTION_DE_CALIDAD_MYPES_LUNA_HUARINGA_KEVIN_ARNOLD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- MEP. (2016). Las micro y pequeñas empresas. Recuperado el 23 de Setiembre de 2018, de <https://mep.pe/promulgan-ley-no-30056-que-modifica-la-actual-ley-mype-y-otras-normas-para-las-micro-y-pequenas-empresas/>
- Philip, K., y Keller, L. (2006). *Dirección de Marketing*. México: Person Educación.
- República. (2016). Crecimiento de los restaurantes en el Perú. Recuperado el 25 de Octubre de 2018, de <https://larepublica.pe/economia/762992-el-crecimiento-a-la-carta-la-industria-de-los-restaurantes>
- Reynoso, E. (2011). *Administración de servicios*. México: Pearson Educación.
- Silva, M. (2015). *Calidad del servicio al cliente en el restaurante la lomita-Tambogrande-2015*. Piura: Universidad Nacional de Piura. Recuperado el 26 de Octubre de 2018, de <http://repositorio.unp.edu.pe/bitstream/handle/UNP/352/ADM-SIL-IPA-15.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Sudhir, A. (2014). *Restaurante*. España: Espasa.
- SUNAT. (2016). Definición de las micro y pequeñas empresas. Recuperado el 30 de Octubre de 2016, de <http://www.sunat.gob.pe/orientacion/MYPE/define-microPequenaEmpresa.html>
- Tacunan, B. (2016). *Caracterización de la calidad de servicio bajo el modelo SERVPERF en las micro y pequeñas empresas del sector servicios- rubro restaurantes en el distrito de Huary, 2014*. Universidad católica los Ángeles Chimbote, 5. Huaraz: Universidad católica los Ángeles Chimbote. Recuperado el 23 de Junio de 2017, de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/978/MYPE_CALIDAD_DE_SERVICIO_TACUNAN_BONIFACIO_NELIDA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Taylor, J. (1994). *Serperf vs Servqual*. Journal of Marketing.
- Tejeda, K. (2018). *La gestión de calidad en la competitividad en la smicro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro restaurantes de la ciudad de Tingo María, año 2017*. Tingo María: Universidad Católica los Ángeles

Chimbote. Recuperado el 27 de Octubre de 2018, de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/6071/COMPETITIVIDAD_GESTION_DE_CALIDAD_TEJEDA_CONDEZO_KAREN_MELINA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Tschohl, J. (2011). *servicio al cliente* (8va ed.). Estados Unidos: Service Quality Institute.

1. Encuesta



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y
ADMINISTRATIVAS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN
DEPARTAMENTO ACADÉMICO DE METODOLOGÍA- MIMI**

**CUESTIONARIO APLICADO A LOS REPRESENTANTES DE LA
MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL RUBRO RESTAURANTE EN
LA CIUDAD DE HUARAZ – 2017.**

El presente cuestionario tiene por finalidad recabar información de las micro y pequeñas empresas del sector y rubro indicado anteriormente, la misma que servirá para desarrollar el trabajo de investigación denominado:

**GESTIÓN DE CALIDAD BASADO EN EL MODELO SERVPERF DE LAS
MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL RUBRO RESTAURANTE EN
CIUDAD DE HUARAZ – 2017.**

La información que usted proporcione será utilizada para fines académicos y de investigación, por lo que se le agradece anticipadamente.

INSTRUCCIONES: Con una (x) indique su grado de muy en desacuerdo (1) o muy de acuerdo (5), en la siguiente escala.

I. GENERALIDADES	
1.1. REFERENTE A LOS REPRESENTANTES DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS	
<p>1. Edad a) 18 – 30 años b) 31- 50 años c) 51- a más años</p> <p>2. Genero a) Masculino b) Femenino</p> <p>3. Grado de Instrucción a) Sin instrucción b) Primaria c) Secundaria d) Superior no universitario e) Superior universitario</p>	<p>4. Cargo que desempeña a) Dueño b) Administrador(a)</p> <p>5. Tiempo que desempeña en el cargo a) 0 a 3 años b) 4 – 6 años c) 7- a más años</p>

