



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

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

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

AUTOR

YANGUA MARCHÁN, ARMANDO

ORCID: 0000-0003-4878-5719

ASESOR

ESCOBEDO GÁLVEZ, JOSÉ FERNANDO

ORCID: 0000-0002-6443-1497

TUMBES – PERÚ

2020

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

Yangua Marchán, Armando

ORCID: 0000-0003-4878-5719

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

ASESOR

Escobedo Gálvez, José Fernando

ORCID: 0000-0002-6443-1497

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

JURADO

Guerrero García, Galvani

ORCID: 0000-0003-1038-1866

Aguilar Chuquizuta, Darwin Ebert

ORCID: 0000-0001-6721-620X

Villarreyes Guerra, Domingo Miguel

ORCID: 0000-0001-6769-1959

HOJA DE FIRMA DEL JURADO Y ASESOR

MGTR. GALVANI GUERRERO GARCÍA
PRESIDENTE

MGTR. DARWIN EBERT AGUILAR CHUQUIZUTA
MIEMBRO

MGTR. DOMINGO MIGUEL VILLARREYES GUERRA
MIEMBRO

MGTR. JOSÉ FERNANDO ESCOBEDO GÁLVEZ
ASESOR

AGRADECIMIENTO

A la ULADECH – Católica por formarnos como profesionales.

A las MyPes, por permitirme realizar mi investigación.

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

DEDICATORIA

A mis padres, esposa, mis hijos, por ser mi motivo, impulso de superación.

RESUMEN

El estudio tuvo por objetivo de investigación determinar el nivel de calidad de servicio de las MyPes, sector servicio, rubro restaurantes: Caso “Playa Hermosa” – Puerto Pizarro – Tumbes, año 2020. Con un problema de investigación: ¿Cómo se caracteriza la calidad de servicio de las MyPes, sector servicio, rubro restaurantes: Caso “Playa Hermosa” – Puerto Pizarro – Tumbes, año 2020? Con una metodología de investigación de tipo cuantitativo, nivel descriptivo y diseño no experimental, con una población de 1 MyPes dedicada al servicio de restaurantes - Tumbes, 2020, y una muestra de 5 trabajadores, aplicando encuestas como instrumento de recolección de datos mediante utilización de la escala SERVQUALING; la cual presenta fiabilidad general tiene un Alfa de Cron Bach de 0.935, el cual consta de 22 preguntas y 5 dimensiones (*dimensión instalaciones = 5 preguntas; dimensión personal = 5 preguntas; dimensión satisfacción = 4 preguntas; dimensión servicios = 4 preguntas; y dimensión imagen = 4 preguntas*), las cuales tienen 5 opciones de respuesta en escala de Likert (1= muy malo, 2 = malo, 3 = regular, 4 = bueno, 5 = muy bueno), se concluyó que los aspectos satisfactorios en cuanto a lo que precisa cada trabajador ha evidenciado y demostrado que existen niveles altos del factor satisfactorio ya que cada trabajador emplea empatía como ser puntual, mostrar disposición, muestran atención y compromiso.

Palabras claves: Calidad de servicio y MyPes.

ABSTRACT

The objective of the study was to determine the level of service quality of the MyPes, service sector, restaurant business: Case "Playa Hermosa" - Puerto Pizarro - Tumbes, year 2020. With a research problem: How is quality characterized? of service of the MyPes, service sector, restaurants: Case "Playa Hermosa" - Puerto Pizarro - Tumbes, year 2020? With a quantitative research methodology, descriptive level and non-experimental design, with a population of 1 MyPes dedicated to the service of restaurants - Tumbes, 2020, and a sample of 5 workers, applying surveys as an instrument of data collection using the SERVQUALING scale; which presents general reliability, has a Cron Bach Alpha of 0.935, which consists of 22 questions and 5 dimensions (facilities dimension = 5 questions; personal dimension = 5 questions; satisfaction dimension = 4 questions; services dimension = 4 questions; and dimension image = 4 questions), which have 5 response options on a Likert scale (1 = very bad, 2 = bad, 3 = fair, 4 = good, 5 = very good), it was concluded that the satisfactory aspects regarding what each worker needs has evidenced and demonstrated that there are high levels of the satisfactory factor since each worker uses empathy such as being punctual, showing disposition, showing attention and commitment.

Keywords: Quality of service and MyPes.

ÍNDICE

TÍTULO.....	i
EQUIPO DE TRABAJO	ii
HOJA DE FIRMA DEL JURADO Y ASESOR	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DEDICATORIA	v
RESUMEN	vi
ABSTRACT	vii
ÍNDICE.....	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. REVISIÓN DE LITERATURA.....	5
2.1. Antecedentes	5
2.1.1. Antecedentes internacionales	5
2.1.2. Antecedentes nacionales.....	7
2.1.3. Antecedentes locales.....	8
2.2.1. Calidad de servicio	10
2.2.2. MyPes	15
2.2.3. Restaurantes.....	16
2.2.4. Trabajador.....	17
III. HIPÓTESIS	18
IV. METODOLOGÍA.....	18
4.1. Diseño de investigación	19
4.2. Población y muestra.....	19
4.3. Definición y operacionalización de variables	19
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	21
4.5. Plan de análisis.....	21

4.6.	Matriz de consistencia	21
4.7.	Principios éticos	24
V.	RESULTADOS	25
5.1.	Resultados	25
5.2.	Análisis de resultados	32
5.2.1.	Respecto a las características sociodemográficas de los propietarios:	32
5.2.2.	Respecto a las características las MyPes:	32
5.2.3.	Respecto a las características de calidad de servicio:	32
VI.	CONCLUSIONES	35
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	36
	ANEXOS	41
	Anexo 01: Encuesta	41
	Anexo 02: Matriz de ítems	44
	Anexo 03: Turnitin	45

I. INTRODUCCIÓN

En México se realizó una investigación respecto a la calidad de servicio en los restaurantes considerada como dimensión de impacto positivo o negativo, revelando una situación empírica en sus ventas, posición en el mercado, y comensales; logrando una mejora en la organización (Monroy & Francisco, 2019)

En Ecuador se realizó una investigación respecto a la calidad de servicio en los restaurantes particularmente en un hotel, el cliente es el principal autor de revelar su nivel de satisfacción a través de un servicio prestado con calidad. (Font & Blanco, 2018)

