



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

**CARACTERIZACIÓN DE LA CALIDAD DE SERVICIO
Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE LAS MYPES,
SECTOR SERVICIOS, RUBRO RESTAURANT
POLLERÍAS DEL DISTRITO DE TUMBES, 2018.**

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

AUTOR

FLORES SALINAS, JOSSHY VERENISE

ORCID: 0000-0003-0475-3264

ASESOR

ESCOBEDO GÁLVEZ, JOSÉ FERNANDO

ORCID: 0000-0002-6443-1497

LIMA – PERÚ

2020

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

Flores Salinas, Jossy Verenise

ORCID: 0000-0003-0475-3264

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

ASESOR

Escobedo Gálvez, José Fernando

ORCID: 0000-0002-6443-1497

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

JURADO

Meza de los Santos, Juan Pablo

ORCID: 0000-0001-8852-1342

Morillo Campos, Yuly Yolanda

ORCID: 0000-0002-5746-9374

Espinosa Otoya, Victor Hugo

ORCID: 0000-0002-7260-5581

HOJA DE FIRMA DEL JURADO

Mg. Meza De Los Santos, Juan Pablo
Presidente

Mg. Morillo Campos, Yuly Yolanda
Miembro

Mg. Espinosa Otoyá, Víctor Hugo
Miembro

Mg. Escobedo Gálvez, José Fernando
Asesor

DEDICATORIA

A mis padres, por estar conmigo, por enseñarme a crecer y a que si caigo debo levantarme, por apoyarme y guiarme, por ser las bases que me ayudaron a llegar hasta aquí.

El presente trabajo es dedicado a mi familia, a mis profesores quienes han sido parte fundamental para este proyecto de investigación, ellos son quienes me dieron grandes enseñanzas y asesorías brindando sus conocimientos para así poder culminar mi proyecto.

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, agradezco a Dios porque él es quien me da la vida y la oportunidad de aprender y mejorar cada día, por darme salud, por ser mi fortaleza en los momentos de aflicción, por brindarme una vida llena de aprendizajes y experiencias.

En segundo plano a mis padres por su apoyo incondicional, por los valores que me han inculcado. Sobre todo, por ser un excelente ejemplo de vida a seguir. A mis dos hermanas por llenar mi vida de alegrías y estar conmigo siempre.

Le agradezco el apoyo y la dedicación de tiempo a mis profesores. Por haber compartido sus conocimientos.

RESUMEN

La investigación titulada: Caracterización de la calidad de servicio y la satisfacción del cliente de las MYPES, sector servicios, rubro restaurant pollerías del distrito de Tumbes, 2018. El cual tuvo como objetivo general: determinar la calidad de servicio y la satisfacción del cliente de las MYPES sector servicios, rubro restaurant pollerías del distrito de Tumbes, 2018. La metodología que se utilizó fue cuantitativa de nivel descriptivo no experimental de corte transversal. Tiene como universo 13 pollerías, su población son todos los clientes de las pollerías del distrito de Tumbes, como muestra se aplicó la fórmula de la población infinita obteniéndose 130 clientes. La técnica fue la encuesta que constataron de 18 preguntas, medibles en la escala de Likert. Como principales resultados, encontramos que el índice de calificación de fiabilidad es 0.87 siendo un nivel excelente, del mismo modo el 0.81 siendo un nivel bueno en cuanto a la transparencia, el 0.63 siendo un nivel regular en cuanto a las expectativas. Se llegó a las siguientes conclusiones mediante los resultados obtenidos, se analizó que la Calidad de servicio que ofrecen las pollerías del distrito de Tumbes es muy buena ya que cumplen con la fiabilidad, empatía y capacidad de respuesta que espera el consumidor. Asimismo, se analizó la Satisfacción del cliente en el cual se tomaron dos dimensiones; una de ellas es la transparencia, esta dio como resultado bueno. La otra son las expectativas basada en la percepción del cliente, esta tuvo como resultado regular.

Palabras clave: Calidad de servicio, Satisfacción al cliente y Mypes.

ABSTRACT

The research entitled: Characterization of the quality of service and customer satisfaction of the MYPES service sector, poultry restaurants in the district of Tumbes, 2018. The general objective was to determine the quality of service and customer satisfaction of MSEs in the service sector, poultry restaurants in the district of Tumbes, 2018. The methodology used was quantitative descriptive level not experimental cross-sectional. It has as a universe 13 chicken farms, its population is all the clients of the chicken farms of the district of Tumbes, as a sample we applied the formula of the infinite population obtaining 130 clients. The technique was the survey that consisted of 18 questions, measurable on the Likert scale. As main results, we found that the reliability rating index is 0.87 being an excellent level, likewise 0.81 being a good level regarding transparency, 0.63 being a regular level regarding expectations. The following conclusions were reached through the results obtained, it was analyzed that the quality of service offered by the poultry farms in the district of Tumbes is very good as they meet the reliability, empathy and responsiveness expected by the consumer. Likewise, it was analyzed the Customer Satisfaction in which two dimensions were taken; one of them is the transparency, this gave as a good result. The other is the expectations based on the customer's perception, this had as a regular result.

Keywords: Quality of service, customer satisfaction and Mypes.

ÍNDICE

TÍTULO.....	i
EQUIPO DE TRABAJO	ii
HOJA DE FIRMA DEL JURADO	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO.....	iv
RESUMEN	v
ABSTRACT.....	vi
ÍNDICE.....	vii
INDICE DE TABLAS.....	ix
INDICE DE FIGURAS	x
I. INTRODUCCIÓN	1
II. REVISIÓN DE LITERATURA	4
2.1. Antecedentes.....	4
2.1.1. Antecedentes internacionales.....	4
2.1.2. Antecedentes nacionales.....	5
2.1.3. Antecedentes locales	7
2.2. Bases teóricas y conceptuales	9
2.2.1. Calidad de servicio	9
2.2.2. Satisfacción del cliente	15
III. HIPÓTESIS.....	17
IV. METODOLOGÍA.....	18
4.1. Diseño de investigación.....	18
4.2. Población y muestra	18
4.3. Definición y operacionalización de variables	18
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	20
4.5. Plan de análisis.....	20
4.6. Matriz de consistencia	20
4.7. Principios éticos	23
V. RESULTADOS.....	24
5.1. Resultados.....	24
5.2. Análisis de resultados.....	32

VI. CONCLUSIONES.....	34
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	36
ANEXOS.....	39
Anexo 01: Matriz de validación.....	39
Anexo 02: Cuestionario.....	47
Anexo 03: Permiso de la municipalidad.....	49
Anexo 04: Alfa de cronbach.....	51
Anexo 05: Fotos.....	54
Anexo 06: Turnitin.....	56

INDICE DE TABLAS

TABLA 1. DIMENSIÓN: FIABILIDAD	24
TABLA 2. DIMENSION: EMPATIA	26
TABLA 3. DIMENSION: CAPACIDAD DE RESPUESTA	28
TABLA 4. DIMENSION: TRANSPARENCIA.....	29
TABLA 5. DIMENSION: EXPECTATIVA.....	31
TABLA 6. NOMBRES DE LAS POLLERÍAS	50

INDICE DE FIGURAS

GRAFICO 1	24
GRAFICO 2	26
GRAFICO 3	28
GRAFICO 4	29
GRAFICO 5	31

I. INTRODUCCIÓN

En Ecuador, se realizó un estudio sobre calidad de servicio y satisfacción del cliente en el rubro exportaciones, se menciona que se debe trabajar con orientación enfocada en atención al cliente, calidad y cultura de servicio, ya que ofrecer un servicio de calidad permite tener clientes satisfechos, ya que la satisfacción, durante todo el proceso del servicio antes y durante es clave para mantener una relación a largo plazo desde la perspectiva del cliente. (Rivera, 2019)

En Chile, se realizó una investigación con el tema de calidad y satisfacción en el servicio a clientes, donde se menciona que gran parte de las actitudes de las personas hacia una marca de la industria tienen que ver con las experiencias de servicio que ha tenido con la misma, elevando el nivel de recomendación y recompra en las marcas que hacen un buen trabajo en los temas relacionados a servicio al cliente. (Droguett, 2016)

En Guatemala, se realizó una investigación con respecto a la calidad del servicio y la satisfacción del cliente, donde menciona que la calidad del servicio sí aumenta la satisfacción del cliente, lo cual ayuda al crecimiento integral de la empresa, ya que genera que el colaborador esté atento y brinde un servicio excepcional para que el cliente quede satisfecho. (Reyes, 2014)

En Lima – Perú, se realizó un estudio de investigación sobre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente y menciona que el sector transporte tiene que capacitar a sus colaboradores, puesto que se observa que este presenta deficiencias en su comportamiento y desempeño frente a

los clientes, esto permitirá mejorar sus conocimientos y habilidades; asimismo, de esta manera podrá contar con el personal idóneo para brindar un servicio de calidad y mejorar el nivel de satisfacción del cliente. (Flores J. , 2018)

En Chiclayo – Perú, se realizó una investigación sobre calidad de servicio y satisfacción del cliente en el rubro de comercialización de madera lo que dio como resultado que, si existe relación entre las dos variables, lo que significa que a mayor sea la calidad de servicio, mayor será la satisfacción del cliente respectivamente. (Gonzales, 2017)

Así mismo en Tumbes – Perú, se realizó una investigación de calidad del servicio y nivel de satisfacción en el sector salud, dio como resultado que la calidad de servicio posee un nivel regular, mientras que el nivel de satisfacción también posee un nivel regular en cuanto a la satisfacción de los usuarios. lo cual indica que los usuarios del hospital no están satisfechos con la calidad del servicio que se les brindan para satisfacer las necesidades. (Dios & Nole, 2018)

En Tumbes – Perú, se realizó una investigación de calidad en el servicio y satisfacción del cliente del servicio de Administración Tributaria, el cual menciona que los usuarios se encuentran satisfechos con los servicios que ofrece Administración Tributaria. (Cherre & Porras, 2017)

Para definir el problema se planteó la siguiente interrogante de investigación ¿Cuál es la característica que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente en las Mypes sector servicios, rubro restaurantes pollerías del distrito de Tumbes, 2018? Tiene como Objetivo

general: Determinar las características de la calidad de servicio y la satisfacción del cliente de las Mypes del sector servicios, rubro restaurant pollerías del distrito de Tumbes. Y objetivos específicos: Determinar las características de fiabilidad en las Mypes sector servicios, rubro restaurant pollerías del distrito de Tumbes, 2018. Determinar las características de la empatía en las Mypes sector servicios, rubro restaurant pollerías del distrito de Tumbes, 2018. Determinar las características de la capacidad de respuesta en las Mypes sector servicios, rubro restaurant pollerías del distrito de Tumbes, 2018. Determinar las características de transparencia en las Mypes sector servicios, rubro restaurant pollerías del distrito de Tumbes, 2018. Determinar las características de las expectativas del cliente en las Mypes sector servicios, rubro restaurant pollerías del distrito de Tumbes, 2018.