1.2. REFERENTE A LA CARACTERISTICAS DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS	
<p>6. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro</p> <p>a) 0 – 3 años b) 4 – 6 años c) 7 – a más años</p> <p>7. Número de trabajadores</p> <p>a) 1 – 5 trabajadores b) 6 – 10 trabajadores c) 11 – a más trabajadores</p> <p>8. Las personas que trabajan en su empresa son:</p> <p>a) Familiares b) Personas no familiares</p> <p>9. Objetivo de creación</p> <p>a) Generar ganancia c) Subsistencia</p>	<p>10. El nivel de ingreso de la empresa es:</p> <p>a) De S/. 1.00 hasta 51, 875 b) De S/. 51, 876 hasta 587, 916 c) De S/. 587, 917 a más</p> <p>11. Tipo de empresa de acuerdo a su constitución</p> <p>a) Persona natural b) Empresa ilimitada de responsabilidad limitada c) Sociedad de responsabilidad limitada d) Sociedad anónima cerrada e) Sociedad anónima abierta</p>

1. Nunca	2. Muy pocas veces	3. Algunas veces	4. Casi siempre	5. Siempre
----------	--------------------	------------------	-----------------	------------

GESTIÓN DE CALIDAD BASADO EN EL MODELO SERVPERF	-				+
	1	2	3	4	5
12. El gerente identifica los problemas de administración en la empresa.	1	2	3	4	5
13. El gerente recoge la información existente sobre los problemas identificados.	1	2	3	4	5
14. Se plantean soluciones para los problemas identificados.	1	2	3	4	5
15. Designa funciones a cada colaborador para realizar los cambios que sean requeridos.	1	2	3	4	5
16. Conformar equipos de trabajo para el correcto desarrollo de sus actividades.	1	2	3	4	5
17. Controla el adecuado manejo de los alimentos en la cocina.	1	2	3	4	5
18. Evalúa los resultados obtenidos con los cambios planificados.	1	2	3	4	5
19. Se aplican los resultados obtenidos para mejorar y reajustar los objetivos.	1	2	3	4	5
20. Se establecen medidas correctivas para el normal funcionamiento de la empresa.	1	2	3	4	5
21. Las instalaciones del restaurante son de apariencia moderna.	1	2	3	4	5
22. Las instalaciones físicas del restaurante, son visualmente atractivas.	1	2	3	4	5
23. Los colaboradores del restaurante, tienen una apariencia pulcra.	1	2	3	4	5
24. Los materiales relacionados con el servicio (cartas, folletos, lista de precios.) son visualmente atractivos.	1	2	3	4	5
25. Cuando el colaborador del restaurante se compromete hacer algo en un cierto tiempo, lo hace.	1	2	3	4	5
26. Cuando un cliente, tiene un problema o reclamo el colaborador, muestra un sincero interés en solucionarlo.	1	2	3	4	5

27. El colaborador del restaurante, concluye el servicio en el tiempo promedio.	1	2	3	4	5
28. El colaborador del restaurante, brinda servicio lo más rápido posible.	1	2	3	4	5
29. Los colaboradores siempre están dispuestos a ayudarlo.	1	2	3	4	5
30. Los trabajadores del restaurante, nunca están demasiado ocupados para atender al cliente.	1	2	3	4	5
31. El comportamiento de los trabajadores del restaurante transmite confianza a sus clientes.	1	2	3	4	5
32. El precio que paga está en relación al servicio recibido.	1	2	3	4	5
33. Los trabajadores del restaurante tienen amplio conocimiento para responder las preguntas del cliente.	1	2	3	4	5
34. Los trabajadores del restaurante siempre son amables con los clientes.	1	2	3	4	5
35. En el restaurante tienen horarios de trabajo conveniente para sus clientes.	1	2	3	4	5
36. Entienden las necesidades de los clientes.	1	2	3	4	5

GRACIAS POR SU APORTE.

