



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

TÍTULO:

**CARACTERIZACIÓN DE CALIDAD DE SERVICIO EN
LAS MYPES DEL SECTOR SERVICIO RUBRO
RESTAURANTES: “CASO MIS TRES ROSITAS” - EN EL
DISTRITO DE CORRALES, AÑO 2019.**

**TESIS PARA OPTAR TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO
EN ADMINISTRACION**

AUTOR:

Br. MACEDA SALDARRIAGA CÉSAR YONNY

ORCID: 0000-0003-0818-4871

ASESOR:

Mgtr. Lic. Adm. JOSE FERNANDO ESCOBEDO GALVEZ.

ORCID: 0000-0002-6443-1497

TUMBES – PERÚ

2019

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

Maceda Saldarriaga, César Yonny

ORCID: 0000-0003-0818-4871

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 Alexander.

ORCID: 0000-0001-6721-620X

Villarreyes Guerra, Domingo Miguel.

ORCID: 0000-0001-6769-1959

HOJA DE FIRMA DEL JURADO



Mgtr. Lic. Adm. GUERRERO GARCÍA, Galvani.

PRESIDENTE



Mgtr. Lic. Adm. AGUILAR CHUQUIZUTA, Darwin Ebert.

MIEMBRO



Mgtr. Lic. Edu. VILLARREYES GUERRA, Domingo Miguel.

MIEMBRO



Mgtr. Lic. Adm. ESCOBEDO GÁLVEZ, José Fernando.

ASESOR

AGRADECIMIENTO

A la **Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote – ULADECH**, en su filial Tumbes por formarnos como profesionales e incentivarnos a lograr nuestras aspiraciones en el ámbito de la carrera de Administración.

A los representantes del **hotel Versilia**, por permitir realizar mi investigación, y poder ejecutar la aplicación de las encuestas sin ningún inconveniente.

A al **Docente** Mgtr. José Escobedo por ser nuestro asesor en investigación por ser nuestro líder en la carrera profesional e impartirnos sus conocimientos.

DEDICATORIA

A **Dios**, por ser nuestro padre celestial y creador que vida.

A mis **padres** por darme la vida y fortalecerme para poder lograr mis metas y aspiraciones.

A mi **esposa y mis hijos**, por su inmenso amor y por apoyarme incansablemente para poder terminar mis estudios profesionales.

RESUMEN

En la presente investigación denominada Caracterización de calidad de servicio en las MyPes del sector servicio restaurantes: “CASO MIS TRES ROSITAS” – en el distrito de Corrales, año 2019. Tuvo como problema de investigación: ¿Cómo se caracteriza la calidad de servicio en las MyPes del sector servicio rubro restaurantes: “CASO MIS TRES ROSITAS” – en el distrito de Corrales, año 2019? Es por ello que se formuló el siguiente objetivo de investigación: Determinar la caracterización de calidad de servicio en las MyPes del sector servicio rubro tiendas de restaurantes: “CASO MIS TRES ROSITAS” – en el distrito de Corrales, año 2019. Utilizando una metodología de investigación de tipo descriptivo, nivel cuantitativo y diseño no experimental de corte transversal; con una población de una (01) MyPe con una muestra de sesenta y ocho (68) clientes, aplicando la encuesta y cuestionario como instrumentos de recolección de datos se concluyó que los clientes que visitan el restaurante MIS TRES ROSITAS manifestaron que el personal no cumple con los objetivos de la microempresa, en relación a que no se les atiende correctamente por parte del personal no orientan adecuadamente sobre los platos y bebidas que ofrecen, considerando que los productos alimenticios que ofrecen no presentan un nivel alto en su incidencia en la sazón y presentación de los mismo, perdiendo representatividad y fidelidad de los clientes, además se identificó que el personal al no orientar adecuadamente a los clientes no generan resultados favorables a la empresa, por lo tanto se concluye que los clientes no son satisfechos y su nivel de calidad de servicio es promediamente bajo frente a su competencia directa.

Palabras Claves: Calidad de Servicio y MYPES.

ABSTRACT

In the present investigation called Characterization of quality of service in the MyPes of the restaurant service sector: “CASE MIS TRES ROSITAS” - in the district of Corrales, year 2019. It had as research problem: How is the quality of service characterized in the MyPes of the restaurant service sector: “CASE MIS TRES ROSITAS” - in the Corrales district, year 2019? That is why the following research objective was formulated: Determine the characterization of quality of service in the MyPes of the service sector of restaurant stores: “CASE MIS TRES ROSITAS” - in the district of Corrales, year 2019. Using a methodology of descriptive type research, quantitative level and non-experimental cross-sectional design; with a population of one (01) MyPe with a sample of sixty-eight (68) clients, applying the survey and questionnaire as data collection instruments, it was concluded that the clients who visit the restaurant MY THREE ROSITES stated that the staff does not comply with the objectives of the microenterprise, in relation to the fact that they are not properly served by the staff, they do not adequately guide the dishes and drinks they offer, considering that the food products they offer do not have a high level of incidence in the seasoning and presentation of the same, losing representativeness and loyalty of customers, it was also identified that the staff not to properly guide customers do not generate favorable results for the company, therefore it is concluded that customers are not satisfied and their level of quality service is averagedly low compared to its direct competition.

Keywords: Quality of Service and MYPES.

ÍNDICE

TÍTULO:	i
EQUIPO DE TRABAJO	ii
HOJA DE FIRMA DEL JURADO	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DEDICATORIA	v
RESUMEN	vi
ABSTRACT	vii
ÍNDICE	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. REVISION DE LA LITERATURA:	12
2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACION	12
2.2. BASES TEORICAS Y CONCEPTUALES	21
2.2.1. CALIDAD DE SERVICIO	21
2.2.1.1. DEFINICIÓN	21
2.2.1.2. CARACTERÍSTICAS	21
2.2.2. MYPES	23
2.2.3. RESTAURANTES	23
III. HIPOTESIS DE LA INVESTIGACION	25
IV. METODOLOGIA	26
4.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN	26
4.2. NIVEL DE INVESTIGACIÓN	26
4.3. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	26
4.4. DEFINICIÓN DE VARIABLE Y OPERACIONALIZACIÓN	26
4.5. POBLACIÓN Y MUESTRA	28
4.6. TECNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCION DE DATOS	29
4.6.1. Técnicas:	29
4.6.2. Instrumentos:	30
4.7. PLAN DE ANALISIS	30
4.8. MATRIZ DE CONSISTENCIA	31
4.9. PRINCIPIOS ETICOS	31
V. RESULTADOS	33
VI. CONCLUSIONES	47
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	49

VIII. ANEXOS.....	55
ANEXOS 01: CRONOGRAMA DE ACTIVIDAD.	55
ANEXO 02: PRESUPUESTO FINANCIAMIENTO.....	56
ANEXO 03: ENCUESTA.....	57
ANEXO 04: CONSTANCIA DE VALIDAD Y CONFIABILIDAD	59
ANEXO 05: VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS.....	61
ANEXO 06: LIBRO DE CÓDIGOS.....	62
ANEXO 07: TURNITIN.....	64

I. INTRODUCCIÓN

El presente trabajo denominado CARACTERIZACIÓN DE CALIDAD DE SERVICIO EN LAS MYPES SECTOR SERVICIO RUBRO RESTAURANTES: “CASO MIS TRES ROSITAS” - EN EL DISTRITO DE CORRALES, AÑO 2019” La presente investigación proviene de las líneas que han sido asignado por la escuela profesional de administración y comprende el campo de disciplina. Promoción de las MYPE.

Las unidades económicas materia del trabajo son MYPE de la provincia de tumbes dedicadas entre otras actividades al rubro de restaurantes: “CASO MIS TRES ROSITAS”, en Tumbes en la investigación se ha identificado una (01) MYPE dedicadas al rubro objeto de la investigación, es de mi interés de conocer como desarrollan y aplican la calidad de servicio en los restaurantes si son rentables si operan dentro de los parámetros de la legalidad en el rubro al cual se dedican.

La empresa Mis Tres Rositas inició sus actividades el 11 de setiembre del 2008; siendo su propietaria la Sra. Rosa Melba Domínguez Aponte; teniendo como finalidad obtener ganancias mediante la venta de platos típicos de la costa como siendo tumbes una de los sitios gastronómicos y turísticos del Perú, se tomó la decisión de iniciar con este negocio, además mediante la venta de bebidas tanto alcohólicas como gasificadas, pretendiendo captar a los clientes tanto del distrito de corrales como a nivel regional.

La empresa no cuenta con un planeamiento estratégico, no posee una misión, visión y objetivos; pero es una de los negocios de mayor competitividad en el distrito de corrales; por el tipo de actividad comercial que realiza.

Se determinó el nombre de la empresa por el motivo de que tanto la propietaria como la madre y la hija de la misma coinciden en el nombre; siendo facultativo colocarlo en mérito a ello. Inicialmente se dispuso de capital propio de un 30% de financiamiento; y se utilizó al proveedor mediante consignación la empresa BACKUS quien entregaba las bebidas y se realizaba el pago al terminó de la venta de las mismas.

Luego la propietaria pudo generar mayores ganancias y dejo de trabajar con consignación con el proveedor y optó por utilizar por el financiamiento no bancario mediante cajas de ahorro y crédito.

Actualmente, la empresa genera ganancias diarias respecto a los días domingos y lunes ascienden a s/. 2000.00 en bruto; y los días de martes a sábado aproximadamente s/. 800.00; cabe indicar que las ganancias se utilizan para el pago solo de trabajadores.

Para la caracterización y descripción se utiliza la técnica del PESTEL:

Dentro del ámbito externo las Micro y Pequeñas empresas les implica reconocer los aspectos claves del entorno que rodea el negocio y que influye de manera directa e indirecta, empleando la técnica de PESTEL se tienen la caracterización desde los político, económico, social, tecnológico, ecológico y legal.

En el ámbito político: “*Modificaciones en trabajos comerciales*” nos dice el *Diario El Comercio (2019)* La importancia de la inversión como motor de

crecimiento de la economía tiene un alto consenso. Los más extremistas critican al gobierno por lo poco que hace para impulsarla. No obstante, en el largo plazo, la economía no puede sostenerse solo con la inversión, sino que es imprescindible el desarrollo tecnológico que permita combinar los factores productivos de manera más eficiente a fin de incrementar el nivel de producción. Justamente el comercio internacional es uno de los principales caminos para que países como el nuestro puedan acceder a tecnología y los datos e investigaciones sobre el tratado de libre comercio (TLC) del Perú con Estados Unidos verifican esta hipótesis. De acuerdo con un estudio de los economistas Nikita Céspedes, María Aquije, Alan Sánchez y Rafael Vera Tudela, el análisis individual del TLC con EE.UU. sugiere que las empresas peruanas que comercian con este país son las que mejores ganancias de productividad han experimentado.

Además “*Las facilidades para la creación de negocio*” La **SUNAT** (*s.f.*) define a las MyPe como una unidad económica constituida por una persona natural o jurídica (empresa), bajo cualquier forma de organización que tiene como fin desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. Dada su relevancia es natural que cuente con beneficios tributarios que analizaremos a continuación. El Estado otorga varios beneficios a las micro y pequeñas empresas. Por ejemplo, facilidades para su creación y formalización, dando políticas que impulsan el emprendimiento y la mejora de estas organizaciones empresariales. Otro lado, las micro y pequeñas empresas se inscriben en un registro que se denomina REMYPE. Es un régimen especialmente creado para las micro y pequeñas

empresas con el objetivo de promover su crecimiento, brindándoles condiciones más simples para cumplir con sus obligaciones tributarias.

En el ámbito económico: *tasa de inflación* nos dice *Alcázar (2019)* Según el Servicio de Asesoría Empresarial (SAE) de APOYO Consultoría, el entorno de negocios en el 2019 se verá favorecido por el crecimiento de las ventas locales (por encima de la tasa de crecimiento del PBI), los mayores niveles de gasto de las familias de ingresos medios- altos, el mejoramiento de los márgenes de grandes empresas orientadas al mercado interno, así como el desarrollo de megaproyectos mineros y la diversificación de la inversión empresarial en los sectores inmobiliario, hotelería, retail e industria. Si bien se prevé un mayor crecimiento de los sectores comercio y servicios, se espera que otros sectores, como el pesquero, sufran una contracción importante. En lo que se refiere al empleo formal privado, se espera un crecimiento de 3.7% en el número de trabajadores registrados en las planillas electrónicas, cifra igual a la registrada en el 2018. La masa salarial total crecerá 4.4% este año, impulsada por el sector formal. Por su parte, el salario promedio tendría un comportamiento positivo, con un crecimiento esperado de 2.2% para los puestos formales y de 0.5% para los puestos informales, lo que traerá como consecuencia un incremento de los niveles de gasto de las familias, principalmente de aquellas que pertenecen a los niveles socioeconómicos más altos.