Esta investigación se justifica porque nos permitirá conocer las expectativas y satisfacciones que tienen los clientes, si bien se sabe que la calidad de servicio y la satisfacción son ejes muy importantes para cualquier negocio que se quiera emprender, en este caso es muy importante para las pollerías del distrito de Tumbes; Asimismo, la presente investigación se justifica metodológicamente, por lo que facilita instrumentos de información con procedimientos estadísticos, a través de métodos cuantitativos y estudio descriptivo y diseño no experimental. Esta investigación será necesaria para que los dueños de las MYPES “pollerías” tengan en cuenta lo que es mejor para su beneficio y progreso de sus negocios.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. Antecedentes

2.1.1. Antecedentes internacionales

López (2018) En su investigación *Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil*, tuvo como objetivo general determinar la relación de la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes del restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil. En el marco metodológico se detalla que es una investigación de tipo descriptiva por un método cuantitativo, con un modelo Servqual que mide cinco dimensiones, con un análisis factorial, correlación y de frecuencia. Se pudo concluir que el servicio al cliente es muy importante en cualquier empresa depende de esto el éxito o el fracaso de la misma.

Jireh (2018) En su investigación *Calidad de los servicios y satisfacción del cliente en el restaurante pizza burger diner, ubicado en la cabecera del departamento de Zacapa, Guatemala*, tiene como objetivo determinar la calidad del servicio y satisfacción de los clientes en el restaurante de comida rápida Pizza Burger Diner, ubicado en la cabecera del departamento de Zacapa. El instrumento utilizado fue una encuesta dirigida a los sujetos de investigación siendo en este caso los clientes. Se concluyó que los clientes perciben la calidad de los servicios como buenos o aceptables, estando satisfechos con la mayoría excepto con la temperatura ambiente, área de juegos, servicio de baños, la disponibilidad y condiciones del parqueo, siendo calificados de regular y malos.

Ros (2016) En su investigación *Calidad percibida y satisfacción del usuario en los servicios prestados a personas con discapacidad intelectual en Murcia- España*, su objetivo general determinar las relaciones que se producen entre la calidad del servicio, la satisfacción del usuario, las intenciones de comportamiento, y la calidad de vida, de los usuarios del servicio de Apoyo Educativo de ASTRADE, dirigido a personas con Trastorno del Espectro Autista (TEA). Se validan los instrumentos de medida utilizados en esta investigación, se presenta el análisis descriptivo de la muestra, y se procede al contraste y validación de las hipótesis de investigación, se presentan las conclusiones de la revisión teórica y las conclusiones del estudio empírico, así como las limitaciones con las que cuenta el trabajo.

2.1.2. Antecedentes nacionales

Alvarez & Rivera (2019) En su investigación titulada *Calidad de servicio y su relación con la satisfacción de los clientes de Caja Arequipa agencia Corire*, tiene como objetivo general determinar el vínculo que existe por medio de la calidad de servicio y satisfacción de los clientes de Caja Arequipa agencia Corire 2018, se llevó acabo encuestas con la finalidad de evaluar las siguientes variables como la calidad de servicio con las dimensiones capacidad de respuesta, cortesía, bienes tangibles y satisfacción del cliente con las dimensiones expectativa, servicio brindado, comunicación. La validez y la viabilidad del instrumento de acumulación de datos fueron desarrolladas según el coeficiente de alfa de cronbach y los rendimientos obtenidos fueron de 0.878 para el

cuestionario de calidad de servicio y de 0.910 para el cuestionario de satisfacción del cliente; por lo que se concluye que los instrumentos son fiables y coherentes.

Vargas & Flores (2018) En su investigación *Calidad del servicio y la satisfacción del cliente de la empresa de transporte Huapaya S.A. – 2018*, tuvo como objetivo de la investigación fue determinar la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente de la empresa de transporte Huapaya S.A. – 2018. El tipo de investigación es no experimental- transversal, donde los datos son de un solo corte observando los fenómenos en su ambiente natural. El diseño de investigación es descriptivo correlacional. La población estuvo conformada por 384 clientes. La muestra fue de 108 clientes. La técnica que se aplicó para la recolección de datos fue la encuesta, validados por criterio de jueces obteniendo una fiabilidad muy alta. Los resultados arrojaron mediante el análisis de Rho de Spearman 0.785 y significancia ($p=0,000 < 0.05$), donde se rechaza la hipótesis de trabajo y se acepta la de la investigación; concluyendo que existe relación significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente de la empresa de transporte Huapaya S.A.

Olivia (2017) En su investigación *La calidad del servicio y la satisfacción del cliente de la Empresa Regional de Servicio Público de Electricidad S.A., en el distrito de Tacna*, tuvo como objetivo determinar la relación que existe entre la calidad del servicio con la satisfacción del cliente de la Empresa Regional de Servicio Público de Electricidad

Electrosur S.A., en el distrito de Tacna. El tipo de investigación es básica de nivel descriptivo correlacional y diseño no experimental - transversal. La muestra es de 375 clientes menores, para el recojo de la información se utilizó la técnica de la encuesta cuyo instrumento fue el cuestionario tipo Likert. La confiabilidad de la encuesta por Alfa de Cronbach, cuyo resultado fue de 0,88 y la validez del instrumento por juicio de expertos que tuvo como resultado 0,83, indicando en ambos casos alta validez y confiabilidad. Se concluye que existe relación entre la calidad del servicio con la satisfacción del cliente, de la Empresa Regional de Servicios Público de Electricidad Electrosur S. A., en el distrito de Tacna, 2016.

2.1.3. Antecedentes locales

Dios & Nole (2018) en su tesis *Calidad del servicio y nivel de satisfacción de los usuarios del hospital Carlos Alberto Cortez Jiménez, Tumbes*, tuvo como objetivo describir la calidad del servicio y el nivel de satisfacción de los usuarios del Hospital Carlos Alberto Cortez Jiménez, Tumbes, 2017. De carácter descriptivo, el diseño del estudio es No experimental, de corte transversal, la cual se le planteó la hipótesis de investigación la calidad del servicio y el nivel de satisfacción es bueno en los usuarios del hospital Carlos Alberto Cortez Jiménez, Tumbes, 2017, cuya población está conformada por 8,095 asegurados, la cual se obtuvo una muestra representativa de 351 usuarios. Se utilizaron métodos estadísticos para señalar y representar los datos investigados sobre el problema y la técnica de recolección de datos fue la encuesta, mediante la aplicación de dos cuestionarios uno para cada variable respectivamente. Se pudo concluir que

la calidad de servicio y el nivel de satisfacción es regular en los usuarios del hospital Carlos Alberto Cortez Jiménez, Tumbes, 2017, lo cual indica que los usuarios del hospital no están satisfechos con la calidad del servicio que se les brindan para satisfacer las necesidades.

Cherre & Porras (2017) En su investigación *Calidad en el servicio y satisfacción del cliente del Servicio de Administración Tributaria en la Municipalidad Provincial de Tumbes – 2017*, se planteó como objetivo describir cómo es la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en el Servicio de Administración Tributaria de la Municipalidad Provincial de Tumbes, 2017. El tipo de investigación utilizada fue de carácter descriptivo, La fuente de información primaria utilizada para esta investigación, es la que se obtuvo de la aplicación de encuestas, tomando una muestra representativa de la totalidad de clientes en el Servicio de Administración Tributaria en la Municipalidad Provincial de Tumbes. Finalmente podemos afirmar que la Calidad del servicio en la Administración Tributaria en la Municipalidad Provincial de Tumbes es buena y la satisfacción del cliente es favorable.

Mondragón & Silva (2016) En su investigación titulada *Calidad del servicio, como estrategia de marketing en el restaurant campestre, el huerto del sabor de la localidad de san juan de la virgen – tumbes – 2016*, cuyo objetivo fue establecer una propuesta de gestión para mejorar la calidad del servicio como estrategia de marketing. La metodología utilizada en esta investigación fue el modelo mixto que representa el más alto grado de integración o combinación entre los enfoques cualitativos y

cuantitativos. Tiene como conclusión que los clientes del restaurant, como seguridad; referida al conocimiento del servicio y cortesía empleada; la empatía; que se refiere a brindar a los clientes una atención individualizada y cuidadosa; y la satisfacción del cliente; se pudo observar el grado de aceptación que tiene la calidad de la comida regional que se vende, dado 60% de encuestados regresaría por la excelente calidad de la comida.

2.2. Bases teóricas y conceptuales

2.2.1. Calidad de servicio

2.2.1.1. Definición:

La calidad en el servicio es el grado en el que un servicio satisface o sobrepasa las necesidades o expectativas que el cliente tiene respecto al servicio. Es la amplitud de la discrepancia o diferencia que exista entre las expectativas o deseos de los clientes y sus percepciones.

El concepto de calidad se ha desarrollado a la par con el desarrollo de las empresas e instituciones debido, principalmente, a la evolución de los mercados pasando estos de ser un mercado del vendedor a un mercado del comprador; por la competencia en aumento, saturación de mercados, desarrollo tecnológico, competencia internacional, desarrollo del consumidor, etc., contribuyendo esto a hacer de la calidad un objetivo estratégico de negocios. (Mora, 2011)

2.2.1.2. Teoría:

Para Crosby, la calidad es conformidad con los requerimientos, lo cual se mide por el coste de la no conformidad. Esto quiere decir que al utilizar

este enfoque se llega a una meta de performance de cero defectos. (Giugni, 2009)

Philip desarrolló los absolutos de la calidad. Estos son:

- Calidad significa conformidad con los requerimientos. Si usted pretende hacerlo bien la primera vez, todos deben saber de qué se trata.
- Instruya a todos los empleados para que cumplan con su parte en el programa de mejoramiento de la calidad.
- La economía de la calidad no existe.
- El estándar de calidad es cero defectos.

Según Juran, radica en su creencia de que hay más factores que influyen en la calidad que las pruebas del producto a posteriori en busca de defectos, enfatizando en el lado humano. (López C. , 2001)

Asimismo lo que él quería comunicar es que en lugar de esperar que los productos estuvieran terminados para proceder a encontrar los defectos, se debía analizar todo el proceso de producción con el ánimo de prevenir en lugar de corregir, además, su pensamiento se orienta hacia la no delegación de la calidad, sino que la calidad debe darse por autonomía, cada empleado, desde el gerente hasta el personal de planta debe tener como meta la calidad en lo que hace, individualmente y en equipos, a esto se le conoce como autosupervisión.

Uno de los principios básicos de William fue que: Calidad no quiere decir lujo. La calidad es un grado de uniformidad y fiabilidad predecible, de bajo coste y adaptado al mercado. En otras palabras, la calidad es todo lo

que el consumidor necesita y anhela. (Ortiz, 2016)

Calidad es traducir las necesidades futuras de los usuarios en características medibles, solo así un producto puede ser diseñado y fabricado para dar satisfacción a un precio que el cliente pague. (Duque, 2005)

2.2.1.3. Categorías

Hay distintas categorías de calidad, conforme el consumidor:

Según Reeves y *Bednar* dicen que se puede determinar cuatro aspectos básicos en el concepto de calidad, cohabitando en la actualidad, tal como:

- Calidad como excelencia;

Con respecto al término, las organizaciones de servicios deben adquirir los mejores resultados, en sentido absoluto. No obstante, debido a su subjetividad, es difícil entender qué es lo que se considera excelente, ya que sería necesario marcar unas directrices claras para conseguir ese nivel exigido.