2. Directorio

N°	REPRESENTANTE	RUC	DIRECCIÓN	NOMBRE COMERCIAL
1	AGUEDO ROSAS IRMA	10418382631	ROSAS PAMPA N° 157	
2	ALAMO CHINCHAY	10316542170	JR. SANTA ROSA BARRIO PUMACAYAN	RESTAURANTE MILAGRITOS
3	ALBINO IGNACIO BRAVO	10425823243	AV. ONFRAT.INTERNACIONAL N° 1534	EL PUNTO DEL SABOR
4	ALBORNOZ DEXTRE BERONICA	10406612479	AV. RAYMONDI N° 490	D' BIANCA RESTAURANT
5	ARTEAGA DEL POZO ROAL AUGUSTO	10067093475	JOSE SAN MARTIN N° 1275	RECREO DON PANCHITO
6	ATOC SHOCUSH RUBEN HILARIO	10705678257	JR. CARAZ N° 846	RESTAURANT QUE DELICIA
7	BARRENECHEA TARAZONA MANUEL	10328626697	JR. MARISCAL CACERES N°226	RECREO LAS HIGUERAS
8	BARTOLO ROMERO MARIS ISABEL	10710062400	PJ. YARCASH	LAS DELICIAS
9	BAUTISTA MAQUINA HERNAN TITO	10316519135	AV. ONFRAT.INTERNACIONAL N° 1554	REST CEV Y ANTIC VIRGEN DE HUA
10	BAZAN PRINCE MARCO ANTONIO	10316739631	PJ. ZARUMILLA S/N	BAR RECREO LA WISLLA
11	BOSSHARD HEINRICH	15533695458	AV. FRANCISCO BOLOGNESI N°116	
12	CACHA YAURI SONIA JUANA	10316411318	AV. VILLON ALTO S/N	RESTAURANT EXELENCIA
13	CALVO MINAYA BAYLON VIDAL	10316256347	AV. FRANCISCO BOLOGNESI N°274	REST.PIZZA VEGETARIANO
14	CALVO TINOCO EULOGIA MARGARITA	10416242955	JR. JOSE DE SAN MARTIN N°821	
15	CAMACHO RODRIGUEZ ANA	10801191636	AV. FRANCISCO BOLOGNESI 530	
16	CARBAJAL PUMASHONGO ESPERANZA	10316727609	AV. JOSE DE CUCRE N°434	RESTAURANTE ESPERANZA
17	CASTROMONTE LUNA ROLANDO	10316514869	JR. CARAZ N° 216	
18	CASTROMONTES SANCHEZ OLIMPIA	10316265885	JR. AMADEO FIGUEROA N°1241	RESTAURANT HIERBA BUENA
19	CEFERINO PALLACA RIVER WALTER	10725597768	AV. JOSE DE CUCRE N°883	RESTAURANT RIVER
20	COCHACHIN ARIAS ELMER WILIAMS	10804730732	JR.LOS JASMINES S/N	CEVICHERIA PAB EL PAICHE
21	DEPAZ PONTE MARGARITA REYNA	10801087791	AV. VILLON ALTO N° 864	RESTAURANTE SHARON
22	DEXTRE ROMERO OFELIA	10316521831	AV. FITZCARRAL N°365	RESTAURANTE LAS 4 ESTACIONES
23	DOMINGUEZ CONTRERAS RUMALDO	10316061970	AV.28 DE JULIO N°550	RESTAURANT LA ALBORADA
24	GABRIEL ESPINOZA JUANA EUDES	10316274477	AV.27 DE NOVIEMBRE S/N	COMEDOR 14 HUARAZ
25	GOMEZ PACAHUALA EDGAR	10316514290	MERCADO CENTRAL	RESTAURANT "TULLPA-RAJU"

N°	REPRESENTANTE	RUC	DIRECCIÓN	NOMBRE COMERCIAL
26	GRAOS SALAZAR CHRISTIAN	10426344411	PROLONGACIÓN ANTONIO RAYMONDI N° 1162	
27	JAMANCA NORABUENA HUGO JOSE	10092751991	AV. CARAZ S/N	REST.Y POLLERIA LA FAMILIA
28	JAVIER MAMANI CARMEN ROSA	10471392788	JR. JULIO VIVAR FARFAN N°851	MANDIBULYN
29	JUSTINO MONTAÑEZ EDWIN ISIDRO	10406952121	AV. RAYMONDI N° 506	EL MONTAÑEZ
30	JUSTO ADRIANO JESSICA MAXIMINA	10230190980	AV. LOENISA LESCANO N°687	CAFETIN RESTAURANTE YANET
31	KAQUI VALENZUELA MADELEY	10446010111	JR. CAJAMARCA N°106	
32	LABADO GOMEZ EDITH	10316775212	AV. PEDRO A VILLON N169	RESTAURANT JEMA
33	LAZARO DE LA CRUZ NOEMI	10467212473	JULIAN DE MORALES N°826	RESTAURANT STEVEN
34	LAZARO LUCIANO REVECA DORIS	10468594825	13 DE DICIEMBRE N°700	KALLPA RESTAURANT
35	LEIVA ESPINOZA SARA ADELAIDA	10230939191	13 DE DICIEMBRE S/N	RESTAURANTE LEYDY BEL
36	LINO RURUSH JIMMY ANTHONY	10704592596	SIMON BOLIVAR N°407	
37	LUCERO MACEDO MARGARITA	10316605864	JR.13 DE DICIEMBRE N°556	
38	MACEDO CASTILLO ZOILA MARIA	10316748410	SIMON BOLIVAR N°480	
39	MAGUIÑA ROSALES EDWIN MOISES	10445109946	AV. FITZCARRAL N°386	RESTAURANT DANA
40	MAYHUAY COLONIA FRANCISCO	10320441213	AV. CONF.INTER. OESTE N°896	RESTAURANTE PATITO AMARILLO
41	MEJIA DIAZ ESTHER MERCEDES	10317692604	JR. JUAN DE LAS CRUZ ROMERO N°419	
42	MELGAREJO HARO VILMA	10411484497	JR.8 DE OCTUBRE N°303	
43	MENDEZ LAUYA ALEJANDRINA	10408434471	AV. ANTONIO RAYMONDI S/N	
44	MENDOZA RAMIREZ ROXANA	10724571617	AV. SIMON BOLIVAR N°953	RESTAURANT DOS CORDILLERAS
45	MINAYA BAUTISTA FLOR VANESA	10463538528	AV. RAYMONDI N° 437	
46	MINAYA OSORIO ARTEMIO	10316163837	AV. SIMON BOLIVAR N°665	
47	MONTORO CUEVA DORA	10425694923	AV. SIMON BOLIBAR N°959	RESTAURANT LA BUENA SAZON N°01
48	MORALES DOMINGUEZ ROSA	10062507476	JR. JOSE DE LA MAR N°620	
49	MORALES MILLA EDVING SERGIO	10323967445	JULIAN DE MORALES N°511	
50	MORALES RAMOS ANTONIO	10316354667	AV. LUZURIAGA N°412	RESTAURANT EL FRANQUITO