Además “*IVA que afecta a mis productos o servicios*” El IVA (Impuesto al Valor Agregado) es el impuesto que trabaja sobre la compra de insumos para prestar servicios y productos que realizan las empresas. Es el 19% de base imponible de la facturación del negocio, según explica el Servicio de Impuestos

Internos (SII). Así, como una persona natural paga sus impuestos al comprar mercadería en el supermercado, una pyme (que es una persona jurídica y agente retenedor tributario) debe pagar tributos para funcionar. Por ello la calidad del servicio es importante ya que el pago de los impuestos es vital para el buen funcionamiento del país, ya que gracias a ellos el Estado cuenta con fondos suficientes para financiar las necesidades básicas de la población.

En el ámbito Tecnológico: “*Nuevos Productos y desarrollo*” nos dice (*Diario Andina, 2017*) que las Start-ups, son las micro y pequeñas empresas (MyPe) que utilizan la innovación y tecnología para crear nuevos productos y servicios, son la nueva fuente de desarrollo económico del país, señala la Sociedad de Comercio Exterior del Perú (ComexPerú). Sostener el crecimiento económico implica adoptar políticas de apertura comercial, competitividad e innovación. Esto incentiva la inversión y la implementación de tecnologías que permiten alcanzar mayor competitividad en la calidad de servicio. Así, la economía generará un stock de conocimiento y experiencia empresarial que favorecerá la creación de empresas, más empleo y una mayor variedad de bienes y servicios.

Además “*Los usos de las tecnologías del consumidor*”, se vienen constituyendo como ejes importantes a tomar en cuenta, en los planes de negocios y en la conformación de nuevas empresas. A nivel regional el mercado empresarial de Argentina, Brasil y Chile encabezan la lista de mayor uso de herramientas tecnológicas que emplean sus pequeñas, medianas y grandes empresas para aumentar sus niveles de ventas y su conectividad local, regional y global. A través del tiempo la tecnología ha ayudado a la publicidad a quitar

barreras para realizar negocios, mejorar procesos pero también elevó los niveles de competitividad empresarial. ser una herramienta ilimitada, el ritmo de su avance obliga a que el comercio tradicional sea superado por el comercio digital. Países con economías globalizantes como los Estados Unidos, Israel, China, Japón e India son quienes más uso de las TIC e innovaciones tecnológicas han aplicado y aplican a su mercado empresarial. (*Diario Uno 12 mayo, 2019*)

En el ámbito social: “ *Nuevas Tendencias en el Estilo de Vida Modas* nos dice (*Pascualena Santos, 2019*) Hace años que lo vengo diciendo, el mundo está cambiando muy deprisa, más que nunca en la historia, tanto que se hace necesario actualizar con frecuencia este artículo sobre negocios de futuro. Este año he incorporado las últimas tendencias que ya despuntaban en 2018 y continúan haciéndolo en 2019 como la realidad aumentada los bitcoins y los sistemas de seguridad derivados o el Edge Computing. Perdura el reinado de los smartphones, el big data, el marketing automation, las aplicaciones para generar engagement, la transformación digital, la economía colaborativa, el sector fintecho o la publicación de contenidos en Facebook y Google. Para la publicidad es de gran importancia ya que cada una de estas tendencias y estrategias experimenta año tras año avances en sus funcionalidades para la optimización de su objetivo.

Además “*La confianza del consumidor*” en las microempresarios y pequeños empresarios peruanos se sienten seguros y tranquilos. Su nivel de confianza para hacer negocios **alcanzó su nivel más alto en los últimos seis años**, de 68 puntos en octubre pasado, según el índice Mi banco en una escala de cero (nivel mínimo de confianza) a cien (máximo). Este resultado está cuatro

puntos por encima del promedio histórico y marca una tendencia optimista para los próximos meses. Las microempresas y pequeñas empresas (mypes) son de vital importancia para el crecimiento económico del Perú. Se estima que su aporte al producto bruto interno (PBI) es del 42,1%, y del 77% a la generación de empleo, según ESÁN. Por eso, es de gran importancia la calidad de servicio ya que se mantienen la confianza del consumidor por ello las buenas expectativas sobre la economía peruana. Por ejemplo, **el 54% espera que el Perú esté mejor dentro de un año en términos de crecimiento económico.** Los empresarios son los más optimistas (61%). Solo el 5% cree que la economía del Perú estará peor. (*Diario El comercio, 2012*)

En el ámbito ecológico: “*Legislación sobre reciclaje de residuos*” nos dice *El Diario El Peruano, 2017*. Uno de los grandes problemas es que los consumidores no tenemos dónde reciclar papel, metal, vidrio o plástico; y terminas juntándolo con otros residuos”, recuerda Gomero. Gracias a alianzas estratégicas con otras firmas, la asociación tiene 65 puntos de acopio de basura segregada en supermercados, grifos, tiendas. Por ello la calidad de servicio no es suficiente. La reglamentación dice que hay nueva Ley de Gestión Integral de Residuos Sólidos, en cuya reglamentación se trabaja. “Se exigirá que el ciudadano recicle; que las empresas y municipalidades cumplan su rol. Es un paso adelante que nos pone al nivel de los otros países en el mundo, donde el reciclaje es una obligación”, dice Gomero, quien subraya que, “por primera vez, se está incorporando en la agenda ambiental del gobierno el concepto de reciclaje y se está incorporando en disposiciones legales”.

Además “*Leyes de protección medioambiental*” la legislación sobre medio ambiente es muy amplia y compleja, por este motivo las organizaciones pequeñas pueden encontrar dificultades al cumplirla. De esta necesidad surge la norma ISO 14001, para facilitar el cumplimiento de la legislación ambiental. Las pymes suelen tener diferentes dificultades que atender, lo que le deja poco margen a la acción en todo que se no sea una prioridad. Si le añadimos las diferentes obligaciones que se aplican a las diferentes actividades, las numerosas autorizaciones, los registros y los requisitos que se encuentran relacionados con la prevención de impactos al medio ambiente. Se pueden alcanzar niveles de complejidad insospechados. (*Nuevas Normas ISO, 2018*)

En el ámbito legislativo: “*Leyes de competencia* nos dice *Andina (2008)* El pleno del Congreso aprobó esta tarde una disposición por la cual se establece que el Ministerio de la Producción es la única entidad estatal responsable de la promoción y el desarrollo de las cooperativas a nivel nacional. La norma transfiere también a este portafolio las funciones y competencias sobre la micro y pequeña empresa (mype). El presidente de la Comisión de Producción, Mype y Cooperativas del Congreso, José Urquiza Maggia, dijo que a la fecha no existe en el país un sector competente en materia de promoción y fomento de las cooperativas. Ello, aun cuando las mismas han sido reconocidas por la Organización de Naciones Unidas a través de la Organización Internacional del Trabajo. Aclaró que en muchos casos las cooperativas son similares a las micro, pequeñas y medianas empresas, en la medida en que generan puestos de trabajo y aportan al crecimiento de la economía nacional. En ese sentido, recordó que la POIT emitió la resolución 193 a través de la cual se

precisa que los gobiernos deberían establecer una política y un marco jurídico favorables a las cooperativas. Tras la aprobación de la norma, la Mesa Directiva del Congreso tomó en un breve acto el juramento de ley al legislador Eduardo Peláez Bardales (APRA), quien reemplaza a la fallecida legisladora Fabiola Salazar.

Además “*Legislación sobre salud y seguridad*” El establecimiento e implementación de un Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo - SGSST, tiene por finalidad contribuir a la mejora de las condiciones y factores que pueden afectar el bienestar de todas las personas que se encuentren dentro de las instalaciones de una empresa, a través de la inserción de todas aquellas medidas de prevención y protección que permitan salvaguardar la ocurrencia de accidentes laborales y enfermedades ocupacionales. Por ello la calidad de servicio del empleador deberá adoptar un enfoque del sistema de gestión en el área de seguridad y salud en el trabajo, el cual es obligatorio para los empleadores de todos los sectores económicos y de servicios; comprende asimismo, a todos los empleadores y los trabajadores bajo el régimen laboral de la actividad privada a nivel nacional; trabajadores y funcionarios del sector público; trabajadores de las Fuerzas Armadas y de la Policía Nacional del Perú, así como a trabajadores por cuenta propia. (*SUNAFIL, 2016*)

Se formuló la siguiente interrogante de investigación ¿Cómo se caracteriza la calidad de servicio en las MyPes del sector comercio rubro restaurantes: “CASO MIS TRES ROSITAS” – en el distrito de Corrales, año 2019? Por lo tanto, se elaboraron objetivos de investigación para dar solución al enunciado del problema. Objetivo General: Determinar la caracterización de

calidad de servicio en las MyPes del sector comercio rubro restaurantes: “CASO MIS TRES ROSITAS” – en el distrito de Corrales, año 2019. Y objetivos específicos: Identificar las características generales de la calidad de servicio de las MYPES del sector comercio rubro restaurantes: “CASO MIS TRES ROSITAS” – en el distrito de Corrales, año 2019. Conocer las características específicas de las MYPES del sector comercio rubro restaurantes: “CASO MIS TRES ROSITAS” – en el distrito de Corrales, año 2019.

En el campo de la justificación de la presente investigación se justifica en lo práctico, porque utiliza mecanismos que permite conocer y encaminar los aspectos de calidad de servicio.

Se justifica teóricamente porque contiene una apertura de conocimiento calidad de servicio teniendo como base el uso de herramienta práctica y de bajo costo que utilizan en sus empresas en el distrito de Corrales utilizando todos los procesos internos. *(Miller y Salkiu, 2002)*

Tiene una justificación metodológica para la aplicación sistematizada del proceso de la investigación encaminada a la detención de datos cuantitativas que determinan las características sin vulneración alguna y se recoja los datos en un solo momento en este caso restaurante MIS TRES ROSITAS en Corrales. *(Baptista, 2006)*

Institucionalmente este estudio beneficiara a la universidad, servirá de aportes para la biblioteca constituyéndose en una base de consultas para próximas investigaciones que realicen a futuras generaciones de estudiantes, además permitirá a la MyPe el manejo de negocio motivando al cambio, para una mejor prestación de los servicios. *(Baptista, 2006)*

Se justifica profesionalmente, a la medida en que me permitía obtener el título profesional de Licenciada en Administración.

II. REVISION DE LA LITERATURA:

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACION

Según, Flores, (2019). En su investigación “*Análisis de la publicidad engañosa en redes sociales facebook e instagram de establecimientos de comida rápida del norte de la ciudad de Guayaquil*”. Su investigación tiene como propósito Analizar la publicidad engañosa en las redes sociales Facebook e Instagram de establecimientos de comida rápida del norte de la ciudad de Guayaquil., con un diseño de investigación inductivo/deductivo; con una población de la parroquia Tarqui, que cuenta con 1’050.826, tomando en cuenta que nuestro grupo objetivo son hombres y mujeres de 15 a 65 años, que gustan de la comida rápida y son de nivel socioeconómico medio bajo y medio; utilizando como instrumento recolección de datos encuesta , concluyo Los negocios cualquiera que estos sean al utilizar este tipo de artimañas comerciales con el fin de ganar clientes y generar ventas. Está recurriendo sin duda a una serie de actos dolosos que le preceden a la publicidad engañosa. Pues al actuar con dolo se incurre a un delito mayor que es la estafa la cual es sancionada según el nuevo ordenamiento penal en el Ecuador, con hasta cinco años o más de reclusión mayor y esta varía si al realizarla se encuentran otros agravantes.