- Calidad como ajuste a las especificaciones;

Debido a la necesidad de estandarizar y detallar las normas de producción se ha desarrollado este nuevo aspecto, que percibe la calidad como medida para la obtención de objetivos básicos, a manera, de evaluar la diferencia existente entre la calidad adquirida en distintas etapas, para lograr obtener una base de comparación y determinar las posibles causas halladas bajo su diferencia, con la dificultad que esta evaluación es desde el punto

de vista crítico de la empresa y no del propio cliente.

- Calidad como valor;

En este caso, las organizaciones consideran una eficiencia interna y una efectividad externa, o sea, deben analizar los costes que supone seguir unos criterios de calidad y, al mismo tiempo, satisfacer las expectativas de los consumidores o usuarios, teniendo en cuenta la dificultad existente en valorar estos elementos, ya que son dinámicos, varían con el tiempo. Es difícil identificar qué características son importantes para cada consumidor.

- Calidad como satisfacción de las expectativas de los usuarios o consumidores;

Se define la calidad como el grado en que se atienden o no las expectativas de los clientes o consumidores supone incluir elementos subjetivos relacionados con los juicios de las personas que reciben el servicio.

Es una definición basada en la percepción de los clientes y en la satisfacción de las expectativas, esto es importante para conocer qué necesitan los usuarios y los consumidores. (Fernández, 2018)

2.2.1.4. El control

El control de calidad consiste en la implantación de programas, mecanismos, herramientas y técnicas en una empresa para la mejora de la calidad de sus productos, servicios y productividad. (González, 2018)

2.2.1.5. La importancia

Como se ha venido mencionado, la calidad es satisfacer las necesidades de los clientes, esto trae como consecuencia que surja en las empresas la importancia de tener calidad en todas ellas. (Flores A. , 2019)

De acuerdo con *Colunga Dávila*, la importancia de la calidad se traduce como los beneficios obtenidos a partir de una mejor manera de hacer las cosas y buscar la satisfacción de los clientes, como pueden ser: la reducción de costos, presencia en el mercado, permanencia en el mercado y la generación de empleos.

- Reducción de costos.

Automáticamente los costos se reducen ya que la organización tendrá menos reprocesos, con esto, las piezas que se desecharan, ahora serán utilizadas, las personas que se encargaban de volver a reprocesar dichas piezas, ahora podrán dedicarse a producción y tiempo.

También se podrán utilizar para innovar nuevos productos o mejorar sus sistemas de producción, también ocasionando un ahorro en el tiempo y los materiales ocupados para la elaboración del producto.

- Disminución en los precios.

Como consecuencia en la reducción de costos, ocasionado por el menor uso de materiales, por la reducción en los reprocesos, por el menor desperdicio y por el menor desgaste humano, la

productividad aumenta considerablemente y el precio del producto.

- Presencia en el mercado

Con una calidad superior a la de la competencia, con un precio competitivo, con productos innovadores y cada vez más perfeccionados, el mercado reconoce la marca creando una confiabilidad hacia los productos fabricados o servicio otorgados.

- Permanencia en el mercado.

Como consecuencia de las ventajas antes mencionadas, la empresa tiene alta probabilidad de permanecer en el mercado con una fidelidad por parte de los consumidores.

- Generación de empleos.

Al mejorar la calidad, con un precio competitivo, presencia y permanencia en el mercado, se pueden proporcionar más empleos, que a su vez demuestra un crecimiento en la organización y cumple íntegramente con uno de los objetivos de la empresa.

(Reeves & Bednar, 1994)

2.2.1.6. Dimensiones de la calidad de servicio

- **Fiabilidad:** Es importante brindar el servicio en forma correcta desde el principio; quiere decir la habilidad de prestar servicio prometido en forma segura, confiable y cuidadosa.
- **Empatía:** La empatía va más allá de la cortesía: consiste en ponerse en el lugar del cliente para satisfacer sus expectativas. Es un compromiso con el cliente, es el deseo de comprender sus necesidades y encontrar

la respuesta más adecuada. (Dávila & Cornado, 2012)

- Capacidad de respuesta: Es la voluntad o disponibilidad para brindar servicio en el tiempo asignado, procesando operaciones rápidamente y respondiendo rápidamente a las demandas. (Fernández, 2011)

2.2.2. Satisfacción del cliente

2.2.2.1. Definición:

De acuerdo con este autor se consideró que la satisfacción era una reacción emocional del consumidor en respuesta a la experiencia con un producto o servicio. Creía que esta definición incluía la última relación con un producto o servicio, la experiencia relativa a la satisfacción desde el momento de la compra y la satisfacción en general experimentada por usuarios habituales. (Mora, 2011)

2.2.2.2. Satisfacción:

Para *Kotler*, generar una sensación de placer o de decepción que resulta de comparar la experiencia del producto con las expectativas de beneficios previas. Si los resultados son inferiores a las expectativas, el cliente queda insatisfecho. Si los resultados superan las expectativas, el cliente queda muy satisfecho o encantado.

Es aquella en que se comparan las expectativas del cliente con sus percepciones respecto del contacto real del servicio. (Hoffman & Bateson, 2011).

Los clientes se forman expectativas sobre el valor y la satisfacción que les entregarán las varias ofertas del mercado y realizan sus compras de acuerdo con ellas. Los clientes demás. Insatisfechos con frecuencia

cambian y eligen productos de la competencia, y menosprecian el producto original ante los demás. (Servilla, 2016)

Satisfacción es la respuesta de realización del consumidor. Es un juicio de que una característica del producto o servicio proporciona un nivel placentero de realización relacionada con el consumo. (Molina, 2018)

2.2.2.3. Cliente

Según el autor nos dice que en aquellas empresas que tienen intermediarios, es decir, su cliente no es el cliente final, no hay contacto directo con el usuario del producto. Es evidente que una identificación extensa y precisa de los clientes es elemental para el éxito de cualquier estudio acerca de la satisfacción del cliente. (Gutierrez, 2018)

Las empresas pueden construir relaciones con los clientes a muchos niveles dependiendo de la naturaleza del mercado meta. En un extremo, la empresa con muchos clientes y bajo margen podría buscar desarrollar relaciones básicas con ellos. (Servilla, 2016)

2.2.2.4. Dimensiones de la satisfacción del cliente

- **Transparencia:** se refiere al grado en el que el cliente percibe que no hay letras chicas ni información oculta. Sin transparencia no hay confianza y sin confianza todo se vuelve mucho más difícil en la relación entre empresa y el cliente.
- **Las expectativas:** las expectativas son las esperanzas que los clientes tienen por conseguir algo. Las expectativas de los clientes se producen por el efecto de una o más de estas cuatro situaciones: promesas que hace la misma empresa acerca de los beneficios. (Ramirez, 2015)

III. HIPÓTESIS

Las investigaciones de tipo descriptiva no necesariamente se formula hipótesis.

(Hernández, Fernández, & Baptista, 2017)

IV. METODOLOGÍA

4.1. Diseño de investigación

El diseño fue no experimental porque no se experimentó con personas solo se observó para luego analizar y fue de corte transversal porque los datos se obtuvieron en un tiempo determinado. El diseño de la investigación fue no experimental descriptivo de corte transversal.

4.2. Población y muestra

La unidad de análisis de la presente investigación la constituyeron los 130 clientes de las trece Mypes, sector Pollerías del distrito de Tumbes. La muestra fue no probabilística y estuvo conformada de diez clientes por Mype que en total fueron 130 clientes a la cual se les aplicó el cuestionario, la elección de los clientes fue por conveniencia eligiendo a los clientes que se presentaron en el momento que se realizara la encuesta.

Cuadro 1.

Población

Detalle	REGIMEN	# Empresas	# Clientes
Restaurant pollerías	MYPE	13	130

Fuente: Elaboración propia.

Criterios de inclusión:

- Clientes de las pollerías ubicados en el centro de Tumbes.
- Usuarios que consumen algún pollo a la brasa en las pollerías

Criterios de exclusión:

- Clientes que no aceptan participar en la investigación.

4.3. Definición y operacionalización de variables

Cuadro 2.

Operacionalización de variables.

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Calidad de servicio	La calidad en el servicio es el grado en el que un servicio satisface o sobrepasa las necesidades o expectativas que el cliente tiene respecto al servicio. Es la amplitud de la discrepancia o diferencia que exista entre las expectativas o deseos de los clientes y sus percepciones. (Mora, 2011)	Se describirá la variable calidad de servicio de acuerdo a sus dimensiones e indicadores permitiendo determinar sus características respecto al grupo de estudio.	Fiabilidad	Grado de aceptación de la fiabilidad	Nominal
			Empatía	Cortesía y amabilidad	
			Capacidad de respuesta	Disposición por resolver los problemas del cliente	
Satisfacción del cliente	Satisfacción es la respuesta de realización del consumidor. Es un juicio de que una característica del producto o servicio proporciona un nivel placentero de realización relacionada con el consumo. (Molina, 2018)	Se describirá la variable de satisfacción del cliente de acuerdo a sus dimensiones e indicadores permitiendo determinar sus características respecto al grupo de estudio.	Transparencia	Grado de veracidad	Nominal
			Expectativas	Experiencias de las atenciones anteriores	

Fuente: Elaboración propia.

4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para el estudio se recolectaron los datos durante el año 2018, se recurrió a la técnica de la encuesta que busca recaudar datos utilizando como instrumento el cuestionario prediseñado dirigido a los clientes de las pollerías en el distrito de Tumbes. Esta técnica es cuantitativa dado que los datos se recopilan sobre una parte de la población llamada tamaño muestral y se elabora en función a las variables.

4.5. Plan de análisis

Los datos obtenidos mediante la aplicación de las técnicas e instrumentos antes indicados, recurriendo a los clientes de las pollerías antes explicados fueron a una base de datos en el programa informático Microsoft Excel y exportados al programa estadístico SPSS versión 21 y validado por expertos mediante la técnica de (método de juicio por experto) por especialistas. La escala valorativa que se va a utilizar para calificar los resultados será:

Escala valorativa

0 - 55	mala
55 - 75	regular
75 - 85	buena
85 - 100	excelente

4.6. Matriz de consistencia

Cuadro 3.

Matriz de consistencia.