N°	REPRESENTANTE	RUC	DIRECCIÓN	NOMBRE COMERCIAL
51	MORI CARRANZA LEYDI MILAGROS	10708149999	JR. HUASCARAN N°211	
52	NIVIN RURUSH BIBIANA CEFERINA	10316412047	AV. PEDRO A VILLON S/N	RESTAURANT DEYSY
53	NIZAMA MACEDO MIGUEL ANGEL	10445450451	AV. SIMON BOLIVAR N°707	EL NORTEÑO
54	NORABUENA RIOS MARINA	10316206188	AV. SIMON BOLIVAR N°480	
55	OBISPO ZUÑIGA ALVINA	10316167255	AV. LUZURIAGA N°810	
56	OBREGON RAMIREZ SANDRA	10479492242	JR.28 DE JULIO N°648	
57	OLORTEGUI DOMINGUEZ LIDIA	10719761467	AV. SIMON BOLIVAR S/N	RESTAURANTE OLORTEGUI
58	ONOFRE VALVERDE ORFELINDA	10068032097	AV. SIMON BOLIVAR N°1102	EL MESON DE PACHAPAQUI
59	PALACIOS PALACIOS WILMER	10454155713	JR. CARAZ N°952	EL SAZON DEL GRAN CHEFF
60	PALMA AGUIRRE ZOSIMO DAVID	10419957441	JR. JUAN DE LAS CRUZ ROMERO N°1264	
61	PALOMINO VILLANUEVA ROGER	10417693837	AV. ANTONIO RAYMONDI S/N	CALDOS MAMA EMICHA
62	PASTOR SUARES DELINA AMALIA	10423652301	AV. AGUSTIN GAMARRA S/N	RESTAURAN CEVICHERIA DELLY MAR
63	PEÑA TACURI ALFONZA MARIA	10403644116	AV. RAYMONDI N°813	
64	PINO GARRO NAYBETO	10437357574	AV. LUZURIAGA N°1178	
65	POMA HUAMAN JHON ALEX	10451888906	JR. MARISCAL CACERES N°477	
66	QUEZADA JARAMILLO WILDER	10316776651	PJ.SAN JUAN S/N	EL BUHO
67	QUISPE LÓPEZ ELIANA YUDIT	10404182272	AV. PEDRO A. VILLON N°892	RESTAURANTE EL TUNE
68	QUITO MACEDO ESTEBAN MARIO	10106801016	AV. LUZURIAGA N°628	RESTAURANT QUITO DEPAZ
69	RAMIREZ CORREA DOMINGO	10316746450	AV.LAS AMERICAS N°166	EL CHEF ANDINO
70	RAMIREZ OBREGON RICARDO	10435302624	AV. VILLON ALTO S/N	RESTAURANTE YAZUMI
71	REYES OSORIO YOLANDA LUCIA	10408986571	AV. LUZURIAGA N°1204	REST. DELICIAS DE MI TIERRA
72	RIMAC VEGA DAVID NICOLAS	10435690047	AV. SIMON BOLIVAR N°926	RESTAURANTE NICO
73	RIMAC VEGA TEOLINDA JULIA	10322697401	JR. HUASCARAN N°114	RESTSTAURANT LISBETH
74	RODRIGUEZ GARCIA DELFINA	10316103605	AV. VILLON ALTO S/N	
75	RODRIGUEZ HERRERA EULALIO	10447402446	PROLONGACIÓN ANTONIO RAYMONDI S/N	RESTAURANTE BURGER RATATOUILLE
76	RODRIGUEZ HUAMAN ROSALINA	10445357095	PEDREGAL	
77	ROJAS TOLEDO LUCIA	10316203944	FRANCISCO BOLOGNESI N°105	CEVICHOCO SAN PEDRO
78	ROMAN MORILLO CESAR	10332538174	JR. JOSE DE SAN MARTIN N°628	