Además, López, (2018). En su investigación “*Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy’s de la ciudad de Guayaquil*”. Su investigación tiene como propósito determinar la relación de la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes del restaurante Rachy’s de la ciudad de Guayaquil, con un diseño de investigación basó en un enfoque mixto, en lo cuantitativo se seleccionó un modelo Servqual, con una población

de clientes, utilizando como instrumento encuestas dirigidas a los clientes que consumen en el restaurante Rachy's, concluyo En el estudio realizado se permitió identificar los factores importantes en la calidad del servicio como son: respuesta inmediata, trato personalizado, instalaciones, maquinarias y equipos modernos. Y se permite demostrar que existen clientes satisfechos con las instalaciones, la comida, los equipos y la confiabilidad de parte del personal. Existen clientes insatisfechos en el restaurante Rachy's se evidenció que el personal de servicio no brinda un trato personalizado, no se encuentran capacitados y el restaurante cuenta con pocos empleados y esto hace que el servicio no sea rápido. Se pudo comprobar que existe una relación significativa positiva entre la calidad del servicio y la satisfacción al cliente, esto significa que si aumenta la calidad del servicio va aumentar la satisfacción al cliente o si es que disminuye la calidad de servicio disminuye la satisfacción al cliente.

Según, Pintado, (2018). En su investigación *“Caracterización de la calidad del servicio al cliente y rentabilidad en las MyPes en el sector servicio, rubro restaurantes del distrito de Pampas de Hospital – Tumbes, 2017”*.su investigación tiene como propósito Determinar y describir la caracterización de la calidad del Servicio al Cliente y rentabilidad de las MyPes en el Sector Servicio, Rubro Restaurantes del Distrito de Pampas de Hospital – Tumbes, 2017, con un diseño de investigación descriptiva, de nivel cuantitativo, diseño no experimental y de corte transversal; población por trece restaurantes del distrito de Pampas de Hospital, año 2017; utilizando como instrumento recolección de datos aplicación de fórmula estadística, aplicando la Teoría de Análisis de las Variables; concluyo Según opinión de los clientes, se identificó

que es buena la calidad de los alimentos brindados por los Restaurantes del Distrito de Pampas de Hospital, ya que su durabilidad o conservación es adecuada, poseen las características frío/caliente de acuerdo el tipo de plato, siendo de este modo, buenas las probabilidades de recomendación a otros comensales; asimismo, los clientes muestran conformidad con los puntos de cocción, sabor y atributos básicos contenidos en los alimentos, indicando asimismo, que son confiables para el consumo humano, a lo que se suma, la buena estética observada en la presentación de los platos y la eficiente calidad de atención mostrada por los trabajadores de la empresa en el momento de recoger los pedidos.

Asimismo, Cherre & Porras (2017). *“Calidad en el servicio y satisfacción del cliente del servicio de administración tributaria en la municipalidad provincial de tumbes 2017”*. Su investigación tiene como propósito describir Cómo es la Calidad en el servicio y satisfacción del cliente del Servicio de Administración Tributaria en la Municipalidad Provincial de Tumbes, 2017?, con un diseño de investigación tipo descriptiva – correlacional; con una población 84 contribuyentes de la Municipalidad; utilizando como instrumento recolección de datos encuesta , concluyo restaurante Se demostró que la confiabilidad y atención personalizada del Servicio de Administración Tributaria de la Municipalidad Provincial de Tumbes 2017, es buena en promedio para un 51% de los encuestados.

Según 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”*. Su investigación tiene como propósito

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 un diseño de investigación tipo descriptiva – correlacional; con una población de clientes; utilizando como instrumento recolección de datos encuesta al cliente, concluyo En el Restaurant Pizza Hut- Lima; de un total de 356 comensales encuestados 255 estuvieron de acuerdo con el nivel de calidad del servicio en el restaurante; sin embargo, 101 de ellos manifestaron su desacuerdo con este proceso. Es importante destacar que en promedio 157, manifestaron que los productos que vende dicho restaurante son de buena calidad sin embargo, 199 de ellos afirman su desacuerdo con respecto a los productos ofrecidos por este restaurante.

Asimismo, Aguirre (2016). En su investigación *“Influencia de la publicidad en la conducta de compra del consumidor en la empresa corporación Perú s.a. de ciudad de Huánuco – 2015”*. Su investigación tiene como propósito Cómo influye la publicidad en la conducta de compra en el consumidor de la empresa CORPORACIÓN PERÚ S.A. de la Ciudad de Huánuco, con un diseño de investigación descriptivo, así como los siguientes métodos: deductivo – inductivo, analítico – sintético.; con una población de 86,995 habitantes según último censo realizado por el INEI; utilizando como instrumento recolección de datos encuesta, concluyo Según el resultado de las encuestas obtenidas, la mayor parte de las personas si conocen el verdadero significado de la publicidad, y que está representado por el 60% de las personas encuestadas en esta investigación.

Seguido de Martínez (2016). En su investigación *“Calidad del servicio*

y satisfacción del cliente en restaurantes de comida marina Chimbote, 2016". En su investigación tiene como propósito determinar la relación que existe entre calidad del servicio y satisfacción del cliente, desde la perspectiva de sus expectativas y percepciones, en las MYPE del sector servicios-rubro restaurantes de comida marina en el distrito de Chimbote, 2016, con un diseño de investigación, de tipo no experimental y de nivel cuantitativo-transversal correlacional, con una población constituida por 127 clientes de restaurantes de comida marina, utilizando como instrumento de recolección de datos encuesta, elaborada con la metodología servqual, concluyo como el valor de significación observada del coeficiente de correlación de Spearman $p = 0.000$ es menor al valor de significación teórica $\alpha = 0.05$, se rechaza la hipótesis nula. Ello significa que la empatía de la calidad de servicio se relaciona con la satisfacción de los clientes de las MYPE del sector servicios-rubro restaurantes de comida marina en el distrito de Chimbote, 2016, además observando el signo positivo de la correlación, ambas variables están relacionadas de manera positiva (o directa). Por lo tanto, se acepta la cuarta hipótesis específica de investigación.

Por otra parte, Chagna (2016). En su investigación "*Marketing viral y su relación con la publicidad en el restaurante Krap's – Chiclayo 2015*". Su investigación tiene como propósito determinar la relación del marketing viral con la publicidad para el restaurant Krap's en la ciudad de Chiclayo. Con un diseño de investigación correlacional y no experimental; con una población 68 clientes.; utilizando como instrumento la encuesta, además se trabajara con cuestionarios como instrumento de recolección de datos en cuadros y gráficos

usando Microsoft Excel y SPSS. , concluyo Cuyo viral promover la viabilidad en relación con la publicidad de grandes y medianas organizaciones ha sido una victoria, debido a las comunidades informales más conocidas en la web, cuyos resultados fueron marcado, publicidad, cartera de clientes, fidelidad, información y ubicación de la organización.

De igual manera, Cruz (2016). En su investigación “*La calidad del servicio y su incidencia en la satisfacción del cliente del restaurante la huerta-Puno, periodo 2015*”. Su investigación tiene como propósito analizar el nivel de satisfacción del cliente en base a la evaluación de la calidad de servicio utilizando el modelo SERVQUAL, determinando los niveles de expectativas y percepciones de los clientes frente al servicio para luego dar propuestas de mejora de calidad de servicio, con un diseño de investigación descriptivo-correlacional, de diseño no experimental, cuantitativo, deductivo, con una población de clientes, utilizando como instrumento la observación, la revisión de documentación y cuestionario empleando la herramienta del modelo SERVQUAL, concluyo A través del desarrollo de esta investigación, se reveló que el restaurante “La huerta”, ofrece un servicio regular con respecto a calidad de servicio, atendiendo moderadamente las necesidades de sus clientes, debido a que se identificó la existencia de aspectos que inciden de manera desfavorablemente en el nivel de satisfacción de los clientes, como se dio de manera gradual en la dimensión de Capacidad de respuesta (2,93) y seguridad (2,79), relacionado a la prestación del servicio de forma rápida, eficiente y sobre todo con la habilidad de poder transmitir confianza hacia nuestros clientes.

De igual manera, Mondragón & Silva (2016). En su investigación

“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”. Su investigación tiene como propósito mejorar la calidad del servicio como estrategia de marketing, con la interrogante: ¿Una propuesta de gestión como estrategia de marketing tendrá influencia en la calidad del servicio en el restaurant campestre “El Huerto del Sabor” de la localidad de San Juan de la Virgen – Tumbes?, con un diseño de investigación no Experimental - Transversal. A nivel Descriptiva y se aplicó los métodos Inductivo- Deductivo y Analítico- Sintético, con una población 80 comensales aleatoriamente, de diferentes edades y estatus social, utilizando como instrumento una encuesta, concluyo Dentro de los componentes de la Calidad del Servicio en el Restaurant Campestre “El Huerto del Sabor” de la Localidad de San Juan de la Virgen– Tumbes, se han podido identificar los principales que se aplican, 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.

Asimismo, Villalba (2016). En su investigación *“Análisis de calidad del servicio y atención al cliente en Azuca Beach, Azuca Bistro y q restaurant, y sugerencias de mejora”*, Su investigación tiene como propósito evaluar la calidad en el servicio y atención al cliente de tres restaurantes: “Azuca Beach”, “Azuca Latin Bistro” y “Q restaurant”, con un diseño de investigación tipo descriptiva, con una población de clientes tanto internos como externos,

utilizando como instrumento de encuesta, concluyo La mayor fortaleza de los tres establecimientos es el ambiente y la limpieza del lugar; la decoración, y el tipo de música de cada uno de los restaurantes influyen en el ambiente. Mientras que las debilidades detectadas fueron: la amabilidad del personal, la presentación y elaboración de bebidas y la rapidez del servicio, las cuales deben ser mejoradas una vez puesta en marcha la propuesta, ya que estos son puntos fundamentales para una buena calidad en atención al cliente.

Por consiguiente, Benalcar (2016). En su investigación “*Campaña publicitaria para dar a conocer el restaurante sazón costeño ubicado en la parroquia de Guayllabamba en el dmq.2016*”. Su investigación tiene como propósito crear una campaña publicitaria para dar a conocer el restaurante sazón costeño ubicado en la parroquia de Guayllabamba en el DMQ. 2016, con un diseño de investigación tipo descriptiva – correlacional; con una población de clientes; utilizando como instrumento recolección de datos encuesta, concluyo el objetivo principal es elaborar una campaña publicitaria para dar a conocer el restaurante sazón costeño ubicado en la parroquia de Guayllabamba en el DMQ en el año 2016.

Además, Marchán (2015). En su investigación “*Evaluación de la calidad del servicio del hotel “Feijoo” de la ciudad de tumbes, utilizando estándares derivados de las buenas prácticas, en el año 2014*”. Su investigación tiene como propósito evaluar la calidad del servicio del “Hotel Feijoo” de la ciudad de Tumbes, utilizando estándares derivados de las buenas prácticas, con un diseño de investigación tipo cualitativo- cuantitativo, de nivel descriptivo, transversal, con una población del personal de la empresa, utilizando como

instrumento como la observación, la entrevista y la aplicación de cuestionarios, concluyo El personal que conforma el equipo de trabajo de la empresa, no cuenta con la preparación necesaria para desempeñarse en un hotel, ya que en su mayoría su formación llega hasta la educación secundaria; sin embargo existe una supervisión y dirección constante y se llevan a cabo algunas capacitaciones a cargo de la administradora, la calidad del hotel es buena. Por otro lado, el personal está conformado heterogéneamente, quienes en su mayoría son gente de la zona, elemento positivo tanto para la estabilidad de la empresa como para la comunidad, ya que la empresa es una fuente de trabajo para la comunidad.

Seguido de Droguett, (2012).En su investigación *“Calidad y satisfacción en el servicio a clientes de la industria automotriz: análisis de principales factores que afectan la evaluación de los cliente”*. Su investigación tiene como propósito cuáles son las principales causas de insatisfacción en el servicio de la industria automotriz, saber qué es que es más importante que salga bien para los clientes a la hora de decidir si la experiencia de servicio fue satisfactoria o no, con un diseño de investigación, con una población de clientes, utilizando como instrumento de encuestas, concluyo En un contexto donde la competencia dentro de la industria automotriz se hace cada vez más dura, las experiencias de servicio y, en consecuencia, las evaluaciones que los clientes hacen de las mismas, cobran gran relevancia. 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.

