



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE  
CHIMBOTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**CALIDAD DE SERVICIO PARA LA SATISFACCIÓN DEL  
CLIENTE DE LA PEQUEÑA EMPRESA DEL RESTAURANT  
TURÍSTICO DIAMANTES DEL DISTRITO DE TUMBES, 2023**

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

**AUTOR**

**CLAVIJO PARDO, GEIDY STEFANY**

**ORCID: 0000-0001-6426-0221**

**ASESOR**

**DR. CENTURION MEDINA, REINERIO ZACARIAS**

**ORCID: 0000-0002-6399-5928**

**CHIMBOTE – PERÚ**

**2023**



**FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**ACTA N° 0087-061-2024 DE SUSTENTACIÓN DEL INFORME DE TESIS**

En la Ciudad de **Chimbote** Siendo las **18:40** horas del día **15** de **Enero** del **2024** y estando lo dispuesto en el Reglamento de Investigación (Versión Vigente) ULADECH-CATÓLICA en su Artículo 34º, los miembros del Jurado de Investigación de tesis de la Escuela Profesional de **ADMINISTRACIÓN**, conformado por:

**LIMO VASQUEZ MIGUEL ANGEL** Presidente  
**ZENOZAIN CORDERO CARMEN ROSA** Miembro  
**LLENQUE TUME SANTOS FELIPE** Miembro  
**Dr. CENTURION MEDINA REINERIO ZACARIAS** Asesor

Se reunieron para evaluar la sustentación del informe de tesis: **CALIDAD DE SERVICIO PARA LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE LA PEQUEÑA EMPRESA DEL RESTAURANT TURÍSTICO DIAMANTES DEL DISTRITO DE TUMBES, 2023**

**Presentada Por :**  
(2111131087) **CLAVIJO PARDO GEIDY STEFANY**

Luego de la presentación del autor(a) y las deliberaciones, el Jurado de Investigación acordó: **APROBAR** por **UNANIMIDAD**, la tesis, con el calificativo de **13**, quedando expedito/a el/la Bachiller para optar el TITULO PROFESIONAL de **Licenciada en Administración**.

Los miembros del Jurado de Investigación firman a continuación dando fe de las conclusiones del acta:

**LIMO VASQUEZ MIGUEL ANGEL**  
Presidente

**ZENOZAIN CORDERO CARMEN ROSA**  
Miembro

**LLENQUE TUME SANTOS FELIPE**  
Miembro

**Dr. CENTURION MEDINA REINERIO ZACARIAS**  
Asesor



## CONSTANCIA DE EVALUACIÓN DE ORIGINALIDAD

La responsable de la Unidad de Integridad Científica, ha monitorizado la evaluación de la originalidad de la tesis titulada: CALIDAD DE SERVICIO PARA LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE LA PEQUEÑA EMPRESA DEL RESTAURANT TURÍSTICO DIAMANTES DEL DISTRITO DE TUMBES, 2023 Del (de la) estudiante CLAVIJO PARDO GEIDY STEFANY, asesorado por CENTURION MEDINA REINERIO ZACARIAS se ha revisado y constató que la investigación tiene un índice de similitud de 0% según el reporte de originalidad del programa Turnitin.

Por lo tanto, dichas coincidencias detectadas no constituyen plagio y la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

Cabe resaltar que el turnitin brinda información referencial sobre el porcentaje de similitud, más no es objeto oficial para determinar copia o plagio, si sucediera toda la responsabilidad recaerá en el estudiante.

Chimbote, 23 de Febrero del 2024



Mgtr. Roxana Torres Guzman  
RESPONSABLE DE UNIDAD DE INTEGRIDAD CIENTÍFICA

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios, por darme la suficiente fuerza en finalizar mi trabajo de investigación y no rendirme frente a muchos tropiezos que se me atravesaron y brindarme los conocimientos necesarios para lograr un excelente trabajo.

A mi amado hijo por ser mi fuente de motivación para poder superar cada día más y así poder luchar por un futuro mejor.

## DEDICATORIA

Agradezco, a Dios porque ha estado presente en cada paso que doy, cuidándome y dándome fortaleza para continuar.

A mi amigo, el más admirable por ser un lindo persona, además darle las gracias por su recurrente apoyo hacía mí y ser parte importante del sacrificio que estado haciendo en todo este tiempo.

A mis padres, quienes creyeron en mí, dándome ejemplo de superación, humildad y sacrificio, enseñándome a valorar todo lo que tengo, porque han fomentado en mí, el deseo de superación y de triunfo en la vida. Lo que ha contribuido a la finalización de este logro

## INDICÉ GENERAL

Carátula.....	I
Agradecimiento .....	II
Dedicatoria.....	III
Indicé general .....	IV
Lista de tablas .....	V
Resumen .....	VI
Abstract.....	VII
I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	1
II. MARCO TEÓRICO.....	7
2.1 Antecedentes .....	7
2.2 Bases teóricas.....	15
2.3 Hipótesis .....	20
III. METODOLOGÍA.....	21
3.1 Tipo de Investigación.....	21
3.2 Población y Muestra .....	23
3.3 Variables. Definición y Operacionalización .....	25
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de información .....	27
3.6 Aspectos Éticos .....	28
IV. RESULTADOS .....	31
V. DISCUSIÓN .....	38
VI. CONCLUSIONES .....	46
VII. RECOMENDACIONES.....	48
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	49
ANEXOS.....	53
Anexo 01. Matriz de Consistencia.....	53
Anexo 02. Instrumento de recolección de información.....	54
Anexo 03. Validez del instrumento.....	57
Anexo 04. Confiabilidad del instrumento .....	69
Anexo 05. Formato de Consentimiento Informado .....	70
Anexo 06. Documento de aprobación de institución para la recolección de información ..	75
Anexo 07. Evidencias de ejecución (declaración jurada, base de datos) .....	76

## LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Características de los elementos tangibles de la Pequeña Empresa del Restaurant Turístico Diamantes del Distrito de Tumbes, 2023 .....	31
Tabla 2. Características de las habilidades de la fiabilidad de la Pequeña Empresa del Restaurant Turístico Diamantes del Distrito de Tumbes, 2023 .....	32
Tabla 3. Características de la capacidad de respuesta de la pequeña empresa del Restaurant Turístico Diamantes del Distrito de Tumbes, 2023 .....	33
Tabla 4. Características de las expectativas de los clientes de la Pequeña Empresa del Restaurant Turístico Diamantes del Distrito de Tumbes, 2023 .....	34
Tabla 5. Características valor percibido de los clientes de la Pequeña Empresa del Restaurant Turístico Diamantes del Distrito de Tumbes, 2023 .....	35

## RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo general: Determinar las características de la calidad de servicio para mejorar la satisfacción del cliente de la Pequeña Empresa del Restaurant Turístico Diamantes del Distrito de Tumbes, 2023. La investigación fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental, transversal, Para el recojo de información se utilizó una población clientes con una muestra de 384 clientes, a quienes se les aplicó un cuestionario de 15 preguntas a través de la técnica de la encuesta: Obteniendo los siguientes resultados, El 41.67% de los clientes respondieron que algunas veces los establecimientos de restaurante son visualmente atractivos, El 33.59% de los clientes respondieron que muy pocas veces los equipos con los que cuenta el restaurante son de apariencia moderna, El 52.08% de los clientes indicaron que algunas veces los empleados de restaurante están bien vestidos y aseados, El 65.10% de los clientes indicaron que casi siempre han experimentado mejoras en el servicio que brinda la empresa. Finalmente se llegó a la conclusión que la calidad de servicio es ineficiente, asimismo la empresa no presta sus servicios de manera adecuada a razón de que los servicios que ofrecen no son fiables, tampoco no muestra rapidez de atención, también la atención del personal muestra respeto en el proceso de atención y en el caso de su debilidad es que no existe orden en la presentación de los alimentos dispuestos al servicio.