Formulación del problema	Hipótesis	Objetivos	Variables	Metodología	Técnicas e instrumentos
<p>¿Cuál es la característica que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente de las Mypes sector servicios, rubro restaurant pollerías del distrito de Tumbes, 2018?</p>	<p>Las investigaciones de tipo descriptiva no necesariamente se formula hipótesis. (Hernández, Fernández, & Baptista, 2017)</p>	<p>Objetivo general: Determinar las características de la calidad de servicio y la satisfacción del cliente de las Mypes del sector servicios, rubro restaurant pollerías del distrito de Tumbes.</p> <p>Objetivos específicos: Determinar las características de fiabilidad en las Mypes sector servicios, rubro restaurant pollerías del distrito de Tumbes, 2018. Determinar las características de la empatía en las Mypes sector servicios, rubro restaurant pollerías del distrito de Tumbes, 2018. Determinar las características de la capacidad de respuesta en las Mypes sector servicios, rubro restaurant pollerías del distrito de Tumbes,</p>	<p>V1: Calidad de servicio.</p> <p>V2: Satisfacción del cliente</p>	<p>Tipo: Cuantitativo. Nivel: Descriptivo. Diseño: No Experimental.</p> <p>Población y muestra La población está constituida por los 130 clientes de las 13 mypes, sector pollerías del distrito de Tumbes. La muestra está conformada de 10 clientes por mype que en total serian 130 clientes.</p>	<p>Técnicas: Para la recolección de la información se recurrió a la técnica de la encuesta, utilizando como instrumento el cuestionario.</p>

2018. Determinar las características de transparencia en las Mypes sector servicios, rubro restaurant pollerías del distrito de Tumbes, 2018. Determinar las características de las expectativas del cliente en las Mypes sector servicios, rubro restaurant pollerías del distrito de Tumbes, 2018.

4.7. Principios éticos

Por principios éticos fundamentales de la universidad y de esta investigación, se aseguró el bienestar físico y mental de los participantes presentes en las encuestas mencionadas anteriormente. Se respetó la dignidad humana, la identidad, la diversidad, la confidencialidad y la privacidad. De tal modo que toda información que está en este trabajo ha sido utilizada exclusivamente para fines académicos.

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

V. RESULTADOS

5.1. Resultados

Tabla para calificar la puntuación de cada dimensión según la variable calidad de servicio

Cuadro 4.

CALIFICACIÓN			
Mala	Regular	Buena	Excelente
Menos a – 0.70	0.71 – 0.75	0.76 – 0.80	0.80 – A Mas

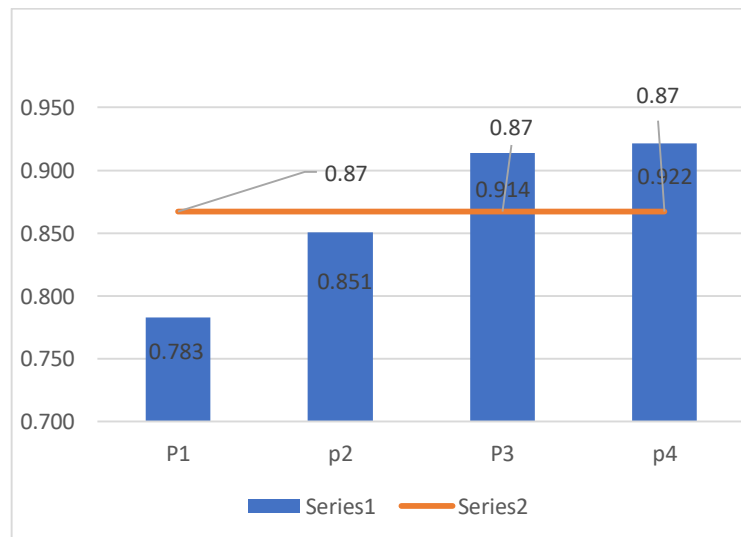
Tabla 1.

Fiabilidad

Pregunta	Resultados	Indice / Calificación
P1	0.783	0.87
P2	0.851	
P3	0.914	
P4	0.922	

Fuente: *Elaboración Propia*

Gráfico 1



Interpretación:

De las 130 personas encuestadas la P1 tiene una puntuación 0.78 lo cual tiene una calificación buena, esto quiere decir que los trabajadores están bien uniformados y con una apariencia cuidada, la p2 tiene una puntuación de 0.85 lo cual tiene una excelente calificación desde la primera vez que la pollería brinda sus servicios, la P3 tiene una puntuación 0.91 obteniendo una calificación excelente, esto quiere decir que el personal cuenta con el conocimiento adecuado al realizar su trabajo, la P4 tiene una puntuación 0.92 lo cual es una calificación de excelencia esto quiere decir que los trabajadores demuestran actitud positiva hacia la atención de los clientes. De estas 4 preguntas el promedio es 0.87.

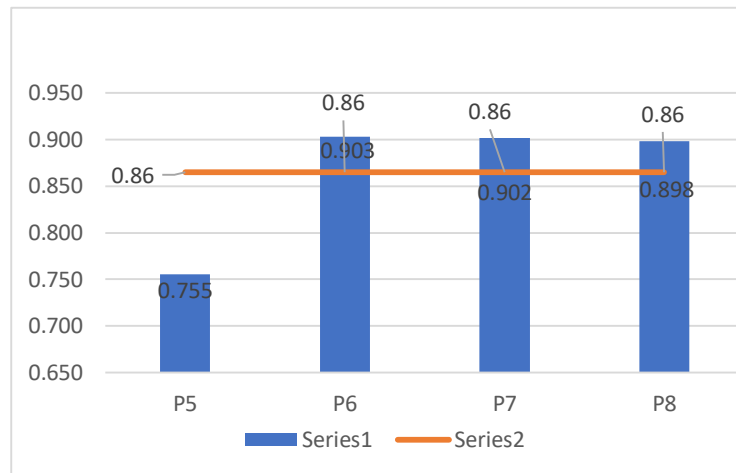
Tabla 2.

Empatia

Pregunta	Resultados	Indice / Calificaciòn
P5	0.755	
P6	0.903	
P7	0.902	0.86
P8	0.898	

Fuente: *Elaboraciòn Propia*

GRAFICO 2



Interpretaciòn:

De las 130 personas encuestadas la P5 tiene una puntuaciòn 0.75 lo cual tiene una calificaciòn regular, esto quiere decir que la pollería de atenciòn personalizada a los clientes , la P6 tiene una puntuaciòn de 0.90 lo cual tiene una excelente calificaciòn esto quiere decir que los trabajadores de la pollería muestran cortesía y amabilidad con la atenciòn, la P7 tiene una puntuaciòn 0.90

obteniendo una calificación excelente, esto quiere decir que los trabajadores demuestran sus habilidades con el trato hacia el cliente y saben escuchar sus necesidades , la P8 tiene una puntuación 0.89 lo cual es una calificación de excelencia esto quiere decir que Los trabajadores siempre están dispuestos a ayudar con sus necesidades. De estas 4 preguntas el promedio es 0.86.

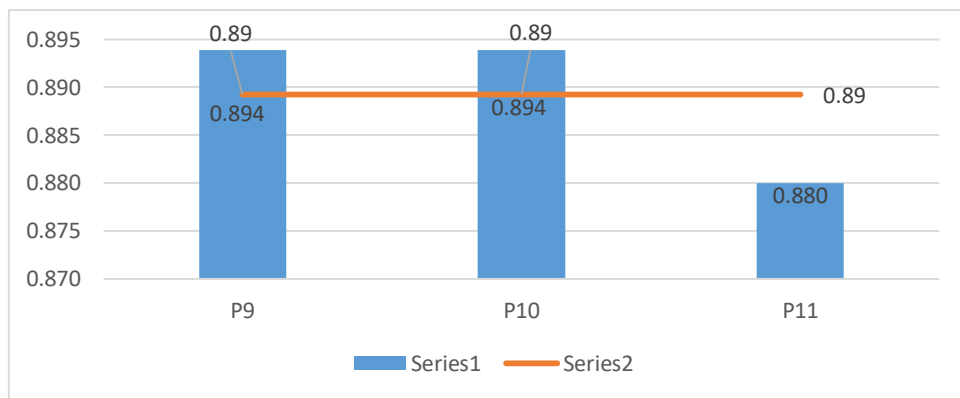
Tabla 3.

Capacidad de Respuesta

Pregunta	Resultados	Indice / Calificaciòn
P9	0.894	
P10	0.894	0.89
P11	0.880	

Fuente: *Elaboraciòn Propia*

GRAFICO 03



Interpretaciòn:

De las 130 personas encuestadas la P9 tiene una puntuaciòn 0.89 lo cual tiene una calificaciòn excelente, esto quiere decir que los trabajadores son comunicativos y asertivos en el servicio que se le brinda, la P10 tiene una puntuaciòn de 0.89 lo cual tiene una excelente calificaciòn esto quiere decir que el personal brinda disposiciòn por resolver los problemas que tiene con el servicio, la P11 tiene una puntuaciòn 0.88 obteniendo una calificaciòn excelente, esto quiere decir que los trabajadores tienen la capacidad de responder las necesidades de los clientes. De estas 3 preguntas el promedio es 0.89

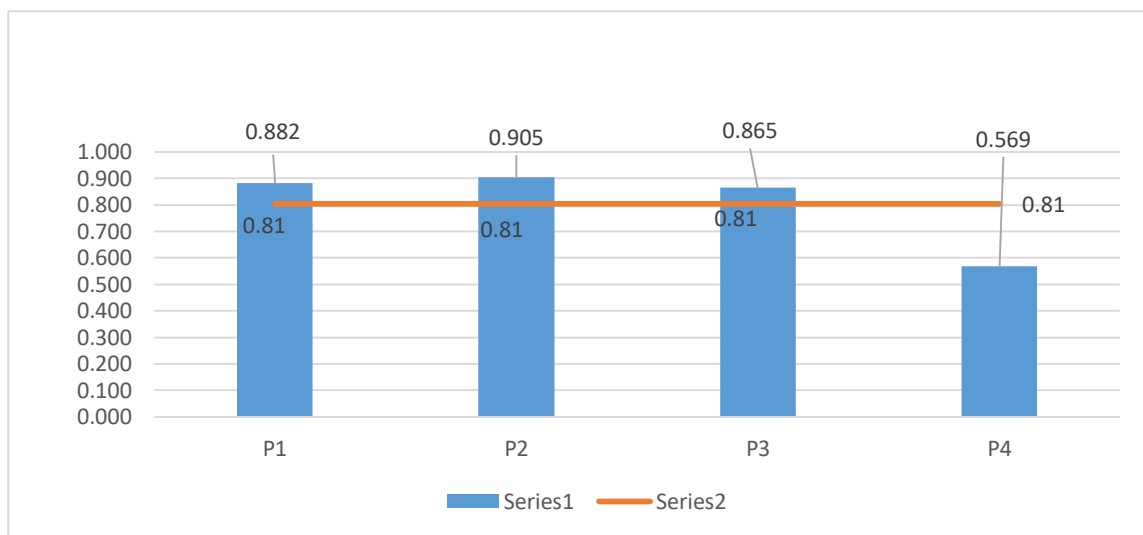
Tabla 4.

Transparencia

Pregunta	Resultados	Indice / Calificación
P9	0.882	
P10	0.905	0.81
P11	0.865	
P 12	0.569	

Fuente: *Elaboración Propia*

GRAFICO 4



Interpretación:

De las 130 personas encuestadas la P1 tiene una puntuación 0.88 lo cual tiene una calificación excelente, esto quiere decir que la pollería cumple con el pedido que realiza acerca de sus necesidades, la P2 tiene una puntuación de 0.90 lo cual tiene una excelente calificación esto quiere decir que el trabajador da una imagen de honestidad y confianza a los clientes, la P3 tiene una puntuación 0.86 obteniendo una calificación excelente, esto quiere decir que los clientes si están de acuerdo con el esfuerzo del personal por dar un servicio sobresaliente, la P4 tiene una puntuación de 0.56 obteniendo una calificación mala, esto quiere decir que la pollería no cuenta con seguridad física (Vigilancia) . De estas 4 preguntas el promedio es 0.81.