2.2. BASES TEORICAS Y CONCEPTUALES

2.2.1. CALIDAD DE SERVICIO

2.2.1.1.DEFINICIÓN

Según *Zeithaml y Berry (1998)* consideran que la cantidad de servicio consiste en la discrepancia entre los deseos de los usuarios acerca del servicio y la percepción del servicio recibido.

Por otro lado, *Ruiz (2001)* describe la calidad de servicio como una forma de actitud. Relacionada pero no equivalente a la satisfacción, donde el cliente compara sus expectativas con lo que recibe una vez que ha llevado a cabo la transacción.

Para *Kotler (1997)* ha considerado que la calidad de servicio es un beneficio que una parte ofrece a otra; son esencialmente intangibles y no dan lugar a la propiedad de ninguna cosa. Su producción puede estar vinculada o no con un producto físico”.

2.2.1.2.CARACTERÍSTICAS

Según *Aniorte (2013)*, algunas de las características que se deben seguir y cumplir para un correcto servicio de calidad, son las siguientes:

- Debe cumplir sus objetivos
- Debe servir para lo que se diseñó
- Debe ser adecuado para el uso
- Debe solucionar las necesidades
- Debe proporcionar resultados

Así mismo, existen otras características más específicas mencionadas por Paz (citado en Verdú, 2013), las cuales estarán a cargo del personal que labora en las entidades, ya que son habilidades necesarias, sobre todo para aquellos que están en contacto directo con los clientes, estas pueden ser:

- Formalidad: honestidad en la forma de actuar, la capacidad para comprometerse en los asuntos con seriedad e integridad
- Iniciativa: ser activo y dinámico, con tendencia a actuar en las diferentes situaciones y dar respuesta rápida a los problemas.
- Ambición: tener deseos inagotables por mejorar y crecer; es decir, tener afán de superación.
- Autodominio: tener capacidad de mantener el control de emociones y del resto de aspectos de la vida.
- Disposición de servicio: es una disposición natural, no forzada, a atender, ayudar, servir al cliente de forma entregada y con dignidad.
- Don de gentes: tener capacidad para establecer relaciones calidad y afectuosas con los demás, y además, disfrutarlo.
- Colaboración: ser una persona que gusta de trabar en equipo, le agrada trabajar con otros para la consecución de un objetivo en común.
- Enfoque positivo: es la capacidad para ver el lado bueno de las cosas con optimismo.
- Observación: es la habilidad para captar o fijarse en pequeños detalles no siempre evidentes a todo el mundo.

2.2.2. MYPES

La ley N° 30056 de las MyPes, ley que modifica la antigua Ley N° 28015. Es una norma dada por el estado peruano con el único objetivo de impulsar la competitividad y promocionar el desarrollo de las micro y pequeñas empresas, como también lograr la formalización de estas, por eso, esta modificación cuenta con beneficios laborales y tributarios para apoyar el crecimiento y generación de nuevas fuentes de empleo, aportando así al PBI del país. La ley 28015 en su artículo 2° define a las MyPes como una unidad económica constituida por una persona natural o jurídica. La actual ley se dio bajo el Decreto Supremo N° 013-2013-PRODUCE, mediante esta ley se aprobó el TUO de la ley de impulso al desarrollo productivo y al crecimiento empresarial. Las micro, pequeñas y medianas empresas deben estar entre las categorías empresariales: Microempresas deben tener ventas anuales de 150 UIT (S/.592,500); Pequeña empresa deben tener ventas anuales por arriba de los 150 UIT (S/.592,500) y como máximo 1700 UIT (S/.6`715,000); y la Mediana Empresa deben tener ventas anuales superiores a 1700 UIT (S/.6`715,000) y como máximo 2300 UIT (S/.9`085,000). La ley 30056 elimina el número máximo de trabajadores como uno de los factores de calificación de las MyPes.

2.2.3. RESTAURANTES

Según el web-site *laroussecocina,mx (s.f.)* define a los restaurantes como “*establecimiento público en el que se sirven comidas, en menú o a la carta, a precios estipulados y a unas horas indicadas.*” La palabra francesa *restaurant*, aparecida en el siglo XVI, designó, en primer lugar, un alimento que restaura

(que repone las fuerzas). A partir de este sentido, que sobrevivió hasta el siglo XIX, se pasó al de “*establecimiento especializado en la venta de productos que restauran las fuerzas*” (*Dictionnaire de Trévoux, 1771*).

Hoy en día, la restauración fuera del hogar se organiza en diversas categorías: la de colectivos (empresas, escuelas, hospitales), en progresión constante, tanto a nivel cualitativo como cuantitativo; la comida rápida, con fondas, buffets y establecimientos de comida rápida al estilo estadounidense; y la restauración tradicional, que va desde una cafetería, hasta un restaurante de especialidad (tipo de cocina específica) o un restaurante gastronómico de gran prestigio.

III. HIPOTESIS DE LA INVESTIGACION

Dicho por *Fidias (2012)* no todas las investigaciones tienen hipótesis, ya que en los donde se van a describir ciertos conceptos o variables no se puede establecer hipótesis. Este estudio no se aplica hipótesis.

IV. METODOLOGIA

4.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

El estudio fue de tipo descriptiva, su proyecto es describir realidades, hechos, fenómenos, buscando especificar sus características. *(Rodríguez, 2010)*

4.2. NIVEL DE INVESTIGACIÓN

La investigación fue de nivel cualitativo, porque confirma la obtención de datos son manipuladores. *(Bernal, 2010)*

4.3. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

La investigación es de diseño no experimental dado que los datos se obtienen en un solo momento, no se manipulan y presentan la realidad. El diseño de la investigación será no experimental descriptivo, de corte transversal. *(Bernal, 2010)*.

Donde:

M: muestra conformada por los “Clientes de Mis Tres Rositas”

O: Observación de la variable: “Calidad de Servicio”

M **→** **O**

4.4. DEFINICIÓN DE VARIABLE Y OPERACIONALIZACIÓN

Cuadro 01. Operacionalización de las variables.

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS (PREGUNTA)	ESCALA DE MEDICIÓN
CALIDAD DE SERVICIO	Ruiz (2001) describe la calidad de servicio como una forma de actitud. Relacionada pero no equivalente a la satisfacción, donde el cliente compara sus expectativas con lo que recibe una vez que ha llevado a cabo la transacción.	Se pretenderá determinar, describir las características de localidad de servicio de las MYPES materia de investigación mediante la aplicación de una serie de interrogantes indicadores formuladores de preguntas.	CARACTERÍSTICAS GENERALES	Cumplimiento de objetivos.	¿Considera que el personal busca cumplir con los objetivos de la empresa?	NOMINAL
				Servir para lo que se diseñó.	¿Considera que los servicios y/o productos que ofrece la empresa son diseñados de acuerdo a las necesidades del cliente?	NOMINAL
				Adecuado para el uso.	¿Considera usted que los productos y/o servicios están a un alto nivel para el uso correspondiente?	NOMINAL
				Solucionar necesidades.	¿Considera que el personal soluciona alguna controversia o problema que presentan los clientes?	NOMINAL
				Proporciona resultados.	¿Considera que la participación, trato y orientación del personal proporciona resultados positivos para la empresa?	NOMINAL
			CARACTERÍSTICAS ESPECÍFICAS	Formalidad.	¿Considiera que existe capacidad de compromiso, seriedad e integridad dentro de la empresa?	NOMINAL
				Iniciativa.	¿Cree usted que el personal es activo y dinámico en la atención al cliente?	NOMINAL
				Disposición de servicio.	¿Considera que existe una disposición natural, no forzada, a atender a los clientes?	NOMINAL
				Colaboración.	¿Considera que existe trabajo en equipo, participación e involucramiento por parte de todos los trabajadores de la empresa?	NOMINAL
				Enfoque positivo.	¿Considera usted que existe optimismo y capacidad de ver el lado bueno de las cosas por parte de la empresa y el personal?	NOMINAL

FUENTE: Elaboración propia.

4.5. POBLACIÓN Y MUESTRA

Cuadro 02. Población de Investigación.

RAZON SOCIAL	PROPIETARIO
MIS TRES ROSITAS	1

FUENTE: Elaboración propia.

Población

P1: La población para la variable de calidad de servicio se considera infinita, la misma que está conformada por los clientes del restaurante Mis Tres Rositas.

Muestra:

Por otra parte, Hernández, Fernández y Baptista, (2010) dicen que cuando las poblaciones de variables son infinitas, entonces no se conocen las características de la población, por tanto, para determinar la muestra de la variable, se aplicó la siguiente fórmula estadística infinita:

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q}{e^2}$$

Dónde:

n = a ser estudiada

Z = considerado (para 90% de confianza Z= 1.645)

p = Probabilidad 0.5%

q = No probabilidad (donde Q= 1-P) q = 0.5%

e = Error permitido (10%)

Entonces la muestra se determinó de la siguiente manera:

$$n = \frac{(1.645)^2(0.50)(0.50)}{(0.1)^2}$$

$$n = \frac{(2.706025)(0.25)}{(0.01)}$$

$$n = \frac{0.67650}{0.01}$$

$$n = 67.65$$

$$n = 67.65$$

$$n = 68 \text{ clientes.}$$

La muestra asciende a 68 clientes para la variable calidad de servicio en las MYPES, sector servicio rubro restaurante CASO MIS TRES ROSITAS en el distrito de Corrales, 2019.

4.6. TECNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCION DE DATOS

4.6.1. Técnicas:

Para *Alelus López, & Rodríguez (s.f)* se empleó la técnica de la encuesta que consta de 10 interrogantes de investigación que se aplica a los clientes de restaurante MIS TRES ROSITAS en el distrito de Corrales, 2019.

4.6.2. Instrumentos:

Para *García, (2002)* El cuestionario viene a ser preguntas formulada de ordenada. De las dimensiones de la variable en investigación, que aborda la encuesta. Triangula mediante los objetivos específicos y el marco teórico de la investigación, con las respuestas que se obtienen de la muestra.

4.7. PLAN DE ANALISIS

Para *Alarcón & Gutiérrez* el plan de análisis detalla las medidas de la variable calidad de servicio y como serán presentadas, indicando modelos y técnicas estadísticas a usar. Escogió los datos mediante el instrumento (Encuesta), se tabularon y se graficaron de muestra ordenada de acuerdo a cada variable y sus dimensiones. Se empleó estadística descriptiva, calculando las frecuencias y porcentajes, se usó el programa de hojas de cálculo Excel 2013. Luego se realizó el análisis de instrumento, valido por expertos mediante la técnica (método de juicio por experto) por especialistas.

4.8. MATRIZ DE CONSISTENCIA

Cuadro 03. Matriz de Consistencia.

ENUNCIADO DEL PROBLEMA	OBJETIVOS DE INVESTIGACION	HIPOTESIS	METODOLOGIA
¿Cómo se caracteriza la calidad de servicio en las MyPes del sector servicio rubro restaurantes: "CASO MIS TRES ROSITAS" - distrito de Corrales, año 2019?	OBJETIVO GENERAL: • Determinar la caracterización de calidad de servicio en las MyPes del sector servicio rubro tiendas de restaurantes: "CASO MIS TRES ROSITAS" - distrito de Corrales, año 2019.	Dicho por Fidas (2012) no todas las investigaciones tienen hipótesis, ya que en los donde se van a describir ciertos conceptos o variables no se puede establecer hipótesis. Este estudio no se aplica hipótesis.	TIPO: DESCRIPTIVO. NIVEL: CUANTITATIVO. DISEÑO: NO EXPERIMENTAL. POBLACIÓN: INFINITA. MUESTRA: 68 CLIENTES DEL RESTAURANTE.
	OBJETIVO ESPECIFICO: Identificar las características generales de la calidad de servicio de las MYPES del sector servicio rubro restaurantes: "CASO MIS TRES ROSITAS" - distrito de Corrales, año 2019. Conocer las características específicas de las MYPES del sector servicio rubro restaurantes: "CASO MIS TRES ROSITAS" - distrito de Corrales, año 2019.		

FUENTE: Elaboración propia.