**Palabras claves:** Calidad de servicio, Satisfacción al cliente, Microempresa

## ABSTRACT

The general objective of this research work is: Determine the characteristics of service quality to improve customer satisfaction of the Small Business of the Diamantes Tourist Restaurant in the District of Tumbes, 2023. The research was quantitative, descriptive level, design non-experimental, transversal, To collect information, a client population was used with a sample of 384 clients, to whom a questionnaire of 15 questions was applied through the survey technique: Obtaining the following results: 41.67% of customers responded that sometimes restaurant establishments are visually attractive, 33.59% of customers responded that very rarely the equipment the restaurant has is modern in appearance, 52.08% of customers indicated that sometimes employees restaurant workers are well dressed and neat. 65.10% of customers indicated that they have almost always experienced improvements in the service provided by the company. Finally, it was concluded that the quality of service is inefficient, also the company does not provide its services adequately because the services they offer are not reliable, nor does it show speed of attention, the attention of the staff also shows respect. in the care process and in the case of its weakness is that there is no order in the presentation of the food ready for service.

**Keywords:** Service quality, Customer satisfaction, Microenterprise

## **I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

En la actualidad la competencia en la gastronomía es un éxito en América latina, el factor calidad del servicio, en donde se ha dado un mayor interés y que permite perfeccionar siempre el servicio que se ofrece, centrándose en el aumento y fortalezas de la organización, apreciando también y deleitándose con las cualidades como empresa. A partir del año 2000 es desbordante el mercado y su competencia, esto ha causado el cierre de muchos restaurantes sin poder expandirse en el rubro gastronómico, analizando estos factores el restaurante Restaurant Turístico Diamantes ejecutar lo que se debería estar buscando en ser diferente en cuestiones mínimas que consoliden la calidad y eleve su rentabilidad.

Brindar servicio de calidad está ligado a la competitividad del mercado ya que hay muchas empresas dedicadas al mismo rubro y que alguna son superada por otras, si bien es cierto para lograr una buena aceptación e incremento de la demanda, la calidad de servicio es el conducto a tomar en cuenta para que los clientes en el futuro vuelvan a utilizar los servicios brindados, cubriendo las expectativas de los clientes. (SOTIL, 2022)

En Bogotá en Bogotá, manifiestan que tanto la calidad y el servicio no pueden ir uno sin el otro, es decir, no se puede dar una calidad sin un servicio, si se ejerce la calidad, estará apuntando a un sector más competitivo en el mercado con la finalidad de que las empresas de Colombia puedan promover una mejora continua y a la vez incrementar sus utilidades. Así mismo, un servicio con calidad podrá enriquecer a las organizaciones marcando la diferencia ante el mercado siempre y cuando ambas vayan juntas, su importancia radica en que, si no se ofrece la servicio con calidad en su totalidad, cabe la posibilidad de que los clientes visiten a otros servicios similares que brinda la competencia. (Vargas & Aldana, 2020)

Ros (2021) sostiene que la calidad de servicio es definida por el cliente dado que él es quien percibe directamente desde que acude hasta que finaliza los servicios que se le brinda, además estará dispuesto a pagar sobre el servicio que percibe relacionando el precio con la calidad, eso quiere decir que el cliente pagaría una cantidad elevada siempre y cuando se le brinde un servicio con calidad óptima, pero si se le brinda un servicio con una calidad pésima tampoco estaría dispuesto a pagar el mismo precio. En pocas palabras, el cliente podrá pagar una cantidad grande por un servicio eficiente; pero pagaría menos si se da un servicio deficiente, esto se basa en un equilibrio entre calidad y precio. (Sánchez, 2020)

En Buenos Aires destacan que la satisfacción del cliente no solo se basa en la venta sino también en la venta después de la venta, que es una parte importante del proceso de venta. A la hora de vender, no solo se debe vender bienes, sino también satisfacer a los clientes, y este es un tema que las empresas hoy en día no han tenido en cuenta porque solo les interesa vender, pero no les interesan las necesidades del cliente, recuerda esta maravillosa experiencia gracias a la calidad brindada por la empresa. (Kinder & Chornogubsky, 2022)

Villa (2020) en Buenos Aires, señalan que la satisfacción del cliente se basa en que no solo se logre la venta, sino también en venta después de la venta siendo un elemento importante durante el proceso de venta. Al momento de que se realiza una venta no solo debe ser realizada, sino en que el cliente debe estar satisfecho y esa problemática es lo que actualmente las empresas no tienen en cuenta dado que solo les importa vender sin importarle las necesidades que él tiene, así mismo si se logra satisfacer al cliente, éste recordará esta gran experiencia por la calidad brindada por la empresa.

En Lima, señaló que la situación en Perú en cuanto a la calidad del servicio es media, ya que las experiencias negativas de los consumidores siempre superan las positivas, pero los peruanos aún tienen corazones de servicio y creativos, características necesarias para introducir liderazgo. Además, argumenta que las actividades en las que se brinda una mayor calidad de servicio son el comercio, la salud, la educación, el transporte y las comunicaciones; pero el comercio es el que más se destaca porque es el que más avanza, en cambio, donde hay déficit, es la salud y la educación, las áreas que experimentarán un gran cambio. (Rivas, 2021)

Montoya (2021) en Lima, demostró que el valor de un cliente satisfecho va más allá de las ventas, es por ello que las empresas peruanas están comenzando a prestar más atención a la experiencia del cliente porque hoy con la sociedad de las redes se ha perdido el impacto de los clientes insatisfechos. Un cliente insatisfecho generará muchas quejas sobre la experiencia de compra, por lo tanto, se debe brindar un excelente servicio en beneficio tanto de la empresa como del cliente, teniendo en cuenta que el cliente satisfecho es quien recomendará y hará la mejor publicidad.

Restaurant Turístico Diamantes en una empresa, que actualmente su calidad de servicio no es la más eficiente del mercado, pues en ocasiones incumple con el tiempo de entrega, algunos materiales son escasos para realizar sus operaciones y el catálogo de sus clientes no aumenta ni disminuye, lo que demuestra que no puede ser económico crecimiento, además sus beneficios son insignificantes para la empresa. Sus trabajadores no se preocupan por sus clientes, porque los atienden de la manera habitual e ignoran su atención desde que entran hasta que se van, lo cual es un tema crucial que les afecta y posiblemente, si la empresa no hace nada para mejorar la calidad de sus servicios, puede ser derribada y degradada por la competencia.

Por otro lado, la satisfacción de los clientes se ve afectada, por eso reducen la frecuencia de compras, es decir, visitan la empresa muchas veces o solo una vez, esa es la razón principal, es señal de que los clientes no vienen satisfechos con lo que perciben, a su vez, la demanda es cada vez mayor, cada vez es más difícil superar sus expectativas, y es probable que el cliente pueda mantenerse al nivel de la competencia y no volver; Con el tiempo, esto puede hacer que las empresas se queden sin clientes. Por todo lo expresado se planteó la siguiente pregunta de investigación: ¿Cuáles son las principales características de calidad de servicio para mejorar la satisfacción del cliente de la Pequeña Empresa del Restaurant Turístico Diamantes del Distrito de Tumbes, 2023?, para resolver el problema se plantaron los siguientes problemas específicos: ¿Cuáles son las características de los elementos tangibles de la Pequeña Empresa del Restaurant Turístico Diamantes del Distrito de Tumbes, 2023, ¿Cuáles son las características de las habilidades de la fiabilidad de la Pequeña Empresa del Restaurant Turístico Diamantes del Distrito de Tumbes, 2023?, ¿Cuáles son las características de estrategias de la capacidad de respuesta de la Pequeña Empresa del Restaurant Turístico Diamantes del Distrito de Tumbes, 2023?, ¿Cuáles son las características de las expectativas de los clientes de la Pequeña Empresa del Restaurant Turístico Diamantes del Distrito de Tumbes, 2023?, ¿Cuáles son las principales características valor percibido de los clientes de la Pequeña Empresa del Restaurant Turístico Diamantes del Distrito de Tumbes, 2023? ¿Cuál es la propuesta de un plan de mejora de la calidad de servicio para mejorar la satisfacción del cliente de la Pequeña Empresa del Restaurant Turístico Diamantes del Distrito de Tumbes, 2023?

Esta investigación se justifica teóricamente porque en la ciudad de Huaraz la calidad de servicio que se brinda a los clientes de la empresa Restaurant Turístico Diamantes es deficiente, causando así insatisfacción en los clientes, motivo por el cual muchos optan por desligarse de la empresa.

Por ello la información de la presente investigación contribuirá a empresas que incursionan en el rubro agencia de turismo. Para dicha investigación se tomará como referencia algunos libros relacionados con el tema. El presente trabajo de investigación refleja la importancia de la calidad de servicio en el crecimiento económico de la empresa Restaurant Turístico Diamantes, porque se transforma en una herramienta indispensable para la satisfacción del cliente. Asimismo, esta investigación beneficiará a la Restaurant Turístico Diamantes. Pues de acuerdo con los resultados obtenidos se buscará mejorar la calidad de servicio

El presente trabajo de investigación la metodología es de tipo: descriptivo; nivel: Cuantitativo; diseño: no experimental y de corte transversal porque describe las características de las variables y se realiza la explicación de sus causales. Posee variable independiente y variable dependiente. Se busca conocer y dar respuesta a la situación actual por la que atraviesa la Restaurant Turístico Diamantes, Perú Tour, en cuanto calidad de servicio y satisfacción al cliente, mediante instrumentos de medición. Para ello, se usará del cuestionario de encuesta.

En la investigación se planteo el siguiente objetivo general: Determinar las características de la calidad de servicio para mejorar la satisfacción del cliente de la Pequeña Empresa del Restaurant Turístico Diamantes del Distrito de Tumbes, 2023, y como objetivos específicos: Identificar las características de los elementos tangibles de la Pequeña Empresa del Restaurant Turístico Diamantes del Distrito de Tumbes, 2023, Conocer las

características de las habilidades de la fiabilidad de la Pequeña Empresa del Restaurant Turístico Diamantes del Distrito de Tumbes, 2023, Describir las características de estrategias de la capacidad de respuesta de la Pequeña Empresa del Restaurant Turístico Diamantes del Distrito de Tumbes, 2023, Determinar las características de las expectativas de los clientes de la Pequeña Empresa del Restaurant Turístico Diamantes del Distrito de Tumbes, 2023, Conocer las características valor percibido de los clientes de la Pequeña Empresa del Restaurant Turístico Diamantes del Distrito de Tumbes, 2023. Elaborar una propuesta de un plan de mejora de la calidad de servicio para mejorar la satisfacción del cliente de la Pequeña Empresa del Restaurant Turístico Diamantes del Distrito de Tumbes, 2023.

## II. MARCO TEÓRICO

### 2.1 Antecedentes

#### Antecedentes Internacionales

López (2020) en su trabajo de investigación denominada *Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil*, esta investigación se dio en Ecuador, su objetivo general fue: Determinar la relación de la calidad del servicio con la satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil, a través de una investigación de campo para el diseño de estrategias de mejora del servicio al cliente. La metodología que empleó en la investigación se basó en un enfoque mixto, en lo cuantitativo se seleccionó un modelo Servqual y la obtención de la información se la realizó a través de encuestas dirigidas a los clientes que consumen en el restaurante Rachy's encontrando los siguientes resultados: 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. Se realizó una investigación cualitativa por medio de entrevistas a profundidad para tener un mayor conocimiento de las variables de estudio y se pudo evidenciar falta de capacitación y motivación de parte de la empresa hacia el personal, los principales resultados y conclusiones fueron que el 70% de los clientes encuestados están de acuerdo que las instalaciones son visualmente atractivas en el restaurante, el 67% de los clientes encuestados están de acuerdo que el restaurante Rachy's cuenta con máquinas y equipos de apariencia moderna y atractiva, el 49% de los clientes encuestados no están de acuerdo que el personal de servicio del restaurante tiene una apariencia adecuada y pulcra, el 70% de los clientes encuestados están de acuerdo que la comida brindada en el restaurante luce apetitosa, y se concluyó que el servicio al cliente es muy importante en cualquier empresa, depende de esto el éxito o el fracaso de la misma. Para una organización siempre es bueno que un cliente salga satisfecho para que así ellos

puedan recomendar el lugar por su buena comida y servicio; también es necesario tener una evaluación de calidad de servicio que permita controlar correctamente las actividades de la empresa. Así como reducir las falencias del servicio para obtener mayores beneficios económicos; Existen clientes insatisfechos en el restaurante RACHY'S ya que se pudo comprobar 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 a aumentar la satisfacción al cliente o si es que disminuye la calidad de servicio disminuye la satisfacción al cliente.

Nicholson (2022) en su tesis *Análisis de la calidad del servicio y su relación con el nivel de satisfacción del cliente en el restaurante de comida rápida KFC, Panamá, 2021*, el objetivo general de la siguiente investigación es conocer la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en comida rápida KFC en Panamá en el año 2021. Este estudio utiliza un método cuantitativo, mientras que el diseño de investigación es descriptivo, explicativo, transversal, ya que mide datos en un punto en el tiempo donde las variables son la calidad del servicio como variable independiente y la satisfacción del cliente como variable dependiente. Se realizaron encuestas sobre los métodos y procedimientos de recopilación de datos. Para la evaluación se tomó una muestra representativa de clientes, a quienes se les encuestó para conocer sus expectativas y experiencias. La hipótesis presentada fue la siguiente: Existe una relación significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en un restaurante de comida rápida KFC ubicado en Panamá. La encuesta involucró a 25 clientes que comían en un restaurante de comida rápida KFC y constaba de 20 preguntas. Determine su satisfacción con base en la calidad del servicio brindado por este restaurante. Una vez comprobada la existencia de una relación directa entre ambas variables.

En general, los datos proporcionaron una visión más clara de las opiniones de los clientes de , lo que condujo a una alta satisfacción con el servicio de restaurante de KFC, pero otros consumidores provocaron insatisfacción con el servicio de KFC. se deben aplicar estándares y se debe mejorar la calidad para satisfacer a los clientes que no se sienten cómodos.

Olaya (2020) en su trabajo de investigación *Percepción de la calidad del servicio del restaurante Check In para un plan de acción*. El cual tuvo como objetivo general: Analizar la percepción de los huéspedes y clientes en la calidad de servicio del restaurante Check In del norte de la ciudad de Guayaquil para la implementación de un plan de acción y estrategias de mejora, el método que empleó tipo cualitativo y cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental, población y muestra 382 clientes; técnica de observación, el instrumento guía de observación,, los principales resultados fueron que los tipos de modelo y fundamentos para evaluar el sistema de calidad del restaurante son aplicables para conocer sobre las necesidades que el cliente tiene con el servicio para así poder satisfacer sus expectativas y se sientan complacidos con el servicio brindado por el personal. El restaurante tiene una trayectoria por su buen servicio, cuenta con clientes fijos desde los huéspedes y los comensales el cual se sienten a gusto por el tipo de menú y su calidad de sabores. En la actualidad el restaurante no cuenta con suficiente personal es por eso que el servicio es un poco 18 ineficiente según el cliente de los diferentes turnos especialmente desayuno y almuerzo el personal no brinda el servicio adecuado ya que trabajan bajo presión y realizan mayor esfuerzo por realizar los deberes de los puestos vacantes.

### **Antecedentes Nacionales**

Pacheco & Pinedo (2022) en su tesis, *la calidad del servicio y la satisfacción del cliente de un restaurante de parrilladas en la ciudad de Trujillo en las condiciones de la crisis del COVID-19; 2021*, este estudio tiene como objetivo identificar la relación entre las

variables calidad del servicio y la satisfacción del cliente en un restaurante de parrilladas de la ciudad de Trujillo ante el COVID-19, incluyendo medidas basadas en el modelo SERVPERF. respecto a la calidad del servicio, pero en el caso de la segunda variable de esta tesis se presenta el nivel de satisfacción, desempeño percibido y expectativas, con base en el modelo de los autores Tomphson (2016) y Arteaga y Gustavo (2017). ). El presente estudio tiene como objetivo general conocer la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en un restaurante asador ubicado en la ciudad de Trujillo en el contexto del COVID19; 2021. La metodología utilizada en este trabajo es de enfoque cuantitativo con un diseño de tipo no experimental-descriptivo correlacional, donde se aplicó una muestra de 296 clientes, además se utilizó como técnica una encuesta y los datos ya se obtienen por medio de un 2021. cuestionario estructurado y validación de expertos. El resultado de este estudio mostró una autenticación positiva y moderada de la mayoría de las hipótesis, lo que determinó la existencia de un nivel de correlación entre las variables estudiadas, debido a que gran parte de los clientes del restaurante parrillada reportaron estar satisfechos con el servicio. que abastece a la empresa. Finalmente, las conclusiones realizadas durante la investigación se enfocaron en los objetivos planteados además de la elaboración de las recomendaciones correspondientes.

Calvo (2022) en su trabajo de investigación *Calidad de servicio y motivación en los trabajadores de los restaurantes pollerías en el CP de Llicua, Amarilis, Huánuco – 2022*, quien tuvo como objetivo general: Determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y la motivación en los trabajadores de los restaurantes pollerías en 22 el Centro Poblado de Llicu. La metodología que empleó es tipo cualitativa, nivel descriptivo, explicativo, diseño transaccional, no experimental, población y muestra 7 colaboradores; técnica de observación, el instrumento guía de observación, los principales resultados fueron que se determinó la relación existente entre la calidad de servicio y la motivación en los

trabajadores de los restaurantes pollerías en el Centro Poblado de Llicua, pues la mayoría de los trabajadores sostiene que sin motivación no existe calidad de servicio. En esta tesis se determinó la relación existente entre la retribución justa y oportuna con la motivación en los trabajadores de los restaurantes pollerías en el Centro Poblado de Llicua, los trabajadores encuestados sostuvieron que recibir el justo reconocimiento es importante para que ellos desarrollen sus labores de manera amena y productiva. En esta investigación se analizó la relación entre la confianza de los empleadores con la motivación en los trabajadores de los restaurantes pollerías en el Centro Poblado de Llicua, pues es vital de que los empleadores sientan seguridad de las capacidades y habilidades de los trabajadores, de este modo también los impulsan a seguir mejorando. En la presente investigación se evaluó la relación existente entre la adecuada capacitación con la motivación en los trabajadores de los restaurantes pollerías en el Centro Poblado de Llicua, pues el incremento de sus conocimientos y estrategias da a los trabajadores mejores herramientas que aplicar en la atención a los clientes.

Bazan (2021) en su tesis *Calidad de servicio y satisfacción al cliente en las Mypes del sector servicio rubro restaurantes caso: restaurant Los 3 Reyes-Santa María-Huaura, año 2021*, tuvo como objetivo principal: Determinar las características de la calidad de servicio y la satisfacción al cliente en las Mypes del sector servicio rubro Restaurantes caso: Restaurant 3 Reyes-Santa María-Huaura, año 2021. En esta investigación la metodología empleada fue de tipo cuantitativa, nivel de investigación de corte descriptivo, diseño no experimental-transversal, la población estuvo conformado por los comensales del restaurante tomando como muestra a 100 clientes, el cual se le aplicó la encuesta como instrumento para la recolección de la información. Se concluyó que para determinar la calidad de servicio de acuerdo a su satisfacción de los clientes encuestados que calificaron la calidad en un nivel regular el 63% evidencio una satisfacción moderada y a pesar que solo

un 2% que califico de mala la calidad de servicio evidencio una satisfacción moderada. También se observó que la fortaleza del establecimiento es en la atención individualizada, en el ambiente y la limpieza del lugar. Sin embargo, sus debilidades se presentan en la rapidez del servicio, también la atención del personal muestra respeto en el proceso de atención y en el caso de su debilidad es que no existe orden en la presentación de los alimentos dispuestos al servicio.

Villacorta (2019) en su tesis *Gestión de la calidad en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurante, urbanización Los Jardines, Trujillo 2018*, el objetivo general fue Determinar las características de la gestión de calidad en atención al cliente y plan de mejora en las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio – Rubro Restaurante Urbanización los Jardines, Trujillo 2018. El diseño es no experimental, transversal y descriptivo. La población de muestra fue 11 Restaurantes de la urbanización los Jardines, Obteniendo los siguientes resultados. El 91% de los representantes de las Mypes tienen de 1 a 5 trabajadores. El 64% de los representantes de las Mypes encuestadas si conocen el termino atención al cliente. El 100% de los representantes aplican la gestión de calidad en el servicio al cliente. El 92% de los empresarios de las Mypes manifiestan que si es fundamental la atención al cliente para que regrese. El 64% de los representantes de las Mypes utilizan la comunicación. El 82% de los representantes de las Mypes nos manifiestan que brindan una buena atención al cliente. Finalmente, las conclusiones son: El 91% tienen de 1 a 5 trabajadores El 64% conocen atención al cliente. El 100% aplican la gestión de calidad en la atención al cliente. El 92% si es fundamental la atención al cliente para que este regrese. El 82% brindan una buena atención al cliente. El 36% una mala atención se da por una mala organización de los trabajadores.

## **Antecedentes Locales**

Flores (2021) en su trabajo de investigación *Caracterización de la calidad de servicio y la satisfacción del cliente de las Mypes, sector servicios, rubro restaurant pollerías del distrito de Tumbes, 2018*, quien tuvo como objetivo general: determinar la calidad de servicio y la satisfacción del cliente de las MYPES sector servicios, rubro restaurant pollerías del distrito de Tumbes, 2018. La metodología que empleó es tipo cualitativa, 23 nivel descriptivo, diseño no experimental descriptivo de corte transversal, población y muestra 130 clientes; técnica de encuesta, el instrumento cuestionario, con 20 preguntas, los principales resultados fueron que la P1 tiene una puntuación 0.78 lo cual tiene una calificación buena, esto quiere decir que los trabajadores están bien uniformados y con una apariencia cuidada, la p2 tiene una puntuación de 0.85 lo cual tiene una excelente calificación desde la primera vez que la pollería brinda sus servicios, la P3 tiene una puntuación 0.91 obteniendo una calificación excelente, esto quiere decir que el personal cuenta con el conocimiento adecuado al realizar su trabajo; y es muy buena ya que cumplen con la fiabilidad, empatía y capacidad de respuesta que espera el consumidor. Asimismo, se hizo un estudio de investigación en el cual se analizó la Satisfacción del cliente en el cual se tomaron en cuenta dos dimensiones una de ellas es la transparencia la confianza que ofrece las pollerías a sus clientes esta dio como resultado bueno. La otra dimensión son las expectativas basadas en la percepción de los clientes, esta tuvo como resultado regular.

Estrada (2022) en su investigación *Calidad de servicio y satisfacción del cliente, en las MYPES sector servicio, rubro restaurantes en el distrito de La Cruz – Tumbes, año 2021*, tuvo como objetivo determinar las características de la calidad de servicio y satisfacción del cliente en las Mypes del sector servicios, rubro restaurantes en el distrito de La Cruz, año 2021; como problema de investigación ¿Cuáles son las características de calidad de servicio

y satisfacción del cliente de las Mypes sector servicios, rubro restaurantes en el distrito de La Cruz, año 2021? se utilizó la metodología de tipo descriptivo, nivel cuantitativo y diseño no experimental, la muestra estuvo constituida por 68 encuestados; la recolección de datos fue a través de la técnica de encuesta y se aplicó un cuestionario. Encontrando los siguientes resultados: en las características calidad de servicio el 59% refiere que es adecuada y la satisfacción del cliente el 62% está satisfecho, respecto a las dimensiones de la calidad de servicio, el 63% es empático, 54% está seguro, capacidad de repuesta el 65% es adecuada, 53% presenta elementos tangibles, accesibilidad y confiabilidad el 59% y 51% respectivamente es adecuada; en las dimensiones de satisfacción; los clientes están satisfechos el 79% es fiable, 71% cubre expectativas, 60% fidelización, 66% presenta productos adecuados y el 62% calidad técnica. Se concluyendo: la calidad de servicio; los clientes indican que el personal es agradable, conoce y comprende al cliente, cumplen con la seguridad del establecimiento; respecto a la satisfacción, los clientes están satisfechos, reciben atención e información oportuna, los productos son los requeridos por su calidad y confianza, lo recomiendan por ser clientes constantes.

Gutierrez (2022) en su investigación *Satisfacción al cliente y producto en las MYPES sector servicio rubro venta de helados, Cercado Tumbes, 2021*, tuvo por objetivo de investigación determinar la satisfacción al cliente y el producto en las Mypes sector servicio rubro venta de helados, Cercado Tumbes, 2021. Con una metodología de investigación de tipo cuantitativo, nivel descriptivo y diseño no experimental, con una población de los clientes de las Mypes sector servicio del rubro helados en el cercado de Tumbes, la muestra estuvo conformada por 68 clientes, para la recolección de datos se usó la técnica la encuesta y como recolección de datos se usó el instrumento cuestionario, para el proceso de datos se usó los programas Excel y Microsoft Word, el resultado que arrojaron fueron: en un 76% la característica para satisfacción al cliente fue si cumple con su palabra y en producto el más

relevante fueron calidad 75% y precio un 72%, las dimensión más relevante de satisfacción el cliente fue expectativas las características de calidad 75% lo ubico bueno y en precio un 70% lo ubico en alto concluyendo que las heladerías del cercado de Tumbes si cumple con su palabra los productos ofrecidos son de buena calidad pero mantienen precios elevados.

## **2.2 Bases teóricas**

### **Variable 1. Calidad de servicio**

Según Flores et al. (2021) indican que la calidad del servicio implica satisfacer los deseos del usuario en cuanto a cómo lo que se ofrece sobre sus requerimientos. Es esencial destacar que, al momento de desarrollar la visión de una industria, se debe tener en cuenta que el mejor servicio es aquel que alcance sus metas: cerciorarse de que los usuarios queden satisfechos, tanto ahora como en el tiempo posterior, mediante el cumplimiento de los indicadores, y dando cumplimiento a las estrategias de la calidad. Si el servicio genera resultados que superen las expectativas de las clientes previas, se le considera productivo y de excelente calidad.

Según Demuner et al. (2020) dicen que la calidad es un aspecto que no puedes tocar, por ese motivo es que se convierte en algo muy complicado de medir, sin embargo, si puede ser posible por medio de enfoques o puntos de vista. Si un bien o servicio crea contentamiento y conformidad, eso significa que lo ofrecido es de calidad, pero si no, será todo lo contrario. La calidad es esencial para cualquier negocio, ya que brinda la promesa a los clientes de la empresa. Es un medio para lograr los metas fijados, con una satisfacción mutua entre los consumidores y empleados para conseguir la eficiencia y la reputación con respecto a los competidores.

La caracterización de la calidad de los servicios se ha convertido en una estrategia prioritaria y cada vez son más las organizaciones que tratan de definirla, medirla y, finalmente, mejorarla. Desafortunadamente, la definición y medida de la calidad han resultado ser particularmente complejas en el ámbito de los servicios, puesto que al concepto de calidad hay que añadirle la dificultad derivada de la naturaleza intangible de los servicios. En la actualidad existe una cierta unanimidad en que el atributo que contribuye de manera fundamental a determinar la posición de la empresa en el largo plazo es la opinión de los clientes sobre el producto o servicio que reciben (Ruíz, 2020).

### **Importancia de la calidad de servicio**

Vásquez (2019) indica que la competencia debe ir por buen camino, la oferta de productos se multiplicará y diversificará, por lo que es necesario aportar más al producto o servicio. La competencia siempre está viendo como una empresa mejora en cuanto a precio y calidad, es aquí cuando la empresa busca diferenciarse de las demás. Las necesidades de los clientes son cada vez mayores, no solo buscan un buen precio y calidad, sino que hoy en día, la atención individual combinada con una instalación cómoda y un servicio rápido es lo que buscan los clientes del artículo solicitado. . Un cliente que consigue todo lo anterior será un cliente más proclive a hablar de su disconformidad con otra empresa que no le ofrece estos beneficios y así se evitará esta mala experiencia de boca en boca. Esta es la importancia de un buen servicio al cliente, de esta manera será más seguro mantenerlo y su visita más a menudo y luego su recomendación a los demás, tenga prioridad sobre todos los aspectos para mejorar y comprender en detalle uno por uno de ellos Aplicar ellos permitirá correctamente adquirir la ventaja sobre otras compañías.

## **Criterios de calidad de servicio**

Del Pino 2020) describe que los criterios de calidad del servicio al cliente son los siguientes:

**Respuesta;** Es la capacidad de reaccionar demostrando el nivel de preparación que hemos alcanzado para entrar en acción. Servicio lento, se puede decir que es difícil llevar algo especial a los clientes.

**Atención;** En otras palabras, incluye todo lo que se trata de ser cuidado, por ejemplo, ser bien recibido, sentirse valorado, saber escuchar y ser escuchado, tener buena información, obtener ayuda, apoyo y además ser aceptado la próxima vez.

**Comunicación;** entender y tener claro lo que dice el cliente, y al mismo tiempo, debes saber que nos dejamos entender. No se deje llevar por las palabras fuera de lugar que se usan comúnmente en la industria.

**Accesibilidad;** ¿Dónde estoy cuando me necesitan?, ¿Cuántas veces mi teléfono sonó y luego respondió? , ¿Cuántas personas necesitan mis servicios y no pueden ubicarme o encontrarme a tiempo? No obtienes nada por ser el mejor en lo que haces si no puedes alcanzarte y ellos no pueden alcanzarte.

**Amabilidad;** Debemos establecer la capacidad de cuidar y demostrar esto a los clientes externos e internos. Respete la sensibilidad de todos, la mayoría de las veces los clientes son muy sensibles a cómo los tratamos.

## **Variable 2. Satisfacción de cliente**

Castañeda (2020) menciona que cuando un cliente compra un producto o servicio, compara su experiencia de acuerdo al nivel de satisfacción que puede sentir al momento de la compra, eso dependerá en última instancia de si el cliente obtiene lo que realmente esperaba? Los clientes no estarán satisfechos si no se cumplen sus expectativas. Por el contrario, los clientes quedarán completamente satisfechos si se cumplen sus expectativas.

Cayatoma y Yera (2020) define que el cliente encuentra satisfacción, después de pasar por la experiencia de consumir un producto o servicio, donde al sentir los detalles del momento de la compra también puede apreciar la sensación de después de tener esa experiencia satisfactoria. Es darle satisfacción al cliente sobre lo sucedido en su proceso de compra, para ello se debe aplicar toda la información necesaria en base a un buen servicio y buenos productos, al mismo tiempo no olvide tratar bien a los clientes y empatizar con ellos.

La presente investigación estará sujeta bajo los conceptos de Kotler & Keller (2020) quienes definen la satisfacción del cliente como el resultado de comparar el rendimiento percibido y las expectativas del servicio recibido, el cual han identificado 3 elementos: rendimiento percibido, expectativas y niveles de satisfacción; que serán consideradas como dimensiones para la variable satisfacción del cliente en la presente investigación.

### **Beneficios de lograr la Satisfacción del Cliente Kotler y Armstrong (2020).**

Los beneficios de tener a un cliente satisfecho se enmarcan en primer lugar, que siempre adquirirá el servicio, en segundo lugar, se tendrá una difusión gratuita con sus amigos y familiares, y por último un cliente satisfecho dejará a la competencia de lado; logrando así la fidelización del cliente. P (145).

## **Elementos que influyen en la Satisfacción del Cliente**

Thompson (2019) menciona lo siguientes:

**El Rendimiento Percibido:** Es el desempeño que el cliente considera haber conseguido luego de adquirir el servicio de una empresa.

**Las Expectativas:** Son las ilusiones que tienen los consumidores para lograr ciertos objetivos. Todas expectativas de un cliente se originan por las promesas que hacen las empresas acerca de los beneficios que proporcionan, por los comentarios de amigos, familiares, vecinos o incluso por compras que el cliente realizo anteriormente.

### **Los Niveles de Satisfacción: Tenemos**

**Insatisfacción:** Es cuando el bien o servicio no logra alcanzar las expectativas del cliente.

**Satisfacción:** El bien o servicio ofrecido por la empresa concuerda con las expectativas del cliente.

**Complacencia:** El bien o servicio percibido es mayor a las expectativas del cliente.

Thompson, I. (2019). Para determinar la satisfacción del cliente utiliza la siguiente formula:

### **Importancia de satisfacer al cliente**

Aquí vemos que la satisfacción del cliente es lo más importante y eso es lo que se espera de ellos. Esto se relaciona con poner primero a los usuarios, actualmente la competencia en el mercado es muy fuerte, requiere que las empresas utilicen todas sus estrategias y personal ideal para realizar ventas, a partir de ahí llegar efectivamente a los clientes. En muchos casos, los clientes satisfechos son aquellos que probablemente pagarán más a cambio de una mayor satisfacción al comprar un producto o servicio. Un punto importante a tener en cuenta es que los usuarios satisfechos son fieles a la marca, a diferencia de los insatisfechos. (Calvo , 2022)

### **2.3 Hipótesis**

Hernández & Mendoza (2019) establecen que las hipótesis son suposiciones establecidas con el propósito de contrastar los resultados esperados de un estudio, por ende, éstas son obligatorias en investigaciones de carácter cuantitativo o experimentales. Esto no sucede con aquellas de nivel netamente descriptivo dado que se limitan únicamente a describir el comportamiento de las variables.

La presente investigación titulado: Calidad de servicio para mejorar la satisfacción del cliente de la Pequeña Empresa del Restaurant Turístico Diamantes del Distrito de Tumbes, 2023. no cuenta con hipótesis puesto que es de nivel descriptivo.

## **III. METODOLOGÍA**

### **3.1 Tipo de Investigación**

#### **Cuantitativo**

Según Hernández (2019) menciona que la metodología de investigación cuantitativa se basa en el uso de técnicas estadísticas para conocer ciertos aspectos de interés sobre la población que se está estudiando.

El tipo de investigación fue cuantitativo porque en el estudio de investigación: Calidad de servicio para mejorar la satisfacción del cliente de la Pequeña Empresa del Restaurant Turístico Diamantes del Distrito de Tumbes, 2023, se utilizó instrumentos de medición y evaluación.

#### **Nivel de investigación**

##### **Descriptivo**

Según el autor Giner (2019) afirma que la investigación descriptiva también se le conoce como investigación estadística. Trata de describir los datos que se obtienen de la investigación para ver cuál es su impacto en la vida de las personas. De forma que se pueda actuar de una forma preventiva en ciertos sectores de la población y en lugares concretos.

La investigación será de nivel descriptivo porque en el estudio de investigación: Calidad de servicio para mejorar la satisfacción del cliente de la Pequeña Empresa del Restaurant Turístico Diamantes del Distrito de Tumbes, 2023, solo se describió las características primordiales de cada variable en estudio.

## **Diseño de investigación**

### **No experimental**

En la investigación no experimental, se observan los fenómenos tal como se dan en su contexto natural para analizarlos posteriormente. Se observan situaciones ya existentes en que la variable independiente ocurre y no se tiene control sobre ella; Además, esta clase de estudios se ubican dentro de estas las encuestas de opinión, los estudios prospectivos y retrospectivos, así como los estudios transversales que recopilan datos en un momento único. (Domínguez, 2019).

Fue no experimental porque en la investigación: Calidad de servicio para mejorar la satisfacción del cliente de la Pequeña Empresa del Restaurant Turístico Diamantes del Distrito de Tumbes, 2023, no existió manipulación de las variables, únicamente se observarán de acuerdo a su realidad, sin intervenciones o manipulaciones.

### **Transversal**

Los diseños transversales son investigaciones que recopilan datos en un solo momento y en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. Es como tomar una fotografía de algo que sucede. (Hernández & Mendoza, 2018).

Fue transversal porque el estudio de investigación: calidad de servicio para mejorar la satisfacción del cliente de la Pequeña Empresa del Restaurant Turístico Diamantes del Distrito de Tumbes, 2023, se desarrolló en un lapso de tiempo establecido, existiendo un inicio y un fin.

## **3.2 Población y Muestra**

### **Población**

La población es un conjunto de elementos que contienen ciertas características que se pretenden estudiar. Por esa razón, entre la población y la muestra “existe un carácter inductivo (de lo particular a lo general), esperando que la parte observada (en este caso la muestra) sea representativa de la realidad (entiéndase aquí a la población); para que de esa forma se puedan garantizar las conclusiones extraídas en el estudio. (Valdés, 2019)

En la investigación la población estuvo conformada por los clientes de la Pequeña Empresa del Restaurant Turístico Diamantes del Distrito de Tumbes, 2023. Como se desconocía la población exacta se determinó como población infinita.

### **Muestra**

La muestra es un subgrupo considerado como una parte representativa de la población o el universo, los datos recolectados serán obtenidos de la muestra y la población se perfila desde la situación problemática de la investigación. (Hernández , Fernández , & Baptista, 2019)

Al haberse determinado la población como infinita, para hallar la muestra se utilizó el muestreo probabilístico con la fórmula de estadística para poblaciones infinitas con lo cual se obtuvo un total de 384 clientes de la pequeña empresa del Restaurant Turístico Diamantes del Distrito de Tumbes, 2023.

$$n = \frac{z^2 pq}{E^2}$$

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}{0.05^2}$$

$$n = \frac{0.9604}{0.0025} = 384$$

Donde:

n: Tamaño de muestra

z: Nivel de confianza (95% z=1.96)

p: Probabilidad de éxito 50 = 0.5%

q: Probabilidad de fracaso 50 = 0.5%

e: Error permitido 5% = 0.05%

### 3.3 Variables. Definición y Operacionalización

Variable	Definición operativa	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición	Categorías o Valoración
Variable 1 Calidad de servicio	Para, Lopez (2020) los clientes son cada vez más exigentes, ya no solo buscan precio y calidad, sino también una buena atención, un ambiente agradable, elementos tangibles, comodidad fiabilidad, un trato personalizado, un servicio rápido, capacidad de respuesta.	Elementos tangibles	Ambientes adecuados	Likert	Siempre Muy pocas veces A veces Casi siempre Siempre
			Innovación		
			Apariencia de los empleados		
		Fiabilidad	Solución de problemas		
			Seguridad		
			Confianza		
		Capacidad de respuesta	Expectativa		
			Rapidez en la atención		
			Satisfacción de necesidades		

<b>Variable</b>	<b>Definición operativa</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Escala de medición</b>	<b>Categorías o Valoración</b>
Variable 2 Satisfacción al cliente	La satisfacción del cliente según Kotler (2021) el nivel estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas.	Expectativas	Servicio	Likert	Siempre Muy pocas veces A veces Casi siempre Siempre
			Producto		
		Valor percibido	Relación activa		
			Lealtad		
			Atención brindada		
			Inspira confianza		

### **3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de información**

#### **Técnica**

Zapata (2020) describe que la encuesta puede definirse como un conjunto de técnicas a reunir, de manera sistemática, datos sobre determinado tema o temas relativos a una población, a través de contactos directos o indirectos con los individuos o grupo de individuos que integran la población estudiada.

Para la presente investigación la encuesta estuvo dirigida a los clientes de la Pequeña Empresa del Restaurant Turístico Diamantes, las variables calidad de servicio y satisfacción del cliente.

#### **Instrumento**

Zapata (2020) menciona que se utilizó como medida valorativa la escala de tipo likert debido a que se trata de factores perceptibles por parte de los trabajadores con respecto a una variable cualitativa.

En esta investigación, el instrumento que se empleó fue el cuestionario el cual estuvo estructurado por de 15 ítems en escala Likert, 8 ítems para la variable: calidad de servicio y 7 ítems, para la variable: satisfacción al cliente (Anexo 2). Los instrumentos fueron validados a través del juicio de tres expertos, quienes evaluaron si las interrogantes de ambos cuestionarios son coherentes y análogas al tema de investigación, en este sentido se determinó que dichos instrumentos si son aptos para su aplicación (Anexo 3). A su vez la confiabilidad de los cuestionarios se estimó por medio del coeficiente de Alfa de Cronbach; en donde para la variable calidad de servicio se determinó un coeficiente de 0.873; y para la variable satisfacción al cliente se obtuvo un valor de 0.8216. Por tanto, se los instrumentos de medición son de consistencia interna con tendencia alta (Anexo 4).

### **3.5 Método de análisis de datos**

Un plan de análisis es un mapa de ruta sobre cómo organizar y analizar los datos de tu encuesta. Este plan debería ayudarte a lograr tres objetivos relacionados con el propósito que estableciste antes de comenzar la encuesta: Responder las preguntas principales de tu investigación. (Guevara , Verdesoto, & Castro , 2020)

Para el análisis de los datos recolectados se hará uso del análisis descriptivo de las variables en estudio; se elaborarán tablas de distribución de frecuencias absolutas y relativas porcentuales; así como figuras estadísticas. Así mismo se utilizarán los siguientes programas informáticos: Microsoft Word: con este software se hará posible la redacción digital y posteriores modificaciones. Acrobat Reader XI: Es un software gratuito que permitirá leer archivos digitales de extensión PDF, como es el caso de los antecedentes que se descargaron desde la biblioteca virtual. Microsoft Excel: el cual fue utilizada para llevar a cabo la tabulación y la elaboración y diseño de las figuras correspondientes a los resultados obtenidos en las encuestas. Del mismo modo se utilizará el programa Turnitin para hacer la verificación que no existe plagio, así como el uso del Mendeley para la generación de las referencias bibliográficas en norma APA 7ma edición; por último, el PPT para la presentación.

### **3.6 Aspectos Éticos**

En el desarrollo del proyecto de investigación, se aplicará los principios éticos que orientan la investigación Uladech Católica (2023), anexada en función al Reglamento de Integridad Científica en la Investigación – Resolución N° 0304-2023-CU-ULADECH Católica (2023), que se consideraran los siguientes aspectos éticos.

**Protección a las personas:** Por la importancia y naturaleza del trabajo de investigación en el rubro Restaurant Turístico Diamantes de Tumbes, se protegió a los elementos de la muestra cuidando en no incurrir en algún riesgo. Se respetó la dignidad de la persona humana, su diversidad cultural, la identidad y confidencialidad, mediante el cuidado de la privacidad; ya que la participación de las personas fue en forma voluntaria, en el contexto del pleno respeto de sus derechos fundamentales; más aún cuando se encontraban en una situación de vulnerabilidad.

**Libre participación y derecho a estar informado:** Se les informó sobre los propósitos y finalidades de la investigación; así mismo contar con la libre participación a través de un documento para su aprobación y firma de la persona en estudio y por voluntad propia. Seguidamente de resolver las dudas de los dueños y las micro y pequeñas empresas.

**Beneficencia no maleficencia:** Se aseguró el bienestar de las personas que participaron en la investigación. En ese sentido, se les mencionó a los empresarios de micro empresa que toda información otorgada por parte de ellos no causaría ningún daño a la organización ni afectaría en las funciones que se realizaron, además fueron anónimas las respuestas del cuestionario.

**Cuidado del medio ambiente y la biodiversidad:** Para dar un aporte al medio ambiente y conservación de la naturaleza, se aplicó el cuestionario en papeles reciclados, teniendo en cuenta el estado actual del medio ambiente. De la misma forma no se utilizó los medios electrónicos para ahorrar energía.

**Justicia:** Se realizó la encuesta con un trato amable de parte del investigador detallándoles el motivo e importancia de la encuesta y su participación, también se entregó un modelo de consentimiento informado para cada uno de ellos. Y por último se les

comunicó que, si están interesados en saber los resultados de la investigación, se les haría llegar el correo electrónico del encargado del estudio.

**Integridad científica:** Se informó que los datos personales de cada participante en la investigación solo se emplearían en el consentimiento informado. Además de que las respuestas solo serían utilizadas en la realización de la tabulación del estudio. Así mismo se les informó que el resultado obtenido no será manipulado ni alterado a conveniencia.

#### IV. RESULTADOS

**Tabla 1**

*Características de los elementos tangibles de la Pequeña Empresa del Restaurant Turístico  
Diamantes del Distrito de Tumbes, 2023*

Características de los elementos tangibles	n	%
Los establecimientos de la empresa son visualmente atractivos		
Siempre	55	14.32
Casi siempre	43	11.20
Algunas veces	160	41.67
Muy pocas veces	56	14.58
Nunca	70	18.23
Total	384	100.00
Los equipos con los que cuenta la empresa son de apariencia moderna		
Siempre	66	17.19
Casi siempre	24	6.25
Algunas veces	77	20.05
Muy pocas veces	129	33.59
Nunca	88	22.92
Total	384	100.00
Sus empleados están bien vestidos y aseados		
Siempre	34	8.85
Casi siempre	20	5.21
Algunas veces	200	52.08
Muy pocas veces	54	14.06
Nunca	76	19.79
Total	384	100.00

Nota. Base de datos del cuestionario aplicado a los clientes de la Pequeña Empresa del Restaurant Turístico Diamantes del Distrito de Tumbes, 2023.

**Tabla 2**

*Características de las habilidades de la fiabilidad de la Pequeña Empresa del Restaurant Turístico Diamantes del Distrito de Tumbes, 2023*

Características de las habilidades de la fiabilidad	n	%
<b>La empresa ha mostrado interés en solucionar sus problemas</b>		
Siempre	45	11.72
Casi siempre	250	65.10
Algunas veces	50	13.02
Muy pocas veces	15	3.91
Nunca	24	6.25
Total	384	100.00
<b>Se siente seguro con los servicios que brinda la empresa</b>		
Siempre	150	39.06
Casi siempre	55	14.32
Algunas veces	29	7.55
Muy pocas veces	30	7.81
Nunca	120	31.25
Total	384	100.00
<b>Es confiable el servicio que brinda la empresa</b>		
Siempre	100	26.04
Casi siempre	53	13.80
Algunas veces	120	31.25
Muy pocas veces	66	17.19
Nunca	45	11.72
Total	384	100.00

Nota. Base de datos del cuestionario aplicado a los clientes de la Pequeña Empresa del Restaurant Turístico Diamantes del Distrito de Tumbes, 2023.

**Tabla 3**

*Características de la capacidad de respuesta de la pequeña empresa del Restaurant Turístico Diamantes del Distrito de Tumbes, 2023*

Características de la capacidad de respuesta	n	%
<b>Ha experimentado mejoras en el servicio que brinda la empresa</b>		
Siempre	26	6.77
Casi siempre	250	65.10
Algunas veces	50	13.02
Muy pocas veces	15	3.91
Nunca	43	11.20
Total	384	100.00
<b>Recibe el servicio de manera rápida</b>		
Siempre	65	16.93
Casi siempre	199	51.82
Algunas veces	56	14.58
Muy pocas veces	24	6.25
Nunca	40	10.42
Total	384	100.00
<b>Estas satisfecho con el servicio brindado por la empresa</b>		
Siempre	240	62.50
Casi siempre	43	11.20
Algunas veces	46	11.98
Muy pocas veces	20	5.21
Nunca	35	9.11
Total	384	100.00

Nota. Base de datos del cuestionario aplicado a los clientes de la Pequeña Empresa del Restaurant Turístico Diamantes del Distrito de Tumbes, 2023.

**Tabla 4**

*Características de las expectativas de los clientes de la Pequeña Empresa del Restaurant Turístico Diamantes del Distrito de Tumbes, 2023*

Características de las expectativas de los clientes	n	%
<hr/>		
La empresa se adapta para cumplir con sus expectativas del buen servicio		
<hr/>		
Siempre	55	14.32
Casi siempre	66	17.19
Algunas veces	199	51.82
Muy pocas veces	19	4.95
Nunca	45	11.72
Total	384	100.00
<hr/>		
La empresa cumple con su expectativa de bueno		
<hr/>		
Siempre	12	3.13
Casi siempre	66	17.19
Algunas veces	29	7.55
Muy pocas veces	77	20.05
Nunca	200	52.08
Total	384	100.00

Nota. Base de datos del cuestionario aplicado a los clientes de la Pequeña Empresa del Restaurant Turístico Diamantes del Distrito de Tumbes, 2023.

**Tabla 5**

*Características valor percibido de los clientes de la Pequeña Empresa del Restaurant Turístico Diamantes del Distrito de Tumbes, 2023*

Características valor percibido de los clientes	n	%
<b>La empresa debería tener una relación activa con el cliente</b>		
Siempre	200	52.08
Casi siempre	45	11.72
Algunas veces	50	13.02
Muy pocas veces	66	17.19
Nunca	23	5.99
Total	384	100.00
<b>Considera que sus consumos continuos han sido recompensados</b>		
Siempre	55	14.32
Casi siempre	23	5.99
Algunas veces	48	12.50
Muy pocas veces	230	59.90
Nunca	28	7.29
Total	384	100.00
<b>Considera adecuada la atención brindada por la empresa</b>		
Siempre	65	16.93
Casi siempre	44	11.46
Algunas veces	180	46.88
Muy pocas veces	33	8.59
Nunca	62	16.15
Total	384	100.00
<b>Considera adecuada la confianza transmitida por la empresa</b>		
Siempre	120	31.25
Casi siempre	45	11.72
Algunas veces	100	26.04
Muy pocas veces	77	20.05
Nunca	42	10.94
Total	384	100.00

Nota. Base de datos del cuestionario aplicado a los clientes de la Pequeña Empresa del Restaurant Turístico Diamantes del Distrito de Tumbes, 2023.

**Tabla 6**

*Propuesta de un plan de mejora de la calidad de servicio para mejorar la satisfacción del cliente de la Pequeña Empresa del Restaurant Turístico Diamantes del Distrito de Tumbes, 2023.*

<b>Variable</b>	<b>Problemas encontrados</b>	<b>Surgimiento de problemas</b>	<b>Acciones de mejoras</b>	<b>Objetivo</b>	<b>Meta</b>	<b>Presupuesto</b>	<b>Responsables</b>
Calidad de servicio	Rara vez el personal presta su servicio en el tiempo adecuado.	Personal saturado por la cantidad de clientes.	Contratar personal eventual los fines de semana.	Reducir los tiempos de espera del cliente.	Reducir en un 30% los tiempos de espera del cliente.	s/200.00	Administrador Gerente
	Rara vez el personal informa puntualmente y con sinceridad.	Capacidad productiva insuficiente El producto (plato) aún no está disponible.	Reacondicionar el área de cocina.	Incrementar la capacidad productiva	Mejorar la puntualidad en un 20%.	s/4000.00	
	A veces el personal brinda una atención personalizada	Personal no capacitado para la atención personalizada.	Capacitar al personal en atención personalizada.	Mayor tasa de retención de clientes	Aumento de la tasa de retención de cliente	s/100.00	

Satisfacción al cliente	Se encuentran insatisfechos con la aceptación de sugerencias y reclamos para una mejora en la calidad del servicio	No se cuenta con un buzón de sugerencias y reclamos.	Implementar un buzón de sugerencias y reclamos.	Mejorar la satisfacción del cliente.	Mejorar la satisfacción del cliente en un 30%.	s/200.00	Administrador Gerente
	Insatisfechos con el cumplimiento en cuanto a cantidad y	No se cuenta con un a tablero de apuntes.	Adquirir tablero de apuntes			s/100.00	
	Insatisfechos con la seguridad interna y externa que proyecta el restaurante	El dueño desconoce de las herramientas tecnologías de los equipos de seguridad	Adquirir 3 cámaras de seguridad.			s/100.00	

## V. DISCUSIÓN

### *Características de los elementos tangibles de la Pequeña Empresa del Restaurant Turístico Diamantes del Distrito de Tumbes, 2023*

Los establecimientos de la empresa son visualmente atractivos: El 41.67% de los clientes respondieron que algunas veces los establecimientos de restaurante son visualmente atractivos, los resultados concuerdan con López (2020) titulado *Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil*, quien menciona que el 44% de los consumidores del restaurante Rachy's indicaron que algunas veces los establecimientos son visualmente atractivos, asimismo concuerda con la tesis de Nicholson (2022) titulado *Análisis de la calidad del servicio y su relación con el nivel de satisfacción del cliente en el restaurante de comida rápida KFC, Panamá, 2021*, donde indico que el 88% de los usuarios de restaurante de comida rápida KFC algunas veces son visualmente atractivos sus ambientes de local. Es importante que las empresas tengan sus ambientes adecuados y llamativos para que se sientan cómodos y satisfechos con la atención.

Los equipos con los que cuenta la empresa son de apariencia moderna: El 33.59% de los clientes respondieron que muy pocas veces los equipos con los que cuenta el restaurante son de apariencia moderna, lo cual concuerda con la tesis Nicholson (2022) titulado *Análisis de la calidad del servicio y su relación con el nivel de satisfacción del cliente en el restaurante de comida rápida KFC, Panamá, 2021*, donde señala que el 34% de los consumidores de la empresa restaurante de comida rápida KFC que pocas veces sus equipos con las que cuenta son de modernas. Pero contrasta con López (2020) titulado *Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil* quien indico que el 33% de los encuestados del *Restaurante Rachy's*, siempre sus equipos

con los que cuenta son de apariencia moderna. La empresa debe mejorar sus equipos al gusto de los clientes, así para que tenga más ingresos y ventas de sus platos típicos de la región.

Sus empleados están bien vestidos y aseados: El 52.08% de los clientes indicaron que algunas veces los empleados de restaurante están bien vestidos y aseados. Este resultado concuerda con López (2020) titulado *Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil*, quien menciona que el 66% de los encuestados indicaron que algunas veces sus empleados están bien vestidos y aseados para atender las necesidades de los clientes. Pero contrasta con el estudio de Nicholson (2022) *Análisis de la calidad del servicio y su relación con el nivel de satisfacción del cliente en el restaurante de comida rápida KFC, Panamá, 2021*, quien indicó que el 44% de los consumidores del restaurante siempre sus colaboradores están bien aseados y vestidos para atender a los consumidores. La empresa del restaurante debe capacitarlo más a sus empleados y motivarlos, así para que trabajen correctamente y no tengan quejas por parte de los clientes.

#### ***Características de las habilidades de la fiabilidad de la Pequeña Empresa del Restaurant Turístico Diamantes del Distrito de Tumbes, 2023***

La empresa ha mostrado interés en solucionar sus problemas: El 65.10% de los clientes indicaron que casi siempre el restaurante ha mostrado interés en solucionar los problemas de los consumidores, lo cual coincide con el estudio de Olaya (2020) titulado *Percepción de la calidad del servicio del restaurante Check In para un plan de acción*, donde señaló que el 44% de los consumidores indicaron que casi siempre el restaurante Check soluciona los problemas que se presentan. Pero contrasta con el estudio de Pacheco & Pinedo (2022) titulado *la calidad del servicio y la satisfacción del cliente de un restaurante de parrilladas en la ciudad de Trujillo en las condiciones de la crisis del COVID-19; 2021*,

donde indicaron que el 77% de los encuestados que nunca la empresa soluciona los problemas y reclamos de los clientes. Es suma importante que la empresa tenga en cuenta los reclamos y quejas de los clientes, ya que los colaboradores no saben solucionar, porque no están bien preparados y capacitados.

Se siente seguro con los servicios que brinda la empresa: El 39.06% de los clientes indicaron que siempre los consumidores se sienten seguro con los servicios que brinda la empresa, lo cual concuerda con la tesis de Pacheco & Pinedo (2022) *la calidad del servicio y la satisfacción del cliente de un restaurante de parrilladas en la ciudad de Trujillo en las condiciones de la crisis del COVID-19; 2021*, donde indica que el 66% de los clientes indicaron que la empresa siempre brinda seguridad con los