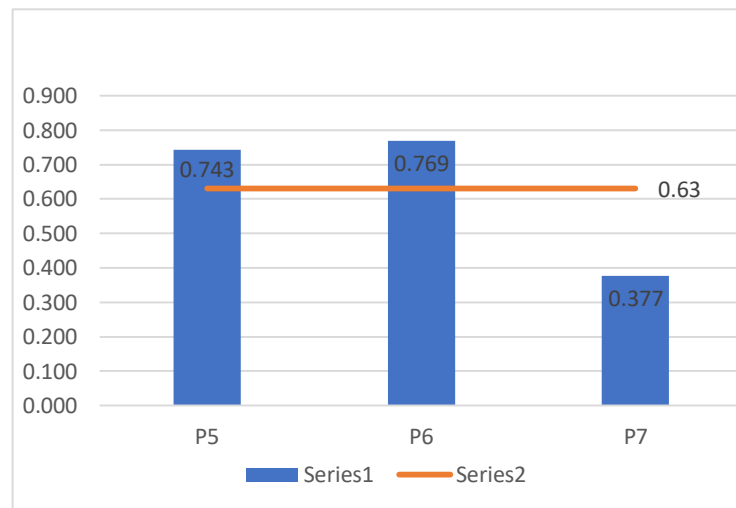
Tabla 5.

Expectativa

Pregunta	Resultados	Indice / Calificaciòn
P5	0.743	
P6	0.769	0.63
P7	0.377	

Fuente: *Elaboraciòn Propia*

GRAFICO 5



Interpretaciòn:

De las 130 personas encuestadas la P1 tiene una puntuaciòn 0.74 lo cual tiene una calificaciòn regular, esto quiere decir que la calidad de servicio que ofrece la pollería es promedio ni baja, ni buena, la P2 tiene una puntuaciòn de 0.76 lo cual tiene una buena calificaciòn esto quiere decir que el tiempo de espera para

la entrega de su producto (pollo a la brasa) es el esperado , la P3 tiene una puntuación 0.37 obteniendo una calificación mala, esto quiere decir que el cliente no se siente insatisfecho con el servicio que le brinda las pollerías , .De estas 3 preguntas el promedio es 0.63.

5.2. Análisis de resultados

En la tabla 01 se aprecia que de los encuestados 100% (130) encuestados respecto a la variable calidad de servicio y su dimensión fiabilidad se obtuvo un índice de calificación del 0.87, siendo este el resultado excelente. Esto se relaciona con lo que dijo: William, (1950) que la calidad no quiere decir lujo. La calidad es un grado de uniformidad y fiabilidad predecible, de bajo coste y adaptado al mercado. En otras palabras, la calidad es todo lo que el consumidor necesita y anhela.

En la tabla 02 se aprecia que los encuestados 100% (130) encuestados respecto a la variable calidad de servicios y su dimensión empatía se obtuvo un índice de calificación del 0.86, siendo este el resultado excelente. Lo cual se relaciona con lo que expreso: Mondragón y Silva, (2016), que los clientes del restaurant, como seguridad; referida al conocimiento del servicio y cortesía empleada; la empatía; que se refiere a brindar a los clientes una atención individualizada y cuidadosa; y la satisfacción del cliente; se pudo observar el grado de aceptación que tiene la calidad de la comida.

En la tabla 03 se aprecia que los encuestados 100% (130) encuestados respecto a la variable calidad de servicios y su dimensión capacidad de respuesta se obtuvo un índice de calificación del 0.89, siendo este el resultado excelente. Se relaciona

con lo que expreso Fernández, (2011) que la capacidad de respuesta es la voluntad o disponibilidad para brindar servicio en el tiempo asignado, procesando operaciones rápidamente y respondiendo rápidamente a las demandas.

En la tabla 04 se aprecia que los encuestados 100% (130) encuestados respecto a la variable calidad de servicios y su dimensión la transparencia se obtuvo un índice de calificación del 0.81, siendo este el resultado bueno. Se relaciona con lo que dijo Riveros, (2007) Los conocimientos técnicos necesarios para asistir al cliente y ganar su confianza y credibilidad (incluye la transparencia en las transacciones financieras con el cliente)

En la tabla 05 se aprecia que los encuestados 100% (130) encuestados respecto a la variable calidad de servicios y su dimensión las expectativas se obtuvo un índice de calificación del 0.63, siendo este el resultado regular. Relacionándose con lo que dijo Reeves y Bednar, (1994) Es una definición basada en la percepción de los clientes y en la satisfacción de las expectativas, esto es importante para conocer qué necesitan los usuarios y los consumidores.

VI. CONCLUSIONES

Respecto al objetivo general:

Mediante los resultados obtenidos de la investigación se analizó que la Calidad de servicio que ofrecen las pollerías del distrito de Tumbes es muy buena ya que cumplen con la fiabilidad, empatía y capacidad de respuesta que espera el consumidor. Asimismo, se hizo un estudio de investigación en el cual se analizó la Satisfacción del cliente en el cual se tomaron en cuenta dos dimensiones una de ellas es la transparencia la confianza que ofrece las pollerías a sus clientes esta dio como resultado bueno. La otra dimensión son las expectativas basada en la percepción de los clientes, esta tuvo como resultado regular.

Respecto al objetivo específico 01:

Mediante los resultados obtenidos de la investigación se determinó que la fiabilidad que ofrecen tanto las pollerías como sus trabajadores del centro de Tumbes a sus clientes es muy buena.

Respecto al objetivo específico 02:

Según los resultados obtenidos se logró determinar que la empatía en los restaurants pollerías del centro de Tumbes, tiene un grado de resultado excelente, para el buen servicio que este brinda a sus clientes.

Respecto al objetivo específico 03:

Según los resultados obtenidos se pudo determinar que la capacidad de respuesta que tienen los restaurants pollerías del distrito de Tumbes hacia sus clientes es de calificación excelente.

Respecto al objetivo específico 04:

En acuerdo a los resultados obtenidos se puede definir que la transparencia dentro de las Mypes sector servicios, rubro restaurant pollerías del centro de Tumbes, se encuentra un nivel bueno.

Respecto al objetivo específico 05:

Se pudo concluir mediante a los resultados, que las expectativas dentro de las Mypes sector servicios, rubro restaurant pollerías del centro de Tumbes, es de nivel regular; ya que, no cumple del todo con las necesidades del cliente.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alvarez, D., & Rivera, A. (Junio de 2019). *Calidad de servicio y su relación con la satisfacción de los clientes de Caja Arequipa agencia Corire*. Universidad Tecnológica del Perú: http://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/UTP/2303/1/Dayana%20Alvarez_Asley%20Rivera_Tesis_Titulo%20Profesional_2019.pdf
- Cherre, M., & Lucia, P. (2017). *Calidad en el servicio y satisfacción del cliente del Servicio de Administración Tributaria en la Municipalidad Provincial en Tumbes - 2017*. Universidad Nacional de Tumbes : <http://repositorio.untumbes.edu.pe/handle/UNITUMBES/304>
- Dios, D. (2018). *Calidad del servicio y nivel de satisfacción de los usuarios del hospital carlos alberto cortez jiménez, Tumbes, 2017*. Universidad Nacional de Tumbes: <http://repositorio.untumbes.edu.pe/handle/UNITUMBES/240>
- Droguett, J. (2016). *Calidad y Satisfacción en el Servicio a Clientes de la Industria Automotriz: Análisis de Principales Factores que Afectan la Evaluación de los Clientes*. Universidad de Chile:<http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/108111/Droguett%20Jorquera,%20F..pdf?sequence=3>
- Duque, E. (Junio de 2005). *Calidad de servicio*. Revista Innovar: <https://go.gale.com/ps/anonymouse?id=GALE%7CA146435762&sid=googleScholar&v=2.1&it=r&linkaccess=abs&issn=01215051&p=IFME&sw=w>
- Fernández, A. (2018). *La calidad del servicio*. Ceupe: <https://www.ceupe.com/blog/que-es-la-calidad-de-servicio.html>
- Flores, A. (2019). *La importancia de la calidad*. Sites: <https://sites.google.com/site/portafolioaliciafloresgarcia/tema-de-interes-la-importancia-de-la-calidad-en-la-industria>
- Flores, J. (Diciembre de 2018). *Calidad del servicio y la Satisfacción del cliente de la empresa de transporte Huapaya S.A*. Universidad Autónoma del Perú: <http://repositorio.autonoma.edu.pe/handle/AUTONOMA/711>

- Francia Cueva, 2. (2016). *Influencia de la Calidad de Servicio en la Satisfacción de los Clientes en el Banco Scotiabank, Huánuco*.
<http://repositorio.udh.edu.pe/bitstream/handle/123456789/273/FRANCIA%20CUEVA%2c%20Jennifer%20Kelly.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Giugni, P. (Febrero de 2009). *La calidad como filosofía de gestión*. Pablogiugni:
<https://www.pablogiugni.com.ar/philip-brosby/#:~:text=Los%20Principios%20Fundamentales-,Philip%20B.,performance%20de%20%E2%80%9Czero%20defectos%E2%80%9D>.
- Gonzales, R. (2017). *Calidad de servicio y Satisfacción del cliente en la empresa comercializadora de madera Arbolito S.A.C. Chiclayo*. Universidad Señor de Sipán:
<http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/uss/4485/Gonzales%2520Guevara%2520Robinson%2520Vladimir.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Mondragón & Silva (2016). *Calidad del servicio, como estrategia de marketing en el restaurant campestre el huerto del sabor” de la localidad de san juan de la virgen – tumbes – 2016*.
 Universidad Nacional de Tumbes:
<http://repositorio.untumbes.edu.pe/handle/UNITUMBES/94>
- González, A. (16 de Enero de 2018). *Control de calidad*. Emprendepyme:
<https://www.emprendepyme.net/que-es-el-control-de-calidad.html>
- Jesus Rodriguez, 2. (2004). *Calidad en el servicio de atención al cliente en una empresa química industrial, desarrollada en la Universidad Veracruzana, México*.
<https://es.slideshare.net/RoxanaSaldaa/rodriguez-alvarez-62233869>
- Jireh, Y. (Enero de 2018). *Calidad de los servicios y Satisfacción del cliente en el restaurante pizza burger diner, ubicado en la cabecera del departamento de Zacapa*. Universidad Rafael Landivar: <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesisjrkd/2018/01/04/DelCid-Yasser.pdf>
- Liza y Siancas, 2. (2016). *Calidad de Servicio y Satisfacción del Cliente en una Entidad Bancaria de Trujillo, 2016”, de la Universidad Privada del Norte*.
<http://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/10969>
- López, C. (11 de Julio de 2001). *Joseph M. Juran y la planificación de la calidad*. gestiopolis:
<https://www.gestiopolis.com/joseph-m-juran-y-la-planificacion-de-la-calidad/>