4.9. PRINCIPIOS ETICOS

Entendiendo a principio éticos como las reglas que sirven como guía para orientar la conducta. Existen, sin embargo, numerosos principios éticos compartidos a nivel social. *Pérez Porto & Merino (2013)*. En la presente investigación se tomarán en cuenta los siguientes principios éticos:

- **Accesibilidad:** Acercamiento o trato a las personas entrevistadas.
- **Búsqueda de la Verdad:** Forman a la mente, con lo que se dice os e siente.
- **Coherencia:** Relación de una cosa con otras.

- Compromiso: Palabra dada o fe.
- Perseverancia: Firmeza en la consecución de los propietarios

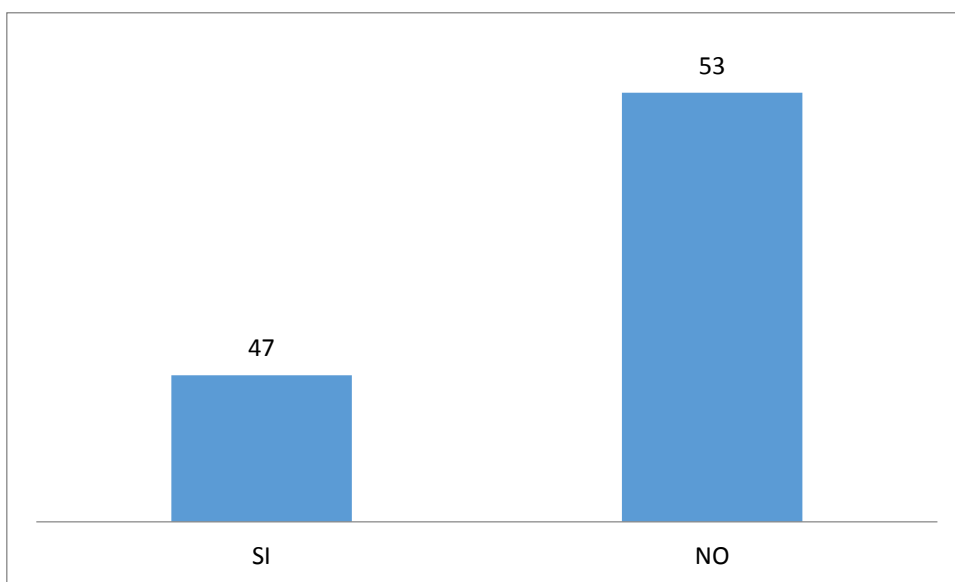
V. RESULTADOS

5.1. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

Tabla 01 y gráfico 01. ¿Considera que el personal busca cumplir con los objetivos de la empresa?

OPCIÓN	Fi	Hi (%)
SI	32	47
NO	36	53
TOTAL	68	100

FUENTE: Encuesta aplicada a los clientes del restaurante MIS TRES ROSITAS, 2019.

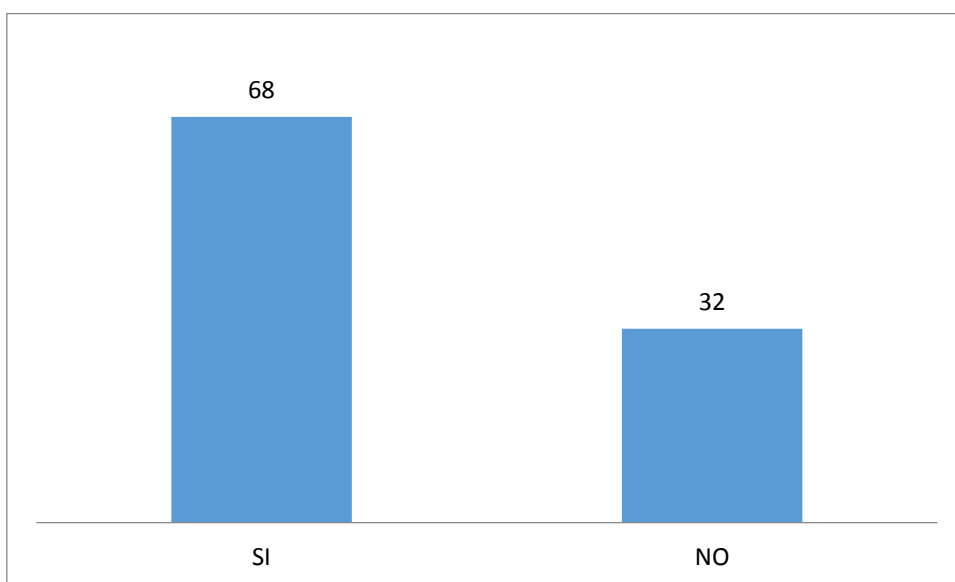


FUENTE: Elaboración propia.

Tabla 02 y gráfico 02. ¿Considera que los servicios y/o productos que ofrece la empresa son diseñados de acuerdo a las necesidades del cliente?

OPCIÓN	fi	Hi (%)
SI	46	68
NO	22	32
TOTAL	68	100

FUENTE: Encuesta aplicada a los clientes del restaurante MIS TRES ROSITAS, 2019.

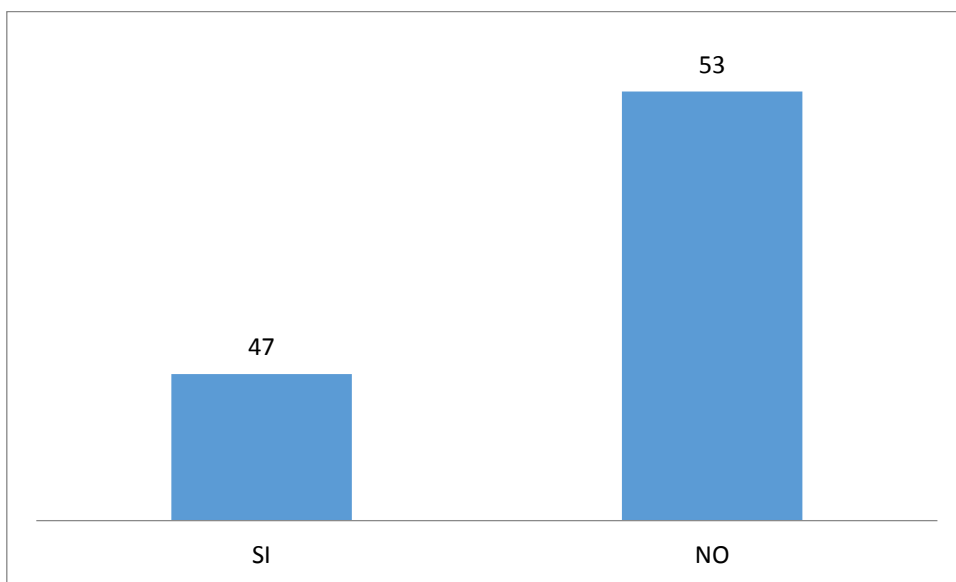


FUENTE: Elaboración propia.

Tabla 03 y gráfico 03. ¿Considera usted que los productos y/o servicios están a un alto nivel para el uso correspondiente?

OPCIÓN	fi	Hi (%)
SI	32	47
NO	36	53
TOTAL	68	100

FUENTE: Encuesta aplicada a los clientes del restaurante MIS TRES ROSITAS, 2019.

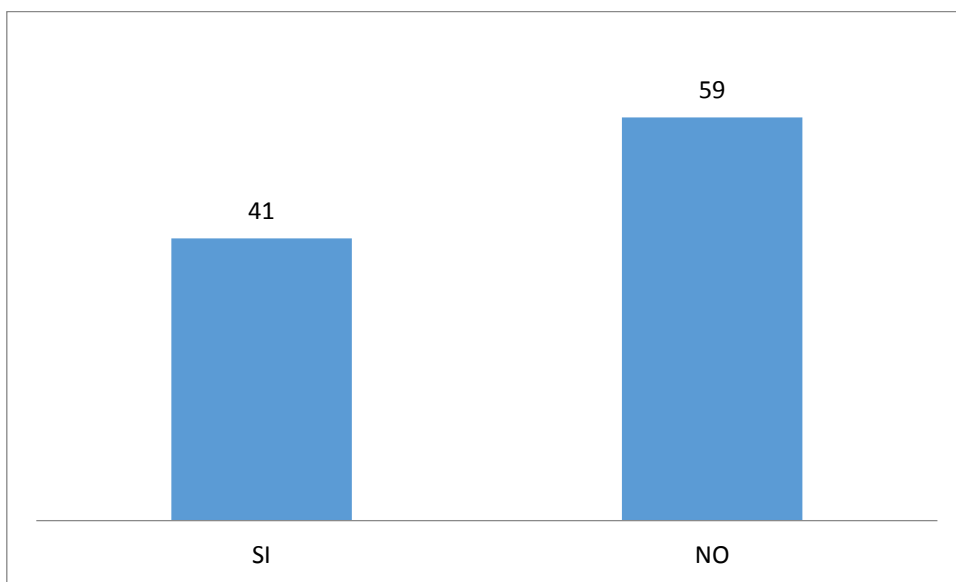


FUENTE: Elaboración propia.

Tabla 04 y gráfico 04. ¿Considera que el personal soluciona alguna controversia o problema que presentan los clientes?

OPCIÓN	fi	Hi (%)
SI	28	41
NO	40	59
TOTAL	68	100

FUENTE: Encuesta aplicada a los clientes del restaurante MIS TRES ROSITAS, 2019.

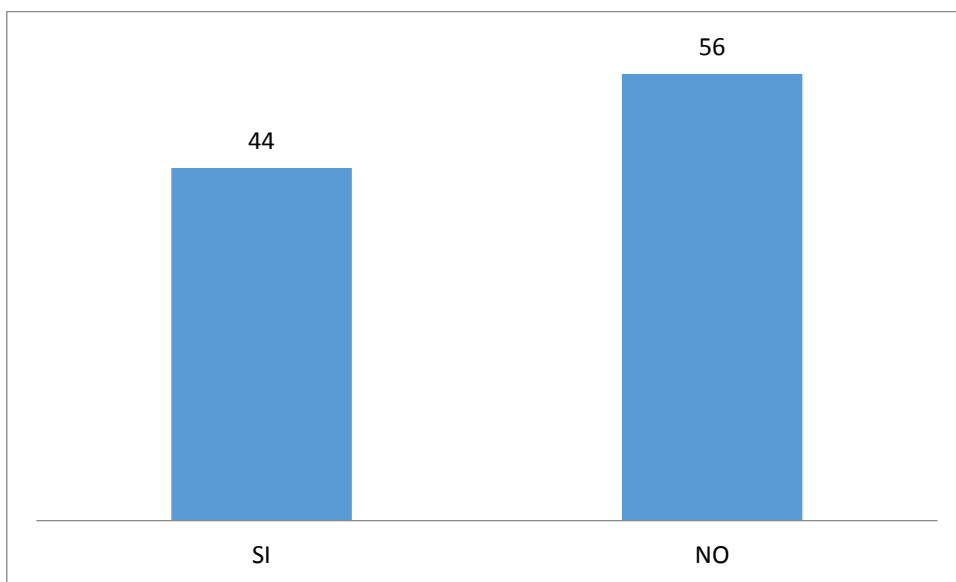


FUENTE: Elaboración propia.

Tabla 05 y gráfico 05. ¿Considera que la participación, trato y orientación del personal proporciona resultados positivos para la empresa?

OPCIÓN	fi	Hi (%)
SI	30	44
NO	38	56
TOTAL	68	100

FUENTE: Encuesta aplicada a los clientes del restaurante MIS TRES ROSITAS, 2019.