En Cuba se realizó una investigación respecto a la calidad de servicio, donde el cliente considera elemento primordial que logra satisfacción, necesidades y expectativas, para ello los colaboradores participan en garantizar que el servicio ofrecido es de calidad. (González, Frías, & Gómez, 2016)

En Ecuador se realizó una investigación respecto a la calidad de servicio en los restaurantes realizando una encuesta para medir la satisfacción de clientes por la calidad percibida, existiendo alrededor competitividad, productividad para lograr clientes satisfechos y con fidelidad (Romaní, Espinosa, Tejedor, & Calás, 2015)

Cabe mencionar que en Lima – Perú se realizó un estudio de calidad de servicio de restaurantes a través de dimensiones y saber el enfoque principal que logra su diferencia en el mercado, sobre el servicio brindado impactando positivamente su estado financiero (Vásquez, 2017)

En Juliaca – Perú se realizó un estudio de calidad de servicio, considerado como factor deficiente porque existen restaurantes que no brindan un servicio de

calidad y ocasiona una problemática en sus clientes, lo que se busca es tomar decisiones correspondientes. (Castillón & Romero, 2019)

Además, en Chimbote – Perú se realizó un estudio de calidad de servicio, identificándola como necesaria para poder lograr una competitividad y permanecer en el mercado en este caso los restaurantes son exigentes en brindar servicios de calidad y optar fidelidad de clientes. (Martínez, 2016)

En Lima – Perú se realizó un estudio de calidad de servicio de restaurantes en distintos rubros que existen, la cual determina que un buen servicio y calidad se logra relacionar la satisfacción del cliente, existen defectos que minimizan el nivel de calidad de servicio (S. Coronel, 2016)

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

Además, en Tumbes se realizó un estudio de calidad de servicio, determinado éste como estrategias para conseguir marketing y mejorar factores para competir y promocionar su buen servicio, los restaurantes en Tumbes son altamente competitivos por el Turismo que existe. (Mondragón & Silva, 2016)

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

En Zorritos se realizó un estudio de calidad de servicio, se determinó para lograr una buena gestión respecto a la calidad es seguir principios resaltante que

se enfocan a los clientes, por lo que ellos manifestaran su satisfacción al ser atendidos (Noel, 2018)

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

El trabajo se ha de justificar en los fundamentos teóricos por lo que nos permite que amplíemos nuestro conocimiento en cuanto a calidad de los servicios; se justifica metodológicamente, por lo que proporciona instrumentos que recolectan información para posterior a ello la aplicada el método estadístico al momento de elaborar cada tabla y grafico; a través de tipos descriptivos, niveles cuantitativos y diseños no experimentales. Se justifica socialmente lo que hará

que se beneficie cada dueño de cada MyPe ya que, es desarrollado responsablemente hacia los ámbitos empresariales en búsqueda de poder obtener ingresos rentables. En el carácter profesional e institucional, mi investigación permitirá optar el título profesional, además formará parte del repositorio institucional de la Universidad – ULADECH.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. Antecedentes

2.1.1. Antecedentes internacionales

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

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

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

(Da Silva, 2014) En su investigación “*Satisfacción del cliente con la calidad de servicio del Restaurante O Navegante del Club Centro Portugués, ubicado en Caracas – Venezuela* ” Tuvo como objetivo general es evaluar la satisfacción del cliente con la calidad de servicio del Restaurante O Navegante del Club Centro Portugués, ubicado en Caracas–Venezuela.; con una metodología con diseño de investigación mixto, que es tanto de campo como documental, y a su vez no experimental, teniendo como muestra representativa, a los clientes internos y externos del Restaurant, seleccionados intencionalmente. Los mismos fueron sometidos a las diferentes técnicas de recolección de datos, como instrumento de recolección de datos; se concluyó Finalmente y se formuló como propuesta, un programa de mejora continua para optimizar la calidad de servicio del Restaurante O Navegante, por medio de diferentes fases, controladas y administradas por expertos, con el objetivo de mejorar y mantener una buena calidad de servicio, superando las expectativas del cliente. (Cardenas, 2016)

2.1.2. Antecedentes nacionales

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

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

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

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

2.1.3. Antecedentes locales

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

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

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

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

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

2.2. Bases teóricas y conceptuales

2.2.1. Calidad de servicio

2.2.1.1. Definición:

Calidad de servicio lo conocemos con un término que tiene como conjunto diversos elementos, con base al principal fundamento el cuál es la satisfacción de los clientes. Calidad de servicio es visto como una serie de procedimientos que conlleva diversas evaluaciones realizando pruebas y estudios de mercado.

Con la finalidad de abastecer a muchas familias. (Izquierdo, 2019)

Calidad de servicio se enfoca positivamente en dar a conocer la imagen, sabor, precio de un producto o simplemente mostrar una buena atención a los clientes, teniendo como punto clave la fidelidad del mismo, siendo un asesor y estar en constante comunicación y despejando dudas.(Onton, Mendoza, & Ponce, 2010)

La definición de calidad de servicio forma parte de los avanzados aspectos que brindan las empresas para llamar la atención a los clientes, es más que claro que muchas de las personas se vuelven clientes de una empresa por el buen trato una mejor imagen y el tipo de servicio o producto que brindan. Esto va de la mano con diversos procesos de evaluación hacia los trabajadores. (Cardenas, 2016)

2.2.1.2. Características:

Calidad de servicio se ha visto expuesto por diferentes aspectos, los cuales se necesitan mejorar teniendo en cuenta las diversas características que tiene esta variable, en primer lugar, debe tener que existir confianza entre el cliente y el proveedor, esta capacidad debe ser evaluada desarrollando diversos niveles de respuesta, cada empleado debe conocer su producto brindando seguridad, también conocimiento de primeros auxilios para desarrollar confianza, la comunicación es una característica importante debido a que plantea que los clientes se sientan seguros del producto que están obteniendo, brinda un buen trato, con buena imagen personal y de la empresa. (López & Serrano, 2001)

2.2.1.3. Principios

La calidad de servicio tiene como principios los siguientes términos: Primero la empresa debe conocer cuáles es su competencia y manejarlo de manera pasiva, conocer su mercado y cuáles son sus clientes potenciales, mostrar un nivel alto de excelencia, junto eso mejorar todo tipo de servicio con la finalidad de no perder a sus mayor clientela, buena imagen como empresa, buen trato, después de todo quien evalúa es el mismo consumidor o cliente, dado como resultado

que este realice recomendaciones, y genere más ganancias, por último se debe brindar a todo público una mejor atención.

2.2.1.4. Teoría

Teóricamente calidad de servicio es un concepto que las escuelas de Europa tienen como principal fundamento, menciona el modelo de SERVQUAL. Es cual es muy usado actualmente para medir que tipo de características tiene cada trabajador, esto también va de la manera con que se utilicen cuestionarios para los clientes los cuales evalúan a los trabajadores y mencionan cual es tipo de trato que se recibió, se presentan de manera virtual y/o física, estos estudios lo que generan es que cada empre tenga la opción de mejorar y desarrollar mejor sus funciones y estén libres de errores. (Saavedra, 2007)

2.2.1.5. Dimensiones:

2.2.1.5.1. Infraestructura

Las instalaciones son dominadas como establecimientos de uso tecnológicos, en su mayoría son equipadas con máquinas de evaluación, computadoras, equipos de salud, equipos ambientales con el fin de realizan pruebas y trabajar en un ambiente limpio y tranquilo. (Martín, 2006)

Hace referente al tipo de lugar en que se van a manejar las situaciones, muchos de los establecimientos cuentan con un grupo de personas que realiza trabajos ya se de limpieza o investigación dentro de las instalaciones, también se utilizan para trabajos comerciales, una instalación entabla mucho lo que es un lugar de trabajo y debe estar siempre a desinfectado. (Perez, 2018)

Se conoce como una masa posicionada que no puede cambiar de lugar con facilidad, pero si puede ser remodelada al gusto de cada persona, mayor mente es considerada una instalación cuando lleva consigo material de trabajo, para uso de crear y evaluar nuevos proyectos, también va de la mano con el verbo evaluar. (Bembibre, 2010)

2.2.1.5.2. Personal

En su mayoría definimos a recursos humanos como un equipo de personas que no solo velan por el bienestar de la empresa sino también de los empleados, es un área de suma importancia en la empresa debido a que se encuentran en la jerarquía de la gerencia. (Noe & Wayne, 2005)

También llamado capital humano debido a que hoy en día se generan muchas afirmaciones que comentan que los trabajadores son la parte esencial de la empresa, es como si fuesen un motor, sin ellos no habría un ingreso en absoluto, también el área de recursos humanos evalúa todo tipo de inconvenientes en el clima laboral. (Granjo, 2008)

Recursos humanos también es conocida como una disciplina que esta puesta en norma dentro el área de recursos humanos, cada encargo de debe conocer cuales es u talento humano conocer sus debilidades y sus fortalezas, para ser utilizado de forma competitiva para mejorar el rendimiento de cada uno de los trabajadores, ayuda al crecimiento empresarial. (Alles, 2011)

2.2.1.5.3. Servicios

La definición de servicio la conocemos como un elemento primordial que se da dentro de la empresa, se constituye como un núcleo importante para ayudar a las personas que satisfacer alguna necesidad. (Atencio & Gonzales, 2007)

En términos de servicio podemos definir como una ventaja competitiva que adquiere una empresa con la finalidad de transformar de manera positiva el trato que tiene actualmente las personas, se utiliza en su totalidad el manejo de cambios de humor, debido a que no todos requieren de un servicio, pero si necesitan que sea un buen trato. (Vargas & Aldana, 2007)

También se define como un procedimiento que consta de niveles que con complementarios debido a que muchos no necesitan el mismo servicio, muchos estas cotizados de diferentes formas, algunos con un alto valor monetario que otro. En su mayoría son las personas las que brindan dichos servicios. (Paz, 2005)

2.2.1.5.4. Imagen

Como mencionan muchos autores la imagen se ha visto definida como una base primordial para generar ganancias, ya sea en lo personal como en lo productivo. La imagen corporativa es suma importancia debido a que ayuda al crecimiento de las empresas. (Pérez & Rodríguez del Bosque, 2014)

El termino imagen es más vista ampliamente por los usuarios debido a que todo aquellos que se vea bien llamara la atención. También se platea una base que los productos y servicios deberán verse bien para ser buenos competitivamente en el mercado comercial. (Duque & Carvajal, 2015)

La imagen corporativa es estudiada psicológicamente para relacionarla con la satisfacción propio o empresarial. Un buen producto debe tener una buena imagen llamativa que genere necesidad o llame a la atención con su belleza o ternura. (Currás, 2016)

2.2.1.5.5. Satisfacción

La satisfacción tiene relación con el conjunto de sistemas que nivel cual es el nivel de satisfacción de las personas. Muchas de ellos consideran que los productos y servicios deben superar las expectativas de los clientes siempre dando como resultado positivo que se vuelva fiel al producto empresa. Eso ayuda mucho al crecimiento empresarial. (Leonardo, 2003)

En muchos casos la satisfacción se asocia con la psicología por que la persona busca medios que ayuden a conseguir un alto nivel de satisfacción, es decir comprando cosas, realizando viajes, salidas de amigos, todo a aquellos que ayuda a que una persona cubra necesidades primarias o secundarias. Dando énfasis a una felicidad plena. (Caballero, 2002)

Por ultimo mencionamos que la satisfacción es una evaluación de toda aquella emoción que pueda sentir una persona, muchas de las personas llevan a cabo el proceso de comparación cuando realizan una compra entonces si la primera cosa que compraron no satisface su necesidad optaras por comprar una segunda cosa diferente pero que esta vez si cumpla con los necesario. (Rey, 2000)

2.2.2. MyPes

Es una ley creado por uno de los poderes del Estado con el fin de que se establezca impulsar las competencias y se promocióne el aspecto desarrollante de las micro y pequeñas empresas, de igual manera lograr poder formalizarlas, siendo así que en cada aspecto se cuenta con varios beneficios laborales y tributarios con el fin de contribuir en el crecimiento y exponer novedosas formas de oportunidades de trabajo, brindando aportes al PBI del país, la ley

28015 dentro de su articulado el 2° en la define a cada MyPe como una unidad económica constituidas por personas naturales o jurídicas. La ley que se encuentra en vigor se encuentra bajo D. Supremo N° 013-2013-PRODUCE, mediante esta ley se ha aprobado el TUO norma que ha impulsado a desarrollar la producción y el desarrollo de la empresa. Cada micro, pequeña y mediana empresa se considera que ha de estar en cada gestión empresarial: La Microempresa cuenta con venta anuales de 150 UIT (S/592,500); la pequeña empresa constata con ventas al año superiores a 150 UIT (S/ 592,500) y hasta un máximo de 1700 UIT (S/6715,00); y la mediana empresa contiene ventas anuales mayores a 1700 UIT (S/6715,000), y aspectos máximos de 2300 UIT (S/ 9'085,000).La ley 30056 deroga la cantidad máxima de un trabajador como algún factor que califica a la MyPe. (Congreso de la República del Perú, 2013)

2.2.3. Restaurantes

La definición de restaurante es conocida por ser un establecimiento que brinda servicio de consumo de alimentos muchos de ellos con la finalidad de satisfacer las necesidades de hambre y sed, pero también son utilizados como locales sociales que son de uso comercial. Generando ganancias. (Amorin, 2016)

En su mayoría se son establecimientos en el que se ofrecen variedades de platos para el consumo del público, existen varios tipos los conocidos de comida criolla, comida marina, etc. También están registrados con un nombre singular y estos deber ser llamativos para el público. (Gonzales & Porras, 2012)

Los restaurantes se definen por ser establecimientos que brinda servicio de alimentación, son vistos en la entrada de las ciudades, en su mayoría llevan un

registro similar pero no puede ser registrado con los mismos elementos, se brinda un buen servicio con la finalidad de fidelizar al consumidor. (Barrera, 2018)

2.2.4. Trabajador

Persona que realiza actividades con el fin de recibir un beneficio económico para su sustento ya sean servicio o actividades que aportan en la producción de alimentos o fabricación tecnológico, son capacitados constantemente y evaluados para conocer su rendimiento. (Carrasco & Suárez, 2017)

Es una persona que cuenta con habilidades y actividades, brindando sus servicios con la intención de dar beneficio a otros, como los servicios de salud, atención al cliente educación, transporte, etc. Su economía depende de su remuneración ya sea esta mensual, semanal o diaria. Existen personas que son capacitadas para brindar un mejor servicio. (Actis, De Prada, & Pereda, 2010)

Es un individuo capaz de aprender nuevas actividades con la intención de generar ingresos en su economía. Muchos de los trabajadores son independientes ellos viven de los ingresos diarios debido a las ventas o ofrecimiento de servicios como vendedores de comida, Ventas de abarrotes, etc. (Sanhueza & Silva, 2004)

III. HIPÓTESIS

Las investigaciones de tipo descriptiva no necesariamente se formula hipótesis.

(Hernández, Fernández, & Baptista, 2017)

IV. METODOLOGÍA

4.1. Diseño de investigación

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

4.2. Población y muestra

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

Cuadro 1. Población

Detalle	REGIMEN	# Dueño	# Trabajadores
Restaurant: Hermosa”	“Playa MYPE	1	5

Fuente: Elaboración propia.

4.3. Definición y operacionalización de variables

Cuadro 02. Operacionalización de variables.

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

Fuente: Elaboración propia.

4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

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

4.5. Plan de análisis

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

4.6. Matriz de consistencia

Cuadro 03. Matriz de consistencia.

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

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

4.7. Principios éticos

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

V. RESULTADOS

5.1. Resultados

Tabla 1. Características sociodemográficas.

Características	n (%)
Edad	38.8 ± 10.6
Sexo	
Femenino	5 (100.0)
Masculino	0 (0.0)
Estado civil	
Soltero	3 (60.0)
Casado	2 (40.0)
Viudo	0 (0.0)
Divorciado	0 (0.0)
Grado de instrucción	
Educación básica	5 (100.0)
Técnico	0 (0.0)
Superior	0 (0.0)
Posgrado	0 (0.0)

* Media ± desviación estándar

Tabla 2. Características de la MyPes.

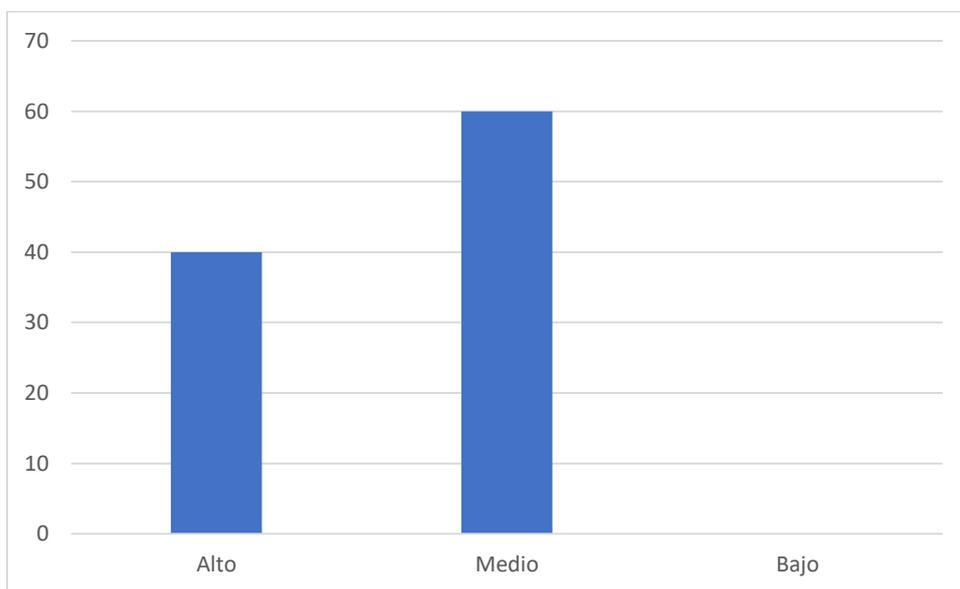
Características	n (%)
Régimen	
Nuevo Régimen Único Simplificado	0 (0.0)
Régimen Especial	0 (0.0)
Régimen MyPe	5 (100.0)
Régimen General	0 (0.0)
Años constituido	6 años
Modalidad	
Restaurante - Cevichería	0 (0.0)
Restobar	0 (0.0)
Picantería	0 (0.0)
Restaurante	5 (100.0)

Tabla 3. Nivel de las instalaciones y materiales.

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

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores del restaurante “Playa Hermosa” – Tumbes, 2019.

Gráfico 1. Nivel de las instalaciones y materiales.



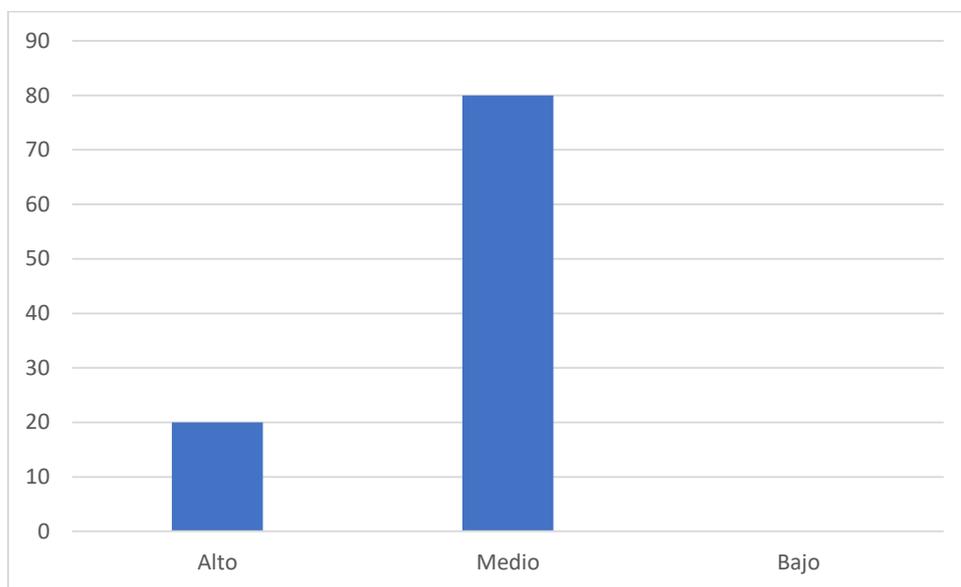
Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4. Nivel del personal.

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

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores del restaurante “Playa Hermosa” – Tumbes, 2019.

Gráfico 2. Nivel del personal.



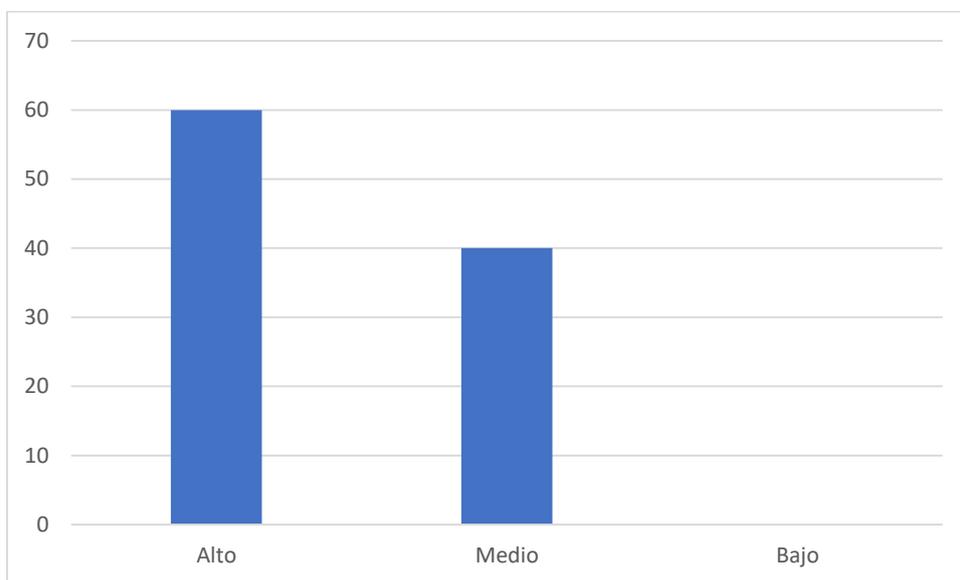
Fuente: Elaboración propia.

Tabla 5. Nivel de satisfacción.

Satisfacción			
Nivel	Rango	Total	Porcentaje
Alto	(15 - 20)	3	60
Medio	(10 - 14)	2	40
Bajo	(4 - 9)	0	0

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores del restaurante “Playa Hermosa” – Tumbes, 2019.

Gráfico 3. Nivel de satisfacción.



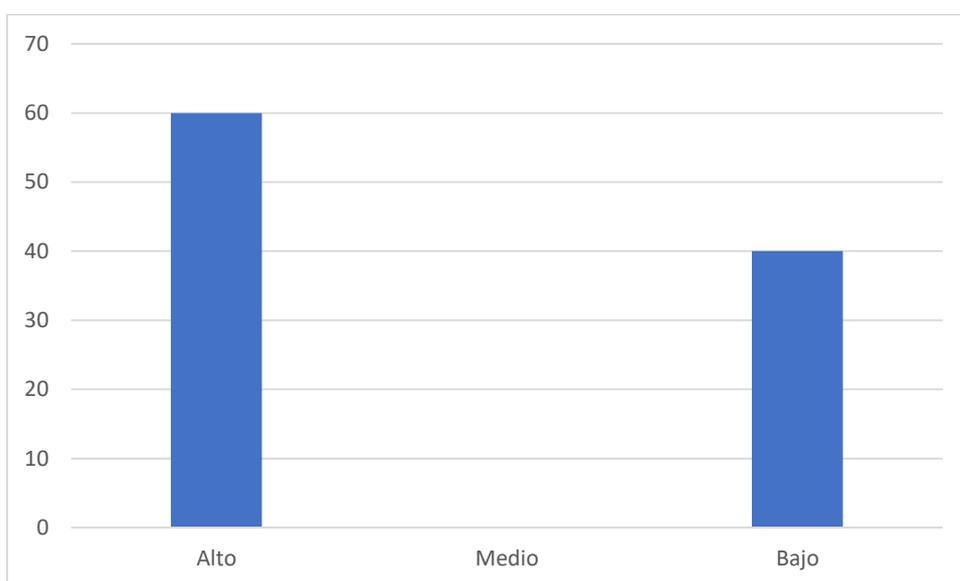
Fuente: Elaboración propia.

Tabla 6. Nivel de servicios y actividades.

Servicios y actividades			
Nivel	Rango	Total	Porcentaje
Alto	(15 - 20)	3	60
Medio	(10 - 14)	0	0
Bajo	(4 - 9)	2	40

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores del restaurante “Playa Hermosa” – Tumbes, 2019.

Gráfico 4. Nivel de servicios y actividades.



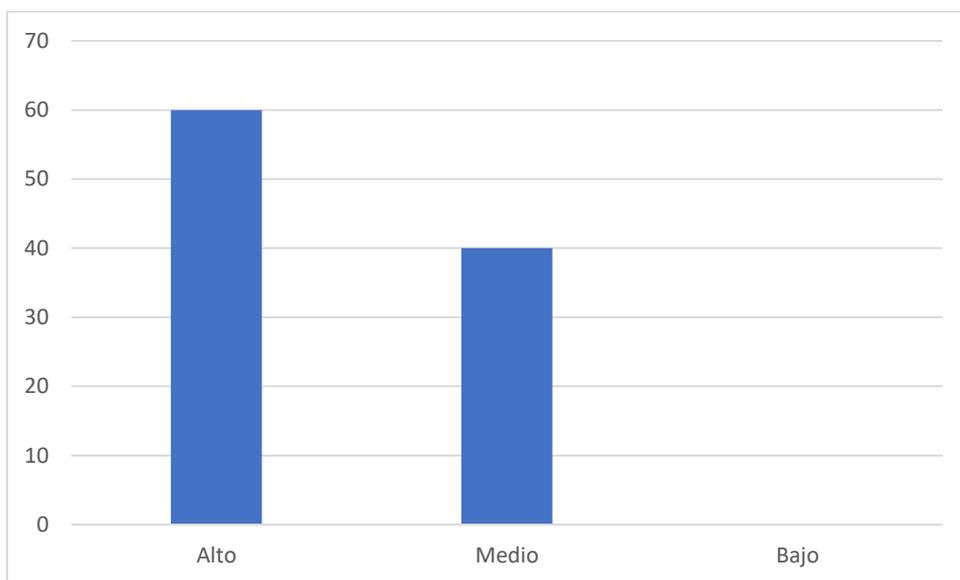
Fuente: Elaboración propia.

Tabla 7. Nivel de imagen.

Imagen			
Nivel	Rango	Total	Porcentaje
Alto	(15 - 20)	3	60
Medio	(10 - 14)	2	40
Bajo	(4 - 9)	0	0

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores del restaurante “Playa Hermosa” – Tumbes, 2019.

Gráfico 5. Nivel de imagen.



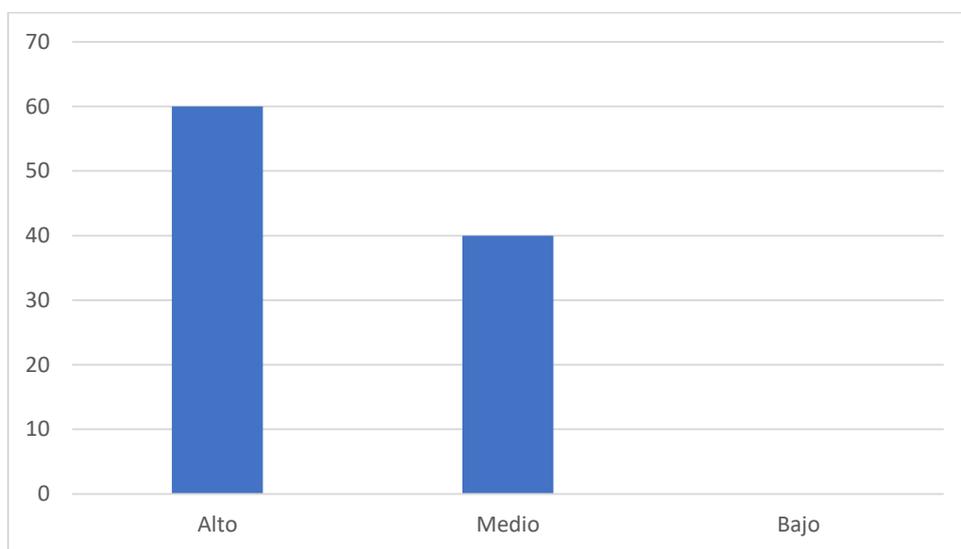
Fuente: Elaboración propia.

Tabla 8. Nivel de calidad de servicio.

Calidad de servicio			
Nivel	Rango	Total	Porcentaje
Alto	(81-110)	3	60
Medio	(52 - 80)	2	40
Bajo	(22 - 51)	0	0

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores del restaurante “Playa Hermosa” – Tumbes, 2019.

Gráfico 6. Nivel de calidad de servicio.



Fuente: Elaboración propia.

5.2. Análisis de resultados

5.2.1. Respeto a las características sociodemográficas de los propietarios:

Se han aplicado varios aspectos interrogatorios que se relacionan con el proceso investigatorio sociodemográficas en la que se ha reflejado que las edades promedio de cada trabajador oscila desde 36 años de edad; siendo mujeres en aspectos mayores con un 83.0%, siendo un porcentaje alto respecto a los estados civiles hay un porcentaje de 67.0% de personas solteras y respecto a su educación (carrera técnica) su estudio se realizó en una Institutos Tecnológicos.

5.2.2. Respeto a las características las MyPes:

Identificándose que la totalidad del personal del restaurante “Playa Hermosa” – se han inscrito bajo regímenes MyPe, con un espacio temporal de edad promedio de 6 años de aproximado, siendo cada razón social generalmente se denomina restaurante.

5.2.3. Respeto a las características de calidad de servicio:

Se ha determinado la existencia de niveles altos en base a la infraestructura que cada trabajador ha de utilizar para poder brindar una buena calidad una en el servicio de alimentación, utilizando diversos equipos, el material, lo que es corroborado con (Aviles & Cedeño, 2018) las ventas dependen muy estrechamente con la calidad del servicio al cliente, se determina que el modelo de gestión de calidad aplicado al restaurante será una contribución significativa para la mejora continua y el crecimiento de las ventas a futuro en este establecimiento; en cuanto al desarrollo de los trabajadores en cuanto a la calidad de los cada trabajador presenta niveles altos de calidad en el proceso de atención y servicio al cliente, en la que se evidencia que

se muestran eficaces, eficientes y buscan estrategias solucionables a cada problema que ha de suscitar en la realización de cada función, de acuerdo (Lopez, 2018) existe una insatisfacción con las dimensiones respuesta inmediata y empatía. Se pudo evidenciar que existe una correlación positiva entre la calidad de servicio y la satisfacción al cliente. no se encuentran capacitados y el restaurante cuenta con pocos empleados y esto hace que el servicio no sea rápido, cabe indicar que mayormente se necesita de mayor personal en temporadas altas; en cuanto al nivel satisfactorio que cada trabajador muestra se da dentro de niveles altos de servicio de atención logrando la satisfacción del cliente, esto es en base a que la totalidad del personal docente ha mostrados diversos valores de ética y son puntuales, muestran disposición, una buena conducta y se muestran atentos, contrariando con (Modesto, 2017) la relación significativa entre la calidad de servicio y satisfacción de los clientes de la empresa de Transportes terrestres de pasajeros GM Internacional SAC, debido a la sofisticación de cliente en satisfacer cada vez nuevas necesidades; en cuanto a cada servicio y actividad que ha de ofrecer el docente ha existido niveles altos en la mayoría y demuestran conocer cada función, nivel de atención y el compromiso de transmitir empatía y fidelidad en el cliente, estando de acuerdo con (Redhead, 2015) sostiene que existe una relación directa y significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario, de los usuarios del Centro de Salud “Miguel Grau” de Chaclacayo, 2013. Los servicios ofrecidos por el restaurant “Playa Hermosa” en función a la calidad de servicio, se define en el grado de preferencia de los platos ofrecidos al público, tener una infraestructura

cálida para el consumo de los platos, genera una imagen empresarial mediante la contribución a la responsabilidad con la sociedad.

VI. CONCLUSIONES

- Basándonos en los objetivos el N.º 01: los niveles de la infraestructura que ha mostrado que el restaurante demuestra que cuenta condiciones agradables para la atención al público, además de contar con tecnología para que el comensal se sienta cómodo mientras espera la entrega de su pedido.
- Basándonos en los objetivos el N.º 02: Los trabajadores ofrecen a sus compañeros un trabajo en equipo, que se demuestra comprobado en la solución de problemas conjuntamente, mostrando eficiencia, eficacia y buenos aspectos comunicables para la atención de lo que se sugiere y cada queja.
- Basándonos en los objetivos el N.º 03: los aspectos satisfactorios en cuanto a lo que precisa cada trabajador ha evidenciado y demostrado que existen niveles altos del factor satisfactorio ya que cada trabajador emplea empatía como ser puntual, mostrar disposición, muestran atención y compromiso.
- Basándonos en los objetivos el N.º 04: el factor del servicio alimenticio ofrecido por el restaurante se precisa que de acuerdo a cada experiencia percibida por los trabajadores siempre muestran amabilidad en el servicio, evidenciando que conoce del servicio de atención en cuanto a cada función y se muestra atento cuando cumple cada función.
- Basándonos en los objetivos el N.º 05: el factor imagen del restaurante muestra aspectos satisfactorios para emprender mejoras en cuanto a los gustos y preferencias del consumidor.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

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

Atlas.

- Castillón, L., & Romero, J. (2019). Calidad De Servicio Y Satisfacción Del Cliente En Los Principales Restaurantes Del Distrito De Juliaca Provincia De San Román 2018. *Revista Científica Huellas Turísticas*, 1(1). <https://doi.org/10.35306/V1I1.718>
- Chiquinta, G. (2015). Evaluacion de la Calidad de servicio del restaurante “Globo Negocios” de la ciudad de Tumbes, Utilizado estandares derivados de las buenas practicas, en el año 2014. Universidad Catolica los Angeles de Chimbote.
- Congreso de la República del Perú. *Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial.* , (2013).
- Coronel, C. (2016). *Calidad de servicio y grado de satisfaccion del cliente en el restaurant Pizza Hut en el Centro comercial Mega Plaza Lima; 2016.*
- Coronel, S. (2016). *Calidad de Servicio y Grado de Satisfacción del cliente en el restaurant pizza hut en el centro comercial mega plaza Lima; 2016.*
- Cuenca, P. (2019). *Caraterización de la gestión de calidad ysatisfacción del cliente en la Mypes del sector servicio rubro restaurnates en el Cercado de Tumbes, 2018.*
- Currás, R. (2016). Identidad e imagen corporativas : revisión conceptual e interrelación. *Teoría y Praxis*, 7(2010), 9–34.
- Da Silva, I. (2014). *Satisfacción del cliente con la calidad de servicio del Restaurante O Navegante del Club Centro Portugués, ubicado en Caracas - Venezuela.* Universidad Nueva Esparta.
- Duque, E., & Carvajal, L. (2015). La identidad organizacional y su influencia en la imagen: una reflexión teórica. *Suma de Negocios*, 6(13), 114–123. <https://doi.org/10.1016/j.sumneg.2015.08.011>
- Font, M., & Blanco, G. (2018). Calidad del servicio en el proceso alimentos y bebidas de un hotel en Ecuador. *ECA Sinergia*, 9(2), 80. https://doi.org/10.33936/eca_sinergia.v9i2.1125
- Gonzales, C., & Porras, N. (2012). *Satisfaccion laboral y calidad de servicio en los restaurantes de la ciudad de Tarma 2012.* Universidad Nacional del Centro del Peru - Huancayo.

- González, M., Frías, R., & Gómez, O. (2016). Análisis de la calidad percibida por el cliente en la actividad hotelera. *Ingeniería Industrial*, 37(3), 253–265.
- Granjo, J. (2008). *Cómo hacer un Plan Estratégico de Recursos Humanos*. España.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2017). *Metodología de la investigación* (Sexta). Retrieved from www.elosopanda.com%7Cjamespoetrodriguez.com
- Izquierdo, C. (2019). La Calidad de servicio y la Satisfacción del cliente de la empresa Burgos's Restaurant en la ciudad de Puerto Maldonado - 2018 (Universidad Andina del Cusco; Vol. 70). <https://doi.org/10.36888/udual.universidades.2019.80.19>
- Leon, K. (2020). *Calidad de servicio de las mypes, sector servicio, rubro restaurantes - caso: “Restaurant Cevicheria Gabino” - Distrito de corrales, Tumbes 2019* (Universidad Católica los Angeles de Chimbote). <https://doi.org/10.36888/udual.universidades.2019.80.19>
- Leonardo, L. (2003). *Objetivo: Conocer el Concepto de Satisfacción y encaminar la aplicación del concepto*.
- López, C., & Serrano, A. (2001). Dimensiones y medición de la calidad de servicio en empresas hoteleras. *Revista Colombiana de Marketing*, 2(3), 13.
- Lopez, D. (2018). *Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil*. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.
- Martín, C. (2006). Las instalaciones y la arquitectura. *Tectónica*, 4–27. <https://doi.org/http://hdl.handle.net/10171/3018>
- Martínez, R. (2016). *Calidad de servicio y satisfacción del cliente en restaurantes de comida marina Chimbote, 2016*.
- Modesto, D. (2017). *Calidad de servicio y su relación con la satisfacción de los clientes de la empresa de transporte terrestre de pasajeros gm internacional sac – Huánuco. 2017*. Universidad Católica los Angeles de Chimbote.
- Mondragon, E., & Silva, T. (2019). *Calidad de servicio, como estrategia de marketing en el Restaurant campestre “El Huerto del sabor” de la localidad de San Juan de la virgen - Tumbes - 2016*. Universidad Nacional de Tumbes.
- Mondragón, E., & Silva, T. (2016). *Calidad de servicio, como estrategia de marketing en el restaurant campestre “El huerto del sabor” de la localidad de San Juan de la*

Virgen - Tumbes - 2016.

- Monroy, M., & Francisco, U. (2019). *Calidad en el servicio y su incidencia en la satisfacción del comensal en restaurantes de La Paz, México.* 48, 22.
- Noe, R., & Wayne, R. (2005). *Administración de recursos humanos.* Mexico.
- Noel, B. (2018). *Caracterización del financiamiento y gestión de calidad de las MyPes, sector servicio rubro restaurantes y cevicherías en el distrito de Zorritos, 2017.* Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.
- Onton, I., Mendoza, C., & Ponce, M. (2010). *Estudio de Calidad de servicio en el Areopuerto de Lima: Expectativas y Percepcion del pasajero turista* (Vol. 9). Pontifica Universidad Catolica del Peru.
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la Cultura. (2017). Bioética y Ética en la UNESCO. Retrieved September 21, 2019, from UNESCO website: <http://www.unesco.org/new/es/office-in-montevideo/social-and-human-sciences/bioethics/>
- Paz, R. (2005). Servicio al cliente.
- Pérez, A., & Rodriguez del Bosque, I. (2014). Identidad, imagen y reputación de la empresa: integración de propuestas teóricas para una gestión exitosa. *Cuadernos de Gestion, 14*(1), 97–126. <https://doi.org/10.5295/cdg.130389ap>
- Perez, J. (2018). Definición de instalación - Qué es, Significado y Concepto.
- Pintado, D. (2018). *Caracterización de la calida de srvicio al cliente y rentabilidad en las Mypes en el sector servicio, rubro restaurante del Distrito de Pampas de Hospital - Tumbes, 2017.*
- Redhead, R. (2015). Calidad de servicio y satisfaccion del usuario en el Centro de Salud Miguel Grau distrito de Chaclacayo 2013. Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- Rey, C. (2000). La satisfacción del usuario: Un concepto en alza. *Anales de Documentación: Revista de Biblioteconomía y Documentación*, (3), 138–154. <https://doi.org/10.6018/analesdoc.3.0.2451>
- Romaní, B., Espinosa, J., Tejedor, R., & Calás, D. (2015). EVALUACIÓN DE LA

PERCEPCIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO EN. *Revista Científica ECOCIENCIA*, 2(5), 2015.

Saavedra, J. (2007). Aproximación teórica de los modelos conceptuales de la calidad del servicio.

Sanhueza, A., & Silva, F. (2004). Diagnostico de la calidad de vida laboral percibida por los trabajadores de cuatro servicios clinicos del complejo asistencial “DR. Victor Rios Ruiz” de los Angeles (CAVRR). In *Horizonte Empresarial*.

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. *Código de Ética para la Investigación*. , Pub. L. No. Versión 002, 1 (2019).

Vargas, M., & Aldana, L. (2007). *Calidad y servicio: Conceptos y herramientas*. Colombia.

Vásquez, J. (2017). *Percepción de la calidad de servicio en los restaurantes de los hoteles de cuatro estrellas en Miraflores*.

ANEXOS

Anexo 01: Encuesta



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

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

Características de los trabajadores:

Edad : _____

Sexo : _____

Estado civil :

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

Grado de instrucción :

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

Características de la MYPE:

¿La empresa tiene RUC?

- a. Si
- b. No

¿En qué régimen tributario se encuentra ubicada su empresa?

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

¿Cuántos años de constituida tiene su negocio?

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

¿Modalidad de la empresa?

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

Características de la Calidad de servicio:

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

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

Anexo 02: Matriz de ítems

N°	Item's																								TOTAL			
	1	2	3	4	5	Total	6	7	8	9	10	Total	11	12	13	14	Total	15	16	17	18	Total	19	20		21	22	Total
1	4	4	4	4	5	21	5	5	5	5	4	24	4	4	4	4	16	4	5	5	5	19	4	4	4	5	17	97
2	3	3	3	3	2	14	2	3	3	2	3	13	3	3	2	3	11	2	2	2	3	9	3	3	3	3	12	59
3	2	3	4	4	3	16	3	3	3	2	3	14	2	3	3	3	11	2	3	2	2	9	3	2	3	3	11	61
4	2	3	5	5	4	19	4	4	3	4	4	19	4	4	4	4	16	3	5	5	4	17	4	4	3	4	15	86
5	4	4	4	4	4	20	4	4	4	3	4	19	4	4	4	3	15	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	86

Anexo 03: Turnitin

Tesis_AYM

INFORME DE ORIGINALIDAD

0%

INDICE DE SIMILITUD

0%

FUENTES DE
INTERNET

0%

PUBLICACIONES

%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias < 4%

Excluir bibliografía

Activo

Acti
Ve a c