- López, D. (2018). *Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil*. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil: <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/9867/1/T-UCSG-POS-MAE-160.pdf>
- Mora, C. (Agosto de 2011). *Calidad de servicio*. Redalyc.org: <https://www.redalyc.org/pdf/4717/471747525008.pdf>
- Olivia, C. (2017). *La calidad del servicio y la satisfacción del cliente de la Empresa Regional de Servicio Público de Electricidad S.A., en el distrito de Tacna, 2016*. Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann: <http://repositorio.unjbg.edu.pe/handle/UNJBG/2713>
- Ortiz, R. (7 de Octubre de 2016). *Precursores de la calidad*. Slideshare: <https://es.slideshare.net/juarez2309/precursores-de-la-calidadunidad-1sgcing-industrial>
- Rivera, S. (7 de Enero de 2019). *La calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la empresa Greenandes Ecuador*. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil: <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/12117>
- Ros, A. (8 de Abril de 2016). *Calidad percibida y satisfacción del usuario en los servicios prestados a personas con discapacidad intelectual*. Universidad Católica San Antonio: <http://repositorio.ucam.edu/handle/10952/1638>
- Silva, M. &. (2016). *Calidad del servicio como estrategia de marketing en el Restaurant Campestre "El Huerto del sabor" de la localidad de San Juan de la Virgen - Tumbes - 2016*. <http://repositorio.untumbes.edu.pe/bitstream/handle/UNITUMBES/94/TESIS%20-%20MONDRAGON%20Y%20SILVA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Vargas, A., & Flores, J. (Diciembre de 2018). *Calidad del servicio y la satisfacción del cliente de la empresa de transporte Huapaya S.A. - 2018*. Universidad Autónoma del Perú: <http://repositorio.autonoma.edu.pe/handle/AUTONOMA/711>

ANEXOS

Anexo 01: Matriz de validación

MATRIZ DE VALIDACIÓN


Título del proyecto		CARACTERIZACIÓN DE LA CALIDAD DE SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE LAS MYPES SECTOR SERVICIOS, RUBRO RESTAURANTES POLLERÍAS DEL DISTRITO DE TUMBES, 2018																
Objetivo		DETERMINAR LA CALIDAD DE SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE LAS MYPES SECTOR SERVICIOS, RUBRO RESTAURANT POLLERÍAS DEL DISTRITO DE TUMBES, 2018.																
Variable	Dimensión	Indicador	Ítems	Opinión de las respuestas				Criterios de evaluación								Observación y/o recomendaciones		
				EXCELENTE	BUENO	REGULAR	DEFICIENTE	Relación entre la Variable y la dimensión		Relación entre la dimensión y el indicador		Relación entre el indicador y el ítem		Relación entre el ítem y la opción de respuesta			La redacción es clara, precisa y comprensible.	
				Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No			
CALIDAD DE SERVICIO	Fiabilidad	Grado de aceptación de la fiabilidad	¿Los trabajadores están bien uniformados y con una apariencia cuidada?					X	X	X		X	X					
			¿Usted está conforme con la puntualidad del servicio que se le brinda?					X	X	X		X	X					
			¿El personal cuenta con el conocimiento adecuado al realizar su trabajo?					X	X	X		X	X					
			¿Los trabajadores demuestran actitud positiva hacia la atención de los clientes?					X	X	X		X	X					

ADM. W. José F. Espinoza G.

Empatía	Cortesía y amabilidad	¿La pollería da atención personalizada a los clientes?					X	X	X		X	X					
		¿Los trabajadores muestran cortesía y amabilidad con la atención?					X	X	X		X	X					
		¿Los trabajadores demuestran sus habilidades con el trato hacia el cliente y el saber escuchar sus necesidades?					X	X	X		X	X					
		¿Los trabajadores siempre están dispuestos a ayudar con sus necesidades?					X	X	X		X	X					
Capacidad de respuesta	Disposición por resolver los problemas del cliente Grado De Aceptación Del Tiempo Esperado Del Servicio	¿Los trabajadores son comunicativos y asertivos en el servicio que se le brinda?					X	X	X		X	X					
		¿Considera que el personal brinda disposición por resolver los problemas que tiene con el servicio?					X	X	X		X	X					

ADM. W. José F. Espinoza G.


Variable	Dimensión	Indicador	Ítems	Opinión de las repuestas				Criterios de evaluación								Observación y/o recomendaciones		
				EXCELENTE	BUENO	REGULAR	DEFICIENTE	Relación entre la Variable y la dimensión		Relación entre la dimensión y el indicador		Relación entre el indicador y el ítem		Relación entre el ítem y la opción de respuesta			La redacción es clara, precisa y comprensible.	
								Si	No	Si	No	Si	No	Si	No		Si	No
SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	Transparencia	Grado de veracidad	¿La pollería cumple con el pedido que realiza acerca de sus necesidades?					X		X		X		X		X		
			¿La pollería cuenta con seguridad física (vigilancia)?					X		X		X		X		X		
			¿El trabajador da una imagen de honestidad y confianza?					X		X		X		X		X		
			¿Está de acuerdo el esfuerzo del personal por dar un servicio sobresaliente?					X		X		X		X		X		
	Expectativas	Experiencias de las atenciones anteriores	¿La calidad de servicio fue mejor de lo esperado?					X		X		X		X		X		
			¿El tiempo de espera para la entrega de su producto (pollo a la brasa) es el esperado?					X		X		X		X		X		
			En relación a la calidad de servicio ¿Usted se siente insatisfecho?					X		X		X		X		X		


 ADM. M.C. Juan F. Corredor Gálvez
 C. N° 09720

MATRIZ DE VALIDACIÓN

CARACTERIZACIÓN DE LA CALIDAD DE SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE LAS MYPES SECTOR SERVICIOS, RUBRO RESTAURANTES POLLERÍAS DEL DISTRITO DE TUMBES, 2018

Título del proyecto		CARACTERIZACIÓN DE LA CALIDAD DE SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE LAS MYPES SECTOR SERVICIOS, RUBRO RESTAURANTES POLLERÍAS DEL DISTRITO DE TUMBES, 2018																
Objetivo		DETERMINAR LA CALIDAD DE SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE LAS MYPES SECTOR SERVICIOS, RUBRO RESTAURANT POLLERÍAS DEL DISTRITO DE TUMBES, 2018.																
Variable	Dimensión	Indicador	Ítems	Opinión de las repuestas				Criterios de evaluación								Observación y/o recomendaciones		
				EXCELENTE	BUENO	REGULAR	DEFICIENTE	Relación entre la Variable y la dimensión		Relación entre la dimensión y el indicador		Relación entre el indicador y el ítem		Relación entre el ítem y la opción de respuesta			La redacción es clara, precisa y comprensible.	
								Si	No	Si	No	Si	No	Si	No		Si	No
CALIDAD DE SERVICIO	Fiabilidad	Grado de aceptación de la fiabilidad	¿Los trabajadores están bien uniformados y con una apariencia cuidada?					X		X		X		X		X		
			¿Usted está conforme con la puntualidad del servicio que se le brinda?					X		X		X		X		X		
			¿El personal cuenta con el conocimiento adecuado al realizar su trabajo?					X		X		X		X		X		
			¿Los trabajadores demuestran actitud positiva hacia la atención de los clientes?					X		X		X		X		X		


 Lic. Adm. Edgardo Jimenez Izquierdo
 RUC - CLAD N° 02621

SECTOR SERVICIOS, RUBRO

Variable	Dimensión	Indicador	Ítems	Opinión de las repuestas				Criterios de evaluación								Observación y/o recomendaciones	
				EXCELENTE	BUENO	REGULAR	DEFICIENTE	Relación entre la Variable y la dimensión		Relación entre la dimensión y el indicador		Relación entre el indicador y el ítem		Relación entre el ítem y la opción de respuesta			La redacción es clara, precisa y comprensible.
								Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
Empatía	Cortesía y amabilidad		¿La pollería da atención personalizada a los clientes?					X		X		X		X		X	
			¿Los trabajadores muestran cortesía y amabilidad con la atención?					X		X		X		X		X	
			¿Los trabajadores demuestran sus habilidades con el trato hacia el cliente y el saber escuchar sus necesidades?					X		X		X		X		X	
			¿Los trabajadores siempre están dispuestos a ayudar con sus necesidades?					X		X		X		X		X	
Capacidad de respuesta	Disposición por resolver los problemas del cliente Grado De Aceptación Del Tiempo Esperado Del Servicio		¿Los trabajadores son comunicativos y asertivos en el servicio que se le brinda?					X		X		X		X		X	
			¿Considera que el personal brinda disposición por resolver los problemas que tiene con el servicio?					X		X		X		X		X	

Lic. Adm. Edgardo Jimenez Izquierdo
RUC - CLAD Nº 02621

INDICADORES DE SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE LAS MYPES SECTOR SERVICIOS, RUBRO
CURANTES POLLERÍAS DEL DISTRITO DE TUMBES 2018

Variable	Dimensión	Indicador	Ítems	Opinión de las repuestas				Criterios de evaluación								Observación y/o recomendaciones		
				EXCELENTE	BUENO	REGULAR	DEFICIENTE	Relación entre la Variable y la dimensión		Relación entre la dimensión y el indicador		Relación entre el indicador y el ítem		Relación entre el ítem y la opción de respuesta			La redacción es clara, precisa y comprensible.	
								Si	No	Si	No	Si	No	Si	No		Si	No
SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	Transparencia	Grado de veracidad	¿La pollería cumple con el pedido que realiza acerca de sus necesidades?					X		X		X		X		X		
			¿La pollería cuenta con seguridad física (vigilancia)?					X		X		X		X		X		
			¿El trabajador da una imagen de honestidad y confianza?					X		X		X		X		X		
			¿Está de acuerdo el esfuerzo del personal por dar un servicio sobresaliente?					X		X		X		X		X		
	Expectativas	Experiencias de las atenciones anteriores	¿La calidad de servicio fue mejor de lo esperado?					X		X		X		X		X		
			¿El tiempo de espera para la entrega de su producto (pollo a la brasa) es el esperado?					X		X		X		X		X		
			En relación a la calidad de servicio ¿Usted se siente insatisfecho?					X		X		X		X		X		

Lic. Adm. Edgardo Jimenez Izquierdo
RUC - CLAD Nº 02621

MATRIZ DE VALIDACIÓN

Título del proyecto		CARACTERIZACIÓN DE LA CALIDAD DE SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE LAS MYPES SECTOR SERVICIOS, RUBRO RESTAURANTES POLLERÍAS DEL DISTRITO DE TUMBES, 2018																
Objetivo		DETERMINAR LA CALIDAD DE SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE LAS MYPES SECTOR SERVICIOS, RUBRO RESTAURANT POLLERÍAS DEL DISTRITO DE TUMBES, 2018.																
Variable	Dimensión	Indicador	Ítems	Opinión de las repuestas				Criterios de evaluación								Observación y/o recomendaciones		
				EXCELENTE	BURNO	REGULAR	DEFICIENTE	Relación entre la Variable y la dimensión		Relación entre la dimensión y el indicador		Relación entre el indicador y el ítem		Relación entre el ítem y la opción de respuesta			La redacción es clara, precisa y comprensible.	
								Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	
CALIDAD DE SERVICIO	Fiabilidad	Grado de aceptación de la fiabilidad	¿Los trabajadores están bien uniformados y con una apariencia cuidada?					X		X		X		X		X		
			¿Usted está conforme con la puntualidad del servicio que se le brinda?					X		X		X		X		X		
			¿El personal cuenta con el conocimiento adecuado al realizar su trabajo?					X		X		X		X		X		
			¿Los trabajadores demuestran actitud positiva hacia la atención de los clientes?					X		X		X		X		X		