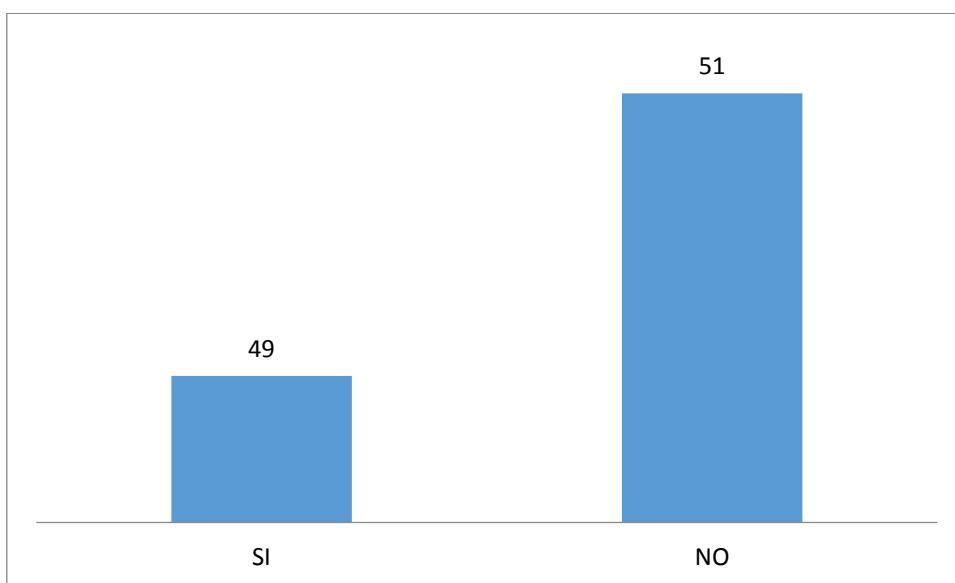


FUENTE: Elaboración propia.

Tabla 06 y gráfico 06. ¿Considera que existe capacidad de compromiso, seriedad e integridad dentro de la empresa?

OPCIÓN	fi	Hi (%)
SI	33	49
NO	35	51
TOTAL	68	100

FUENTE: Encuesta aplicada a los clientes del restaurante MIS TRES ROSITAS, 2019.

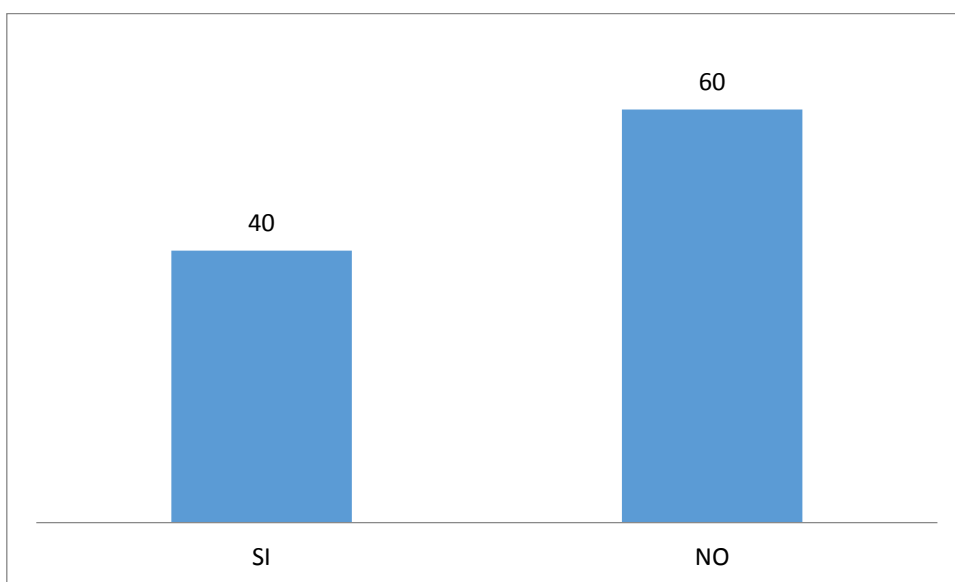


FUENTE: Elaboración propia.

Tabla 07 y gráfico 07. ¿Cree usted que el personal es activo y dinámico en la atención al cliente?

OPCIÓN	fi	Hi (%)
SI	27	40
NO	41	60
TOTAL	68	100

FUENTE: Encuesta aplicada a los clientes del restaurante MIS TRES ROSITAS, 2019.

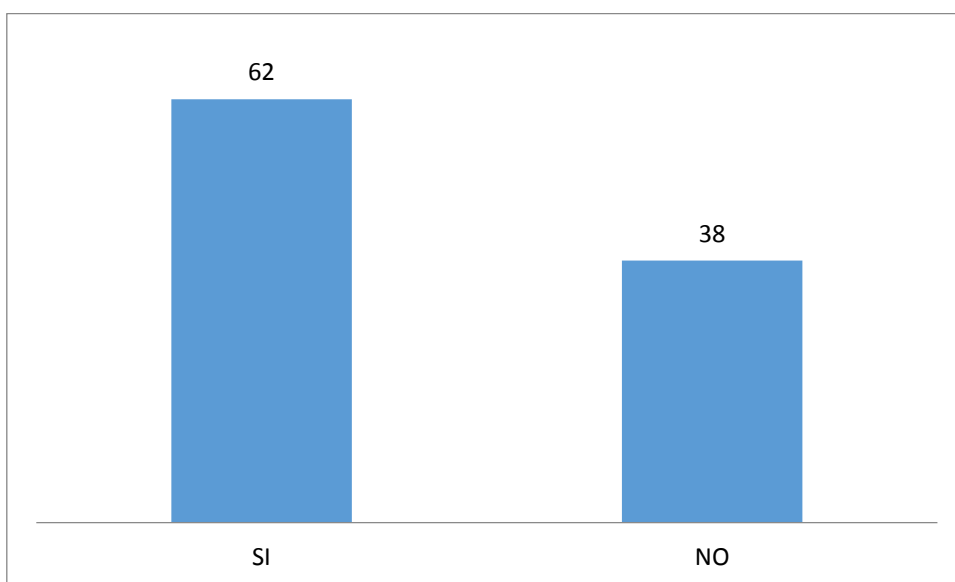


FUENTE: Elaboración propia.

Tabla 08 y gráfico 08. ¿Considera que existe una disposición natural, no forzada, a atender a los clientes?

OPCIÓN	fi	Hi (%)
SI	42	62
NO	26	38
TOTAL	68	100

FUENTE: Encuesta aplicada a los clientes del restaurante MIS TRES ROSITAS, 2019.

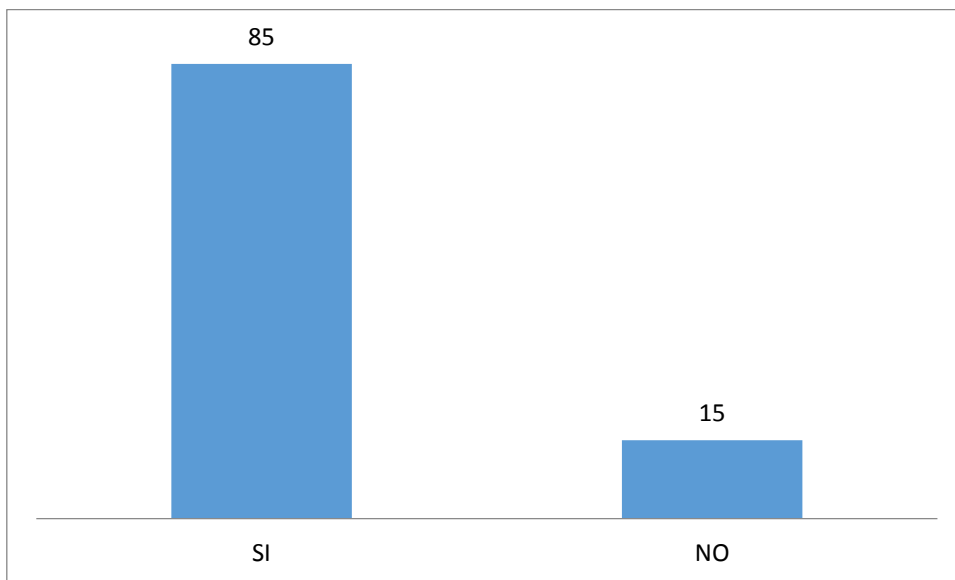


FUENTE: Elaboración propia.

Tabla 09 y gráfico 09. ¿Considera que existe trabajo en equipo, participación e involucramiento por parte de todos los trabajadores de la empresa?

OPCIÓN	fi	Hi (%)
SI	58	85
NO	10	15
TOTAL	68	100

FUENTE: Encuesta aplicada a los clientes del restaurante MIS TRES ROSITAS, 2019.

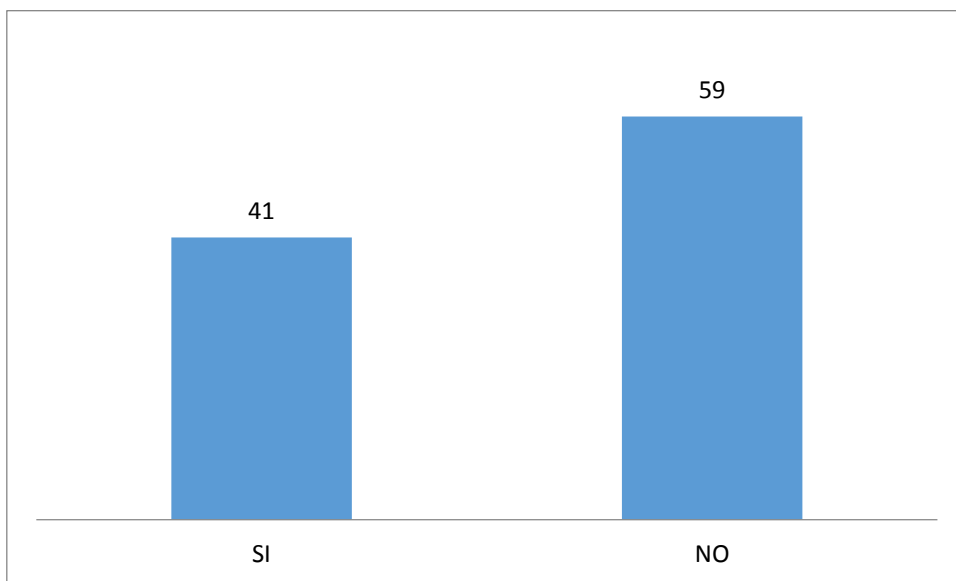


FUENTE: Elaboración propia.

Tabla 10 y gráfico 10. ¿Considera usted que existe optimismo y capacidad de ver el lado bueno de las cosas por parte de la empresa y el personal?

OPCIÓN	fi	Hi (%)
SI	28	41
NO	40	59
TOTAL	68	100

FUENTE: Encuesta aplicada a los clientes del restaurante MIS TRES ROSITAS, 2019.



FUENTE: Elaboración propia.

5.2. ANÁLISIS DE RESULTADOS

5.2.1. Respecto a la dimensión Características Generales de Calidad de Servicio:

En la tabla y gráfico 01, respecto a la calidad de servicio y su dimensión características generales al 100% (68) de clientes encuestados, el 47% (32) clientes que visitan el restaurante MIS TRES ROSITAS considera que el personal busca cumplir con los objetivos de la empresa y el 53% (36) considera que no.

En la tabla y gráfico 02, respecto a la calidad de servicio y su dimensión características generales al 100% (68) de clientes encuestados, el 68% (46) clientes que visitan el restaurante MIS TRES ROSITAS consideran que los servicios y/o productos que ofrece la empresa son diseñados de acuerdo a las necesidades del cliente y el 32% (22) considera que no.

En la tabla y gráfico 03, respecto a la calidad de servicio y su dimensión características generales al 100% (68) de clientes encuestados, el 47% (32) clientes que visitan el restaurante MIS TRES ROSITAS consideran usted que los productos y/o servicios están a un alto nivel para el uso correspondiente y el 36% (35) considera que no.

En la tabla y gráfico 04, respecto a la calidad de servicio y su dimensión características generales al 100% (68) de clientes encuestados, el 41% (28) clientes que visitan el restaurante MIS TRES ROSITAS consideran que el personal

soluciona alguna controversia o problema que presentan los clientes y el 59% (40) considera que no.

En la tabla y gráfico 05, respecto a la calidad de servicio y su dimensión características generales al 100% (68) de clientes encuestados, el 44% (30) clientes que visitan el restaurante MIS TRES ROSITAS consideran que la participación, trato y orientación del personal proporciona resultados positivos para la empresa y el 56% (38) considera que no.

5.2.2. Respecto a la dimensión Características Específicas de Calidad de Servicio:

En la tabla y gráfico 06, respecto a la calidad de servicio y su dimensión características específicas al 100% (68) de clientes encuestados, el 49% (33) clientes que visitan el restaurante MIS TRES ROSITAS consideran que existe capacidad de compromiso, seriedad e integridad dentro de la empresa y el 51% (35) considera que no.