N°	REPRESENTANTE	RUC	DIRECCIÓN	NOMBRE COMERCIAL
79	ROSALES LUCIA VICTORIA	10316379473	FRANCISCO BOLOGNESI N°274	RESTAURANTE DENIS
80	ROSALES ROBLES MARLIT GADY	10316744911	JOSE SAN MARTIN N° 128	RESTAURANT LA RUSTIKA
81	SABINO AYALA CARLOS DAVID	10467864900	AV. LUZURIAGA S/N	MI TIERRA SANTA
82	SALAS ESPINOZA ESTHER	10316527308	AV. ANTONIO RAYMONDI N°6651	RESTAURANT MODESTA
83	SALAZAR PALACIOS LUCIA	10402514154	TARAPACA N°2050	LUCIA Y VICTOR
84	SALVADOR LUGO ACADIA	10317738604	AV. LUZURIAGA N°1204	RESTAURANTEOS
85	SANCHEZ CRUZATE JINA ISABEL	10467008574	JR. FRANCISCO BOLOGNESI N°434	REST. VEGETARIANO SALUD Y VIDA
86	SANTIAGO ASENCIOS LUCIANO	10316244870	JR.SAN MARTIN N°738	POLLOS BROSTER LUCHITO
87	SEVILLA LAZARO CARMELA	10435287994	AV. LUZURIAGA N°492	BAR VIDEO EL AGUAJAL TROPICAL
88	SILVERIO CELESTINO MARIA	10453690861	AV. FITZCARALD N°226	SEÑOR DE MAYO
89	SOLANO SIMEON YESSICA	10456608316	JR. JOSE DE SAN MARTIN N°939	RESTAURANT PERU CRIOLLO
90	SOTO VILLANUEVA MARIA	10462078957	JR. SUCRE N°881	RESTAURANT ABIGAIL
91	TAHUA RIOS CESAR ANDRE	10474982152	JR.13 DE DICIEMBRE N°752	
92	TARASONA OSORIO HARRY	10704966631	AV. JUAN BAUTISTA N°840	
93	TICONA MONTES SALVADOR	10095521181	JOSE OLAYA N°162	
94	TOLENTINO ALBORNOZ CARLOS	10316513544	JR. FRANCISCO BOLOGNESI N°210	CEVICHE. Y JUG. EL CHAVITO
95	VALENTIN SANCHEZ HUGO	10411869941	JR. CARAZ N°843	REFUGIO DEL SABOR
96	VALVERDE DE PALMA JULIA	10316309025	AV. FITZCARALD N°386	RESTAURANT VIRGEN DEL CARMEN
97	VARGAS ARCE YOLANDA	10316309408	JOSE DE SAN MARTIN N°508	RESTAURANT SHARIK
98	VARGAS SILVA GUISELA	10446461945	AV. AGUSTIN GAMARRA N°690	ANDRE
99	VASQUEZ AGUILAR	10091179968	AV. RAYMONDI N°618	
100	VEGA ARAUCANO FELIX	10316143810	JOSE DE SAN MARTIN N°800	
101	VILLANUEVA MEDINA GIAN	10485840686	JR. GINEBRA S/N	RESTAURANT GIANDIRA
102	YANAC TREJO EDWARD	10450904975	AV.28 DE JULIO N°326	REST.CAFE VEGETARIANO SALVIA
103	YANCE CASAS YULISSA	10154377838	AV. RAYMONDI N°220	RESTAURANT SOY CAÑETE