Mg. DPO. Edwin Guerrero García
CLAD: 09883

Empatía	Cortesía y amabilidad	¿La pollería da atención personalizada a los clientes?					X		X		X		X		X		
		¿Los trabajadores muestran cortesía y amabilidad con la atención?					X		X		X		X		X		
		¿Los trabajadores demuestran sus habilidades con el trato hacia el cliente y el saber escuchar sus necesidades?					X		X		X		X		X		
		¿Los trabajadores siempre están dispuestos a ayudar con sus necesidades?					X		X		X		X		X		
Capacidad de respuesta	Disposición por resolver los problemas del cliente Grado De Aceptación Del Tiempo Esperado Del Servicio	¿Los trabajadores son comunicativos y asertivos en el servicio que se le brinda?					X		X		X		X		X		
		¿Considera que el personal brinda disposición por resolver los problemas que tiene con el servicio?					X		X		X		X		X		

Mg. DPO. Edwin Guerrero García
CLAD: 09883

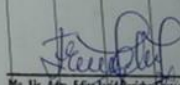
Variable	Dimensión	Indicador	Ítems	Opinión de las repuestas				Criterios de evaluación								Observación y/o recomendaciones		
				EXCELENTE	BUENO	REGULAR	DEFICIENTE	Relación entre la Variable y la dimensión		Relación entre la dimensión y el indicador		Relación entre el indicador y el ítem		Relación entre el ítem y la opción de respuesta			La redacción es clara, precisa y comprensible.	
								Si	No	Si	No	Si	No	Si	No		Si	No
SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	Transparencia	Grado de veracidad	¿La pollería cumple con el pedido que realiza acerca de sus necesidades?					X		X		X		X		X		
			¿La pollería cuenta con seguridad física (vigilancia)?					X		X		X		X		X		
			¿El trabajador da una imagen de honestidad y confianza?					X		X		X		X		X		
			¿Está de acuerdo el esfuerzo del personal por dar un servicio sobresaliente?					X		X		X		X		X		
	Expectativas	Experiencias de las atenciones anteriores	¿La calidad de servicio fue mejor de lo esperado?					X		X		X		X		X		
			¿El tiempo de espera para la entrega de su producto (pollo a la brasa) es el esperado?					X		X		X		X		X		
			En relación a la calidad de servicio ¿Usted se siente insatisfecho?					X		X		X		X		X		

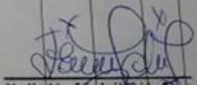
Mg. DFC. Solista Guerrero García
CLAD: 09883

MATRIZ DE VALIDACIÓN

CARACTERIZACIÓN DE LA CALIDAD DE SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE LAS MYPES SECTOR SERVICIOS, RUBRO RESTAURANTES POLLERÍAS DEL DISTRITO DE TUMBES, 2018																		
DETERMINAR LA CALIDAD DE SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE LAS MYPES SECTOR SERVICIOS, RUBRO RESTAURANT POLLERÍAS DEL DISTRITO DE TUMBES, 2018.																		
Variable	Dimensión	Indicador	Ítems	Opinión de las repuestas				Criterios de evaluación								Observación y/o recomendaciones		
				EXCELENTE	BUENO	REGULAR	DEFICIENTE	Relación entre la Variable y la dimensión		Relación entre la dimensión y el indicador		Relación entre el indicador y el ítem		Relación entre el ítem y la opción de respuesta			La redacción es clara, precisa y comprensible.	
								Si	No	Si	No	Si	No	Si	No		Si	No
CALIDAD DE SERVICIO	Fiabilidad	Grado de aceptación de la fiabilidad	¿Los trabajadores están bien uniformados y con una apariencia cuidada?					X		X		X		X		X		
			¿Usted está conforme con la puntualidad del servicio que se le brinda?					X		X		X		X		X		
			¿El personal cuenta con el conocimiento adecuado al realizar su trabajo?					X		X		X		X		X		
			¿Los trabajadores demuestran actitud positiva hacia la atención de los clientes?					X		X		X		X		X		

Mg. Lic. Adm. Edita Nela Méndez Castro
CLAD - 04020

			¿La pollería da atención personalizada a los clientes?							+	✓	✓	✓	✓	
			¿Los trabajadores muestran cortesía y amabilidad con la atención?							✓	✓	✓	✓	✓	
			¿Los trabajadores demuestran sus habilidades con el trato hacia el cliente y el saber escuchar sus necesidades?							✓	✓	✓	✓	✓	
			¿Los trabajadores siempre están dispuestos a ayudar con sus necesidades?							✓	✓	✓	✓	✓	
	Empatía	Cortesía y amabilidad													
			¿Los trabajadores son comunicativos y asertivos en el servicio que se le brinda?							✓	✓	✓	✓	✓	
	Capacidad de respuesta	Disposición por resolver los problemas del cliente Grado De Aceptación Del Tiempo Esperado Del Servicio	¿Considera que el personal brinda disposición por resolver los problemas que tiene con el servicio?							✓	✓	✓	✓	✓	
 Mgs. Lic. Adm. Edilia Jara Pacheco Castro CLAD - 04038															

Variable	Dimensión	Indicador	Ítems	Opinión de las repuestas				Criterios de evaluación								Observación y/o recomendaciones		
				EXCELENTE	BUENO	REGULAR	DEFICIENTE	Relación entre la Variable y la dimensión		Relación entre la dimensión y el indicador		Relación entre el indicador y el ítem		Relación entre el ítem y la opción de respuesta			La redacción es clara, precisa y comprensible.	
								Si	No	Si	No	Si	No	Si	No		Si	No
SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	Transparencia	Grado de veracidad	¿La pollería cumple con el pedido que realiza acerca de sus necesidades?							✓	✓	✓	✓	✓				
			¿La pollería cuenta con seguridad física (vigilancia)?									✓	✓	✓	✓			
			¿El trabajador da una imagen de honestidad y confianza?									✓	✓	✓	✓			
			¿Está de acuerdo el esfuerzo del personal por dar un servicio sobresaliente?									✓	✓	✓	✓			
	Expectativas	Experiencias de las atenciones anteriores	¿La calidad de servicio fue mejor de lo esperado?								✓	✓	✓	✓	✓			
			¿El tiempo de espera para la entrega de su producto (pollo a la brasa) es el esperado?									✓	✓	✓	✓			
			En relación a la calidad de servicio ¿Usted se siente insatisfecho?									✓	✓	✓	✓			
 Mgs. Lic. Adm. Edilia Jara Pacheco Castro CLAD - 04038																		

MATRIZ DE VALIDACIÓN

Título del proyecto														CARACTERIZACIÓN DE LA CALIDAD DE SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE LAS MYPES SECTOR SERVICIOS, RUBRO RESTAURANTES POLLERÍAS DEL DISTRITO DE TUMBES, 2018													
Objetivo														DETERMINAR LA CALIDAD DE SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE LAS MYPES SECTOR SERVICIOS, RUBRO RESTAURANT POLLERÍAS DEL DISTRITO DE TUMBES, 2018.													
Variable	Dimensión	Indicador	Ítems	Opinión de las repuestas				Criterios de evaluación								Observación y/o recomendaciones											
				EXCELENTE	BUENO	REGULAR	DEFICIENTE	Relación entre la Variable y la dimensión		Relación entre la dimensión y el indicador		Relación entre el indicador y el ítem		Relación entre el ítem y la opción de respuesta			La redacción es clara, precisa y comprensible.										
				Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No												
CALIDAD DE SERVICIO	Fiabilidad	Grado de aceptación de la fiabilidad	¿Los trabajadores están bien uniformados y con una apariencia cuidada?					X	X			X	X			X	X										
			¿Usted está conforme con la puntualidad del servicio que se le brinda?					X	X			X	X			X	X										
			¿El personal cuenta con el conocimiento adecuado al realizar su trabajo?					X	X			X	X			X	X										
			¿Los trabajadores demuestran actitud positiva hacia la atención de los clientes?					X	X			X	X			X	X										


 Mgtr Lic. Adm. CRISTIAN SOSA ORELLANA
 NÚMERO DE COLGATAURA 007325
 MAGISTER EN FINANZAS

Empatía	Cortesía y amabilidad	¿La pollería da atención personalizada a los clientes?					X	X			X	X			X	X	
		¿Los trabajadores muestran cortesía y amabilidad con la atención?					X	X			X	X			X	X	
		¿Los trabajadores demuestran sus habilidades con el trato hacia el cliente y el saber escuchar sus necesidades?					X	X			X	X			X	X	
		¿Los trabajadores siempre están dispuestos a ayudar con sus necesidades?					X	X			X	X			X	X	
Capacidad de respuesta	Disposición por resolver los problemas del cliente Grado De Aceptación Del Tiempo Esperado Del Servicio	¿Los trabajadores son comunicativos y asertivos en el servicio que se le brinda?					X	X			X	X			X	X	
		¿Considera que el personal brinda disposición por resolver los problemas que tiene con el servicio?					X	X			X	X			X	X	


 Mgtr Lic. Adm. CRISTIAN SOSA ORELLANA
 NÚMERO DE COLGATAURA 007325
 MAGISTER EN FINANZAS

Variable	Dimensión	Indicador	Ítems	Opinión de las repuestas				Criterios de evaluación								Observación y/o recomendaciones		
				EXCELENTE	BUENO	REGULAR	DEFICIENTE	Relación entre la Variable y la dimensión		Relación entre la dimensión y el indicador		Relación entre el indicador y el ítem		Relación entre el ítem y la opción de respuesta			La redacción es clara, precisa y comprensible.	
								Si	No	Si	No	Si	No	Si	No		Si	No
SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	Transparencia	Grado de veracidad	¿La pollería cumple con el pedido que realiza acerca de sus necesidades?					X		X		X		X				
			¿La pollería cuenta con seguridad física (vigilancia)?					X		X		X		X				
			¿El trabajador da una imagen de honestidad y confianza?					X		X		X		X				
			¿Está de acuerdo el esfuerzo del personal por dar un servicio sobresaliente?					X		X		X		X				
	Expectativas	Experiencias de las atenciones anteriores	¿La calidad de servicio fue mejor de lo esperado?					X		X		X		X				
			¿El tiempo de espera para la entrega de su producto (pollo a la brasa) es el esperado?					X		X		X		X				
			En relación a la calidad de servicio ¿Usted se siente insatisfecho?					X		X		X		X				


 Mgtr. Lic. Adm. CRISFRAN SOSA ORELLANA
 NÚMERO DE REGISTRO DE OMBUDSMAN 201333
 MAGISTER EN FINANZAS

Anexo 02: Cuestionario

CUESTIONARIO APLICADO A LOS CLIENTES DE LAS POLLERÍAS DEL CENTRO DE TUMBES - 2018



Para evaluar las variables, marcar una “X” en el casillero de su preferencia del Ítem correspondiente, utilice la siguiente escala:

1	2	3	4	5
NUNCA	CASI NUNCA	ALGUNAS VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE

Variable 1: Calidad de servicio

N°	I	1	2	3	4	5
	DIMENSIÓN: FIABILIDAD					
1	¿Los trabajadores están bien uniformados y con una apariencia cuidada?					
2	¿Usted está conforme con la puntualidad del servicio que se le brinda?					
3	¿El personal cuenta con el conocimiento adecuado al realizar su trabajo?					
4	¿Los trabajadores demuestran actitud positiva hacia la atención de los clientes?					

N°	II	1	2	3	4	5
	DIMENSIÓN : EMPATÍA					
1	¿La pollería da atención personalizada a los clientes?					
2	¿Los trabajadores muestran cortesía y amabilidad con la atención?					
3	¿Los trabajadores demuestran sus habilidades con el trato hacia el cliente y saben escuchar sus necesidades?					
4	¿Los trabajadores siempre están dispuestos a ayudar con sus necesidades?					

N°	III	1	2	3	4	5
	DIMENSIÓN: CAPACIDAD DE RESPUESTA					
1	¿Los trabajadores son comunicativos y asertivos en el servicio que se le brinda?					

2	¿Considera que el personal brinda disposición por resolver los problemas que tiene con el servicio?					
3	¿Considera que los trabajadores tienen la capacidad de responder a sus necesidades?					

Variable 2: Satisfacción del cliente

N°	ITEMS	1	2	3	4	5
DIMENSIÓN 1: TRANSPARENCIA						
1	¿La pollería cumple con el pedido que realiza acerca de sus necesidades?					
2	¿El trabajador da una imagen de honestidad y confianza?					
3	¿Está de acuerdo el esfuerzo del personal por dar un servicio sobresaliente?					
4	¿La pollería cuenta con seguridad física (vigilancia)?					

N°	II	1	2	3	4	5
DIMENSIÓN: EXPECTATIVA						
1	¿La calidad de servicio fue mejor de lo esperado?					
2	¿El tiempo de espera para la entrega de su producto (pollo a la brasa) es el esperado?					
3	En relación a la calidad de servicio ¿Usted se siente insatisfecho?					

GRACIAS POR SU COLABORACION

Anexo 03: Permiso de la municipalidad

MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE TUMBES
TRAMITE DOCUMENTARIO
MESA DE RECEPCION
FECHA DE INGRESO
15 OCT 2018
Folio: 02 Hora: 3:10
Registro N°: 19127
Firma: [Firma]

FORO DEL DIALOGO Y LA RECONCILIACION NACIONAL "CARGO"

SOLICITO : REGISTRO DE EMPRESAS FORMALES
COMO TIENDAS DE ROPA, FOLLERIAS,
HAMBURGUESERIAS.-

SEÑOR :
MVZ. MANUEL DIEGO ENRIQUE DE LAMA BIRSE
ALCALDE DE LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE TUMBES
Presente.-

Yo, WALDIR FLORES GUARNIZO, identificado con DNI.
No. 71061889, con domicilio en AARR. Miguel Grau, Mz. L, lote
No. 23 - Centro Poblado Andrés Araujo Morán, Alumno del V --
Ciclo de la Carrera de Administración de la Universidad Los
Angeles de Chimbote - ULADEU, a Ud. con el debido respeto
me presento y expongo :

Que, estando realizando un trabajo de Proyecto de
Investigación, solicito a Ud. tenga a bien disponer a quien
corresponda se me conceda LA INFORMACION SOBRE LAS EMPRESAS
FORMALES COMO TIENDAS DE ROPA, FOLLERIAS Y HAMBURGUESERIAS,
que existen en la ciudad de Tumbes, para tal efecto cumplo --
con lo requerido por su Comuna.

Por lo expuesto :

Mucho agradeceré a Ud. atender a mi solicitud por
ser de justicia.

Tumbes, 15 de Octubre del 2018.

[Firma]
.....
WALDIR FLORES GUARNIZO
DNI. No. 71061889.-

Tabla 6. Nombres de las pollerías

POLLERÍAS			
NOMBRE Y APELLIDOS DEL DUEÑO	NOM. COMERCIAL	GIRO	DIRECCIÓN
Castulo Oliden Sara Milagros	El Sabor Norteño	Restaurant Pollería	AV. Piura N°507
Infante Vincés Beltran	La Granja	Restaurant Pollería	JR. Francisco Bolognesi N° 317
Franco Yovera Jorgue Rufino	Luz y Rosa	Pollo Broaster	CA. Mayor Novoa N° 402
Rosales Rivas Paul Jhonatan	Los Rosales	Restaurant Pollería Gracia & Sabor SRL	JR. Huascar N° 526- Tumbes
Diaz Zapata Jorge Eduardo	El Viejo Tenedor De Oro	Restaurant y Pollería	JR. Abad Puel N° 755
Crisoles Siesquen Mario Jhonatan	Pike Pike SAC	Restaurant Pollería	ESQ. Con Bolognesi y Psje Villavicencio N°101
Sorroza Malpica Aldair	Inka Chicken	Restaurant Pollería	JR. Miguel Grau N°617
Salazar Herrera Diana Katherine	Sabor Norteño	Restaurant Pollería	AV. Piura N°507
Zapata San Martin Carmen María Del Pilar	Don Pancho	Restaurant Pollería	Av. Mariscal Castilla N°406
Valladares Morocho Rosa Vilma	Mi Lalo	Restaurant Pollería	Av. Piura Coliseo Centenario
Santiesteban Valdera Manuel	Inversiones Santiseteban E.I.R.L	Restaurant Pollería	AV. Piura N°1289
Bazan Muñoz Lenin Roland	Pollería Nor'ys	Restaurant Pollería	CA. Francisco Navarrete N°313
Mendoza Carrillo Auda María Adela	Pollería Che' Victor's	Pollería Restaurant	AV. Tumbes N°496

FIABILIDAD EN ALFA DE CRONBACH

Escala: TODAS LAS VARIABLES

Resumen del procesamiento de los casos

		N	%
Casos	Válidos	130	100,0
	Excluidos ^a	0	,0
	Total	130	100,0

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

Estadísticos de fiabilidad

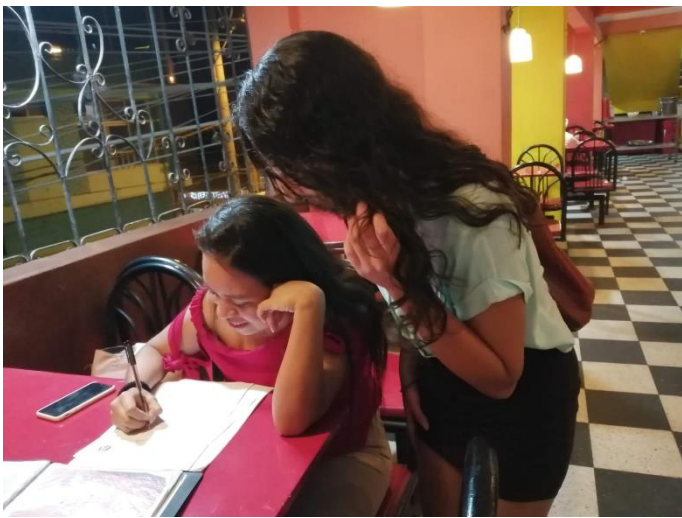
Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en los elementos tipificados	N de elementos
,894	,923	18

Estadísticos total-elemento

	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Correlación múltiple al cuadrado	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
¿Los trabajadores están bien uniformados y con una apariencia cuidada?	70,62	55,337	,727	.	,881
¿Usted está conforme con la puntualidad del servicio que se le brinda?	70,28	60,329	,685	.	,884
¿El personal cuenta con el conocimiento adecuado al realizar su trabajo?	69,81	60,947	,799	.	,884
¿Los trabajadores demuestran actitud positiva hacia la atención de los clientes?	69,85	58,978	,796	.	,881
¿La pollería de atención personalizada a los clientes?	70,75	56,253	,562	.	,890
¿Los trabajadores muestran cortesía y amabilidad con la atención?	69,96	60,968	,738	.	,884
¿Los trabajadores demuestran sus habilidades con el trato hacia el cliente y saben escuchar sus necesidades?	69,97	59,813	,778	.	,882
¿Los trabajadores siempre estan dispuestos a ayudar con sus necesidades?	69,98	59,535	,790	.	,882
¿Los trabajadores son comunicativos y asertivos en el servicio que se le brinda?	70,06	59,345	,779	.	,882
¿Considera que el personal brinda disposición por resolver los problemas que tiene con el servicio?	70,03	59,348	,810	.	,881
¿Considera que los trabajadores tienen la capacidad de responder a sus necesidades?	70,05	58,796	,805	.	,881

¿La polleria del cumple con el pedido que realiza acerca de sus necesidades?	70,10	61,114	,656 .	,886
¿El trabajador da una imagen de honestidad y confianza?	69,95	62,005	,634 .	,887
¿Esta de acuerdo el esfuerzo del personal por dar un servicio sobresaliente?	70,07	60,344	,690 .	,884
¿La polleria cuenta con seguridad física (Vigilancia)?	71,60	66,164	-,020 .	,925
¿La calidad de servicio fue mejor de lo esperado?	70,58	58,896	,666 .	,884
¿El tiempo de espera para la entrega de su producto (pollo a la brasa) es el esperado?	70,55	63,164	,487 .	,890
¿En relación a la calidad de servicio ¿Usted se siente insatisfecho?	72,53	72,546	-,470 .	,915

Anexo 05: Fotos





Anexo 06:

Taller IV

INFORME DE ORIGINALIDAD

6%

INDICE DE SIMILITUD

8%

FUENTES DE INTERNET

0%

PUBLICACIONES

9%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1

repositorio.unajma.edu.pe

Fuente de Internet

6%

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias

< 4%

Excluir bibliografía

Activo

Acti
Ve a

Sección 1

Título	Fecha de inicio	Fecha límite de entrega	Fecha de publicación
Informe final - Revisión Turnitin - Sección 1	30 oct 2020 - 00:00	6 nov 2020 - 23:59	30 oct 2020 - 23:59

Resumen:

Estimado estudiante, en esta semana deberá:

- Subir un archivo digital, conteniendo los siguientes elementos: Introducción, Bases teóricas, resultados, análisis de resultados y conclusiones; el cual deberá cumplir con la Política del servicio antiplagio (máximo porcentaje de similitud: 15%)

Nota: Recordar que los trabajos no entregados en la fecha programadas serán calificados con nota cero (00)

Actualizar entregas

	Título de la Entrega	Identificador del trabajo de Turnitin	Entregado	Similitud	
Ver recibo digital	Taller IV	1434700947	3/11/2020 01:55	6%	Entregar Trabajo