En la tabla y gráfico 07, respecto a la calidad de servicio y su dimensión características específicas al 100% (68) de clientes encuestados, el 40% (27) clientes que visitan el restaurante MIS TRES ROSITAS consideran que el personal es activo y dinámico en la atención al cliente y el 60% (41) considera que no.

En la tabla y gráfico 08, respecto a la calidad de servicio y su dimensión características específicas al 100% (68) de clientes encuestados, el 62% (42) clientes que visitan el restaurante MIS TRES ROSITAS consideran que existe una disposición natural, no forzada, a atender a los clientes y el 38% (26) considera que no.

En la tabla y gráfico 09, respecto a la calidad de servicio y su dimensión características específicas al 100% (68) de clientes encuestados, el 85% (58) clientes que visitan el restaurante MIS TRES ROSITAS consideran que existe trabajo en

equipo, participación e involucramiento por parte de todos los trabajadores de la empresa y el 15% (10) considera que no.

En la tabla y gráfico 10, respecto a la calidad de servicio y su dimensión características específicas al 100% (68) de clientes encuestados, el 41% (28) clientes que visitan el restaurante MIS TRES ROSITAS consideran usted que existe optimismo y capacidad de ver el lado bueno de las cosas por parte de la empresa y el personal y el 59% (40) considera que no.

VI. CONCLUSIONES

6.1. Respecto a la dimensión Características Generales de Calidad de Servicio:

- Se identificó que las características generales que los clientes que visitan el restaurante MIS TRES ROSITAS manifestaron que el personal no cumple con los objetivos de la microempresa, en relación a que no se les atiende correctamente por parte del personal no orientan adecuadamente sobre los platos y bebidas que ofrecen, considerando que los productos alimenticios que ofrecen no presentan un nivel alto en su incidencia en la sazón y presentación de los mismo, perdiendo representatividad y fidelidad de los clientes, además se identificó que el personal al no orientar adecuadamente a los clientes no generan resultados favorables a la empresa, por lo tanto se concluye que los clientes no son satisfechos y su nivel de calidad de servicio es promediamente bajo frente a su competencia directa.

6.2. Respecto a la dimensión Características Específicas de Calidad de Servicio:

- Se identificó que las características específicas que los clientes que usualmente visitan el restaurante MIS TRES ROSITAS, se concluye que no existe capacidad de integridad, formalidad y compromiso por parte de los mozos, es por ello que las características necesarias para atender a los clientes son negativas, mostrando un personal inactivo y sin iniciativa a la atención en calidad de servicio, existe participación por parte de los trabajadores entre ellos mismo debido a que coordinan para que las mesas sean atendidas, pero

al momento de brindar los servicios no se refleja en la atención brindada, cabe indicar que existe un disposición forzada en la atención el cual es un aspecto negativo para la empresa, permitiendo no lograr alcanzar los estándares que los clientes quisieran alcanzar y satisfacer.

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Aguirre; E. (2016). *“Influencia de la publicidad en la conducta de compra del consumidor en la empresa corporación Perú s.a. de ciudad de Huánuco – 2015”*. (Pág. 86). Universidad Católica los Ángeles Chimbote, Escuela Profesional de Administración. Recuperado de: http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/5927/influencia_publicidad_aguirre_evaristo_elio_polis.pdf?sequence=1&isallowed=y
- Alcázar (2019) *“Perspectivas del Perú para el 2019. Oportunidades y riesgos”*. Recuperado de: <https://semanaeconomica.com/desdeelsurperuano/2019/02/25/perspectivas-para-el-2019/>
- Aministración del mantemiento. (s.f). *“El concepto del servicio y su calidad”*. Recuperado de: <https://sites.google.com/site/adm6aromero/home/1-introduccion-a-la-conservacion-industrial/1-2-1-el-concepto-del-servicio-y-su-calidad>
- Andina (2008) *“MyPe y cooperativas serán competencia de Produce, según ley aprobada en el pleno”*. Recuperado de: <https://andina.pe/agencia/noticia.aspx?id=196929>
- Andina, (2017). *“Las start-ups son la nueva fuente de desarrollo en el Perú”* Recuperado de: <https://andina.pe/agencia/noticia-las-startups-son-nueva-fuente-desarrollo-el-peru-651613.aspx>
- Benalcazar, D. (2016). *“Campaña publicitaria para dar a conocer el restaurante sazón costeño ubicado en la parroquia de Guayllabamba en el DMQ.2016”*. (Pág. 103). Instituto tecnológico cordillera, carrera de administración de marketing interno y externo. Recuperado de: <http://www.dspace.cordillera.edu.ec/bitstream/123456789/2029/1/7-emp-mk-15-16-1720277902.pdf>

- Castillo (2019) “*TLC entre Perú y EE.UU. cumple 10 años de vigencia: ¿Cuál ha sido su impacto?*” Recuperado de: <https://elcomercio.pe/economia/peru/tlc-peru-estados-unidos-cumple-10-anos-vigencia-sido-impacto-exportaciones-comex-mincetur-noticia-603978>
- Chagna, J. (2016). “*Marketing viral y su relación con la publicidad en el restaurante Krap’s –Chiclayo 2015*”. (Pág. 111). Universidad Señor de Sipán, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Académico Profesional de Administración. Recuperado de: http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/5927/INFLUENCIA_PUBLICIDAD_AGUIRRE_EVARISTO_ELIO_POLIS.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Cherre, M & Porras, L. (2017). “*Calidad en el servicio y satisfacción del cliente del Servicio de Administración Tributaria en la Municipalidad Provincial de Tumbes – 2017*”. (Pág. 93). Universidad Nacional de Tumbes, Facultad de Ciencias Económicas; Título de Licenciado en Administración. Recuperado de: <http://repositorio.untumbes.edu.pe/bitstream/handle/UNITUMBES/304/TESIS%20-%20CHERRE%20%20Y%20PORRAS.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Con letra grande. (2018). “*¿Cómo afecta la retención de impuestos a las pymes?*”. Recuperado de: <https://www.conletragrande.cl/mi-empresa/como-afecta-la-retencion-de-impuestos-a-las-pymes>
- Coronel, C. (2016). “*Calidad de servicio y grado de satisfacción del cliente en el restaurant Pizza Hut en el centro comercial mega plaza Lima; 2016*”. (Pág. 130). Universidad señor de Sipán, Escuela Académico Profesional de Administración, Título Profesional de Licenciado en Administración. Recuperado de: <http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/uss/2707/CAROLINA-SOLEDAD-CORONEL-ARCE%20TESIS.pdf?sequence=1>
- Cruz, R. (2016). “*La calidad del servicio y su incidencia en la satisfacción del cliente del restaurante la huerta- Puno, periodo 2015*”. (Pág. 103). Universidad Nacional del

Altiplano, Facultad de Ciencias Contables y Administrativas, Carrera Profesional de Administración. Recuperado de: file:///D:/Documents/ANTECEDENTES%20DE%20TESIS%20I/Cruz_Atamari_Rocio%20calidad%20de%20servicio%20nacional.pdf

Diario Uno. (2019). *“El poco uso de la tecnología en MyPes peruanas”*. Recuperado de: <http://diariouno.pe/columna/el-poco-uso-de-la-tecnologia-enmypes-peruanas/>

Droguett, Francisco (2012). *“Calidad y Satisfacción en el Servicio a Clientes de la Industria Automotriz: Análisis de Principales Factores que Afectan la Evaluación de los Cliente”*. (Pág. 74). Universidad de Chile, Facultad de Economía y Negocios, Escuela de Economía y Administración, Seminario para optar al Título de Ingeniero Comercial, Mención Administración. Recuperado de: <http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/108111/Droguett%20Jorquera%2C%20F.pdf?sequence=3>

El comercio, (2012). *“La confianza de las MyPes alcanzó su nivel más alto desde el 2006”*. Recuperado de: <http://archivo.elcomercio.pe/economia/peru/confianza-mypes-alcanzo-su-nivel-mas-alto-desde-2006-noticia-1495919>

Flores Guayaquil (2019). *“Análisis de la publicidad engañosa en redes sociales facebook e instagram de establecimientos de comida rápida del norte de la ciudad de Guayaquil”*. (Pág. 81) .Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil. Facultad de Ciencias Sociales y Derecho Carrera de Publicidad. Recuperado de: <http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/2639/1/T-ULVR-2435.pdf>

Galeon.com. (s.f.). *“Ventajas y desventajas de la calidad”*. Recuperado de: <http://calidadtotalbasico.galeon.com/productos2394473.html>

Gómez, D. (2016). *“Los 5 niveles de servicio y la consecuente reacción del cliente”*. Recuperado de: <https://bienpensado.com/5-niveles-de-servicio/>

- La vos de los emprendedores, (s.f). “*¿Tienes una MyPe? Conoce tus beneficios tributarios*”. Recuperado de: <https://www.pqs.pe/emprendimiento/mypes-beneficios-tributarios>
- López, D. (2018). “*Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy’s de la ciudad de Guayaquil*”. (Pág. 86).Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Sistema de Posgrado Maestría en Administración de Empresas, Previo a la obtención del Grado Académico de: Magíster en Administración de Empresas. Recuperado de: <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/9867/1/T-UCSG-POS-MAE-160.p>
- Maimónides, U. (s.f.). “*Calidad en el servicio. ¿Para qué?*” Recuperado de: <http://marketing.maimonides.edu/calidad-en-el-servicio-%C2%BFpara-que/>
- Marchan, Ripsi (2015). “*Evaluación de la calidad del servicio del hotel “Feijoo” de la ciudad de tumbes, utilizando estándares derivados de las buenas prácticas, en el año 2014*”. (Pág. 153). Universidad Católica los Ángeles Chimbote; Facultad de ciencias contables financieras y administrativas. Recuperado de: http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/244/RIPSI_CONSU ELO_%20MARCHAN_LOPEZ_CALIDAD_SERVICIO_HOTEL_FEIJOO.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Martínez, O. (2016). “*Calidad del servicio y satisfacción del cliente en restaurantes de comida marina Chimbote, 2016*”. (Pág. 103). Universidad Católica los Ángeles Chimbote, Escuela Profesional de Administración. Recuperado del [s:http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1756/CALIDAD_SERVICIO_MARTINEZ_CHAVEZ_RICHARD_OSCAR.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1756/CALIDAD_SERVICIO_MARTINEZ_CHAVEZ_RICHARD_OSCAR.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Molina (2014). “*Calidad de los Servicios*” Recuperado de: https://www.ecured.cu/Calidad_de_los_Servicios
- 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*”. (Pág. 95), Universidad nacional de Tumbes, Facultad de ciencias económicas, Tesis para obtener el título profesional de: licenciado en administración. Recuperado del sitio web: <http://repositorio.untumbes.edu.pe/bitstream/handle/UNITUMBES/94/TESIS%20-%20MONDRAGON%20Y%20SILVA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Moya M. (2016). *“Estrategia: Calidad De Servicio”*. Recuperado de: <https://www.revistalogistec.com/index.php/scm/estrategia-logistica/item/2278-estrategia-calidad-de-servicio>
- Nextu. (s.f.). *“6 ventajas de la publicidad digital que necesitas saber”*. Recuperado: <https://www.nextu.com/blog/6-ventajas-de-la-publicidad-digital-que-necesitas-saber/>
- Nueva - ISO. (2018). *ISO 14001 ¿Cuáles son las leyes que las empresas deben conocer?* Recuperado de: <https://www.nueva-iso-14001.com/2018/07/iso-14001-cuales-son-las-leyes-que-las-empresas-deben-conocer/>
- Pascualena, S. (2019). *“Tendencias de negocios con futuro en 2019”*. Recuperado de: <https://infoautonomos.economista.es/ideas-de-negocio/negocios-con-futuro/>
- Pintado, D. (2018). *“Caracterización de la calidad del servicio al cliente y rentabilidad en las MyPes en el sector servicio, rubro restaurantes del distrito de pampas de hospital – tumbes, 2017”*; (Pág. 97). Universidad Católica los Ángeles Chimbote; escuela profesional de administración. Recuperado de: http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3942/CALIDAD_D EL_SERVICIO_AL_CLIENTE_RENTABILIDAD_PINTADO_ALBERCA_DO RIS.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Pittaluga, A. M. (2018). *“5 estrategias para convertir la Calidad de Servicio en el estilo de vida de tu hotel o negocio”* Recuperado de: <http://anapittaluga.com/5-estrategias-para-convertir-la-calidad-de-servicio-en-el-estilo-de-vida-de-tu-hotel-o-negocio/>
- SUNAFIL (2016). *“Seguridad y Salud en el Trabajo”*. Recuperado de: <https://www.sunafil.gob.pe/seguridad-y-salud-en-el-trabajo.html>

Vadillo, J. (2017) “País por reciclar”. Recuperado del sitio web:
<https://elperuano.pe/noticia-pais-reciclar-61530.aspx>

Villalba, A. (2016). “Análisis de calidad del servicio y atención al cliente en Azuca Beach, Azuca Bistro y restaurant, y sugerencias de mejora”. (Pág. 105). Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Facultad de Ciencias Humanas Escuela de Hotelería y Turismo, Disertación Previa a la Obtención del Título de Ingeniería en Gestión Hotelera. Recuperado de:
<http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/11384/TESIS%20FINAL%20CON%20FORMATO%20DISE%C3%91ADO2.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

VIII. ANEXOS

ANEXOS 01: CRONOGRAMA DE ACTIVIDAD.

Actividades	2019												
	ABR		MAY					JUN				JUL	
	08	09-30	01-07	09-15	16-22	23-29	30-31	01-12	13	20	21-27	28	28
ELABORACIÓN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	X	X	X										
INICIO DE CLASE	X												
RECOJO DE DATOS				X									
PROCESAMIENTO DE DATOS					X								
ANÁLISIS DE DATOS						X							
ELABORACIÓN DE INFORME DE INVESTIGACIÓN							X	X					
ELABORACIÓN DE ARTÍCULO CEINTIFICO									X				
PREBANCA										X			
LEVANTAMIENTO DE OBSERVACIONES											X		
SUSTENTACIÓN												X	
TERMINO DE CLASE													X
TERMINO DE CLASE													X

Docente Tutor Investigador ESCOBEDO GALVEZ JOSE FERNANDO
 Escuela Profesional ADMINISTRACIÓN
 ULADECH Católica – TUMBES

ANEXO 02: PRESUPUESTO FINANCIAMIENTO

RUBRO	CANTIDAD	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
MATERIALES	01	Corrector	S/. 2.00	S/.2.00
	50	Hojas Bond	S/. 0.10	S/.5.00
	02	Lapicero	S/. 1.50	S/.3.00
	01	Resaltador	S/. 2.00	S/.2.00
	01	Engrapador	S/. 12.00	S/.12.00
			Grapas	S/. 3.00
SERVICIOS	10 Horas	Uso de Internet	S/.1.50	S/.15.00
	03	Refrigerios	S/.4.00	S/.12.00
	50	Fotocopias	S/.0.10	S/.5.00
	02	Impresión	S/.0.50	S/.1.00
TALLER CURRICULAR	01	Matricula y Anti plagio	S/.400	S/.400
	02	Pensión	S/.850	S/.1700
MOVILIDAD		Movilidad	S/.20	S/.20.00
TOTAL				S/. 2180

ANEXO 03: 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 **CARACTERIZACIÓN DE CALIDAD DE SERVICIO EN LAS MYPES DEL SECTOR SERVICIO RUBRO RESTAURANTES: “CASO MIS TRES ROSITAS” – EN EL DISTRITO DE CORRALES, AÑO 2019**, la información que usted proporcionará será utilizada solo con fines académicos y conservados con absoluta confidencialidad, por lo que se agradece su valiosa colaboración.

CALIDAD DE SERVICIO ITEMS (PREGUNTA)	OPC.	
	SI	NO
¿Considera que el personal busca cumplir con los objetivos de la empresa?		
¿Considera que los servicios y/o productos que ofrece la empresa son diseñados de acuerdo a las necesidades del cliente?		
¿Considera usted que los productos y/o servicios están a un alto nivel para el uso correspondiente?		
¿Considera que el personal soluciona alguna controversia o problema que presentan los clientes?		
¿Considera que la participación, trato y orientación del personal proporciona resultados positivos para la empresa?		
¿Considera que existe capacidad de compromiso, seriedad e integridad dentro de la empresa?		
¿Cree usted que el personal es activo y dinámico en la atención al cliente?		
¿Considera que existe una disposición natural, no forzada, a atender a los clientes?		
¿Considera que existe trabajo en equipo, participación e involucramiento por parte de todos los trabajadores de la empresa?		
¿Considera usted que existe optimismo y capacidad de ver el lado bueno de las cosas por parte de la empresa y el personal?		

FUENTE: Elaboración propia.

ANEXO 04: CONSTANCIA DE VALIDAD Y CONFIABILIDAD



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el (los) instrumento (s) de recolección de datos encuesta, elaborado y validado por los DTT's de la Escuela Profesional de Administración Filial Tumbes: **Mgtr. Lic. Adm. José Fernando Escobedo Gálvez y Mgtr. Lic. Adm. Ghenkis Amilcar Ezeurra Zavaleta**, referente a la calidad de servicio para efecto de la aplicación de los Tesistas para sus investigaciones referente a su población a encuestar, se elaboró interrogantes las cuales mediante revisión correspondiente se recomienda al Tesista tomar en cuenta el instrumento validado con la finalidad de optimizar los resultados.

Tumbes, Mayo del 2019.


ADM. Lic. José F. Escobedo Gálvez
CLAD N° 03720
Sello y Firma.


Sello y Firma.

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE									
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN									
TÍTULO: CALIDAD DE SERVICIO									
AUTORES: Mgtr. Lic. Adm. José Fernando Escobedo Gálvez y Mgtr. Lic. Adm. Ghenkis Amilcar Ezcurrea Zavaleta									
Orden	Pregunta	CRITERIOS DE EVALUACIÓN							
		¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Ex tendencioso ajuiscente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
10E	Identificar las características generales de la calidad de servicio de las MYPES del sector servicio rubro hospedajes, en el distrito Zorritos, 2019.								
1	¿Considera que el personal busca cumplir con los objetivos de la empresa?	/		/		/		/	
2	¿Considera que los servicios y/o productos que ofrece la empresa son diseñados de acuerdo a las necesidades del cliente?	/		/		/		/	
3	¿Considera usted que los productos y/o servicios están a un alto nivel para el uso correspondiente?	/		/		/		/	
4	¿Considera que el personal soluciona alguna controversia o problema que presentan los clientes?	/		/		/		/	
5	¿Considera que la participación, trato y orientación del personal proporciona resultados positivos para la empresa?	/		/		/		/	
30E	Conocer las características específicas de las MYPES del sector servicio rubro hospedajes, en el distrito Zorritos, 2019.								
6	¿Considera que existe capacidad de compromiso, seriedad e integridad dentro de la empresa?	/		/		/		/	
7	¿Cree usted que el personal es activo y dinámico en la atención al cliente?	/		/		/		/	
8	¿Considera que existe una disposición natural, no forzada, a atender a los clientes?	/		/		/		/	
9	¿Considera que existe trabajo en equipo, participación e involucramiento por parte de todos los trabajadores de la empresa?	/		/		/		/	
10	¿Considera usted que existe optimismo y capacidad de ver el lado bueno de las cosas por parte de la empresa y el personal?	/		/		/		/	


 /Dra. Mgtr. Lic. Adm. F. Escobedo Gálvez
 C.I. N° 03720



ANEXO 05: VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

ESCALA DE VALIDACIÓN DE JUICIO POR EXPERTOS																				
CALIDAD DE SERVICIO																				
Orden	Pregunta	CRITERIOS DE EVALUACIÓN																		
		¿Es pertinente con el concepto?				¿Necesita mejorar la redacción?				¿Es tendencioso asquiescente?				¿Se necesita más ítems para medir el concepto?						
		Expert o 1		Expert o 2		TOTAL		Expert o 1		Expert o 2		TOTAL		Expert o 1		Expert o 2		TOTAL		
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
OE01	Identificar las características generales de la calidad de servicio de las MYPES del sector servicio rubro hospedajes, en el distrito Zorritos, 2019.																			
1	¿Considera que el personal busca cumplir con los objetivos de la empresa?	1		1				1		1				1		1		1		8
2	¿Considera que los servicios y/o productos que ofrece la empresa son diseñados de acuerdo a las necesidades del cliente?	1		1				1		1				1		1		1		8
3	¿Considera usted que los productos y/o servicios están a un alto nivel para el uso correspondiente?	1		1				1		1				1		1		1		8
4	¿Considera que el personal soluciona alguna controversia o problema que presentan los clientes?	1		1				1		1				1		1		1		8
5	¿Considera que la participación, trato y orientación del personal proporciona resultados positivos para la empresa?	1		1				1		1				1		1		1		8
OE02	Conocer las características específicas de las MYPES del sector servicio rubro hospedajes, en el distrito Zorritos, 2019.																			
6	¿Considera que existe capacidad de compromiso, seriedad e integridad dentro de la empresa?	1		1				1		1				1		1		1		8
7	¿Cree usted que el personal es activo y dinámico en la atención al cliente?	1		1				1		1				1		1		1		8
8	¿Considera que existe una disposición natural, no forzada, a atender a los clientes?	1		1				1		1				1		1		1		8
9	¿Considera que existe trabajo en equipo, participación e involucramiento por parte de todos los trabajadores de la empresa?	1		1				1		1				1		1		1		8
10	¿Considera usted que existe optimismo y capacidad de ver el lado bueno de las cosas por parte de la empresa y el personal?	1		1				1		1				1		1		1		8
TOTAL		10		10				10		10				10		10		10		80
Escala evaluativa																				
Escala evaluativa EXCELENTE		4																		
Escala evaluativa BUENO		3																		
Escala evaluativa REGULAR		2																		
Escala evaluativa DEFICIENTE		1																		
Nivel																				
Escala evaluativa		4		Excelente	80/20 = 4				Escala evaluativa 16/4 = 4											
¿Es pertinente con el concepto?		4		Excelente	80/20 = 4															
¿Necesita mejorar la redacción?		4		Excelente	80/20 = 4															
¿Es tendencioso asquiescente?		4		Excelente	80/20 = 4															
¿Se necesita más ítems para medir el concepto?		4		Excelente	80/20 = 4															

RESUMEN LIBRO DE CÓDIGOS							
Nº	ITEM'S		1-12	Total	TOTAL	%	TOTAL%
1	¿Considera que el personal busca cumplir con los objetivos de la empresa?	SI	32	32	68	47	100
		NO	36	36		53	
2	¿Considera que los servicios y/o productos que ofrece la empresa son diseñados de acuerdo a las necesidades del cliente?	SI	46	46	68	68	100
		NO	22	22		32	
3	¿Considera usted que los productos y/o servicios están a un alto nivel para el uso correspondiente?	SI	32	32	68	47	100
		NO	36	36		53	
4	¿Considera que el personal soluciona alguna controversia o problema que presentan los clientes?	SI	28	28	68	41	100
		NO	40	40		59	
5	¿Considera que la participación, trato y orientación del personal proporciona resultados positivos para la empresa?	SI	30	30	68	44	100
		NO	38	38		56	
6	¿Considera que existe capacidad de compromiso, seriedad e integridad dentro de la empresa?	SI	33	33	68	49	100
		NO	35	35		51	
7	¿Cree usted que el personal es activo y dinámico en la atención al cliente?	SI	27	27	68	40	100
		NO	41	41		60	
8	¿Considera que existe una disposición natural, no forzada, a atender a los clientes?	SI	42	42	68	62	100
		NO	26	26		38	
9	¿Considera que existe trabajo en equipo, participación e involucramiento por parte de todos los trabajadores de la empresa?	SI	58	58	68	85	100
		NO	10	10		15	
10	¿Considera usted que existe optimismo y capacidad de ver el lado bueno de las cosas por parte de la empresa y el personal?	SI	28	28	68	41	100
		NO	40	40		59	

ANEXO 07: TURNITIN

TURNITIN - CYMS

INFORME DE ORIGINALIDAD



FUENTES PRIMARIAS

1	tlcusa-peru.blogspot.com Fuente de Internet	4 %
2	abjingenieros.com Fuente de Internet	4 %
3	pymealmundo.com.pe Fuente de Internet	4 %

Excluir citas Activo

Excluir bibliografía Activo

Excluir coincidencias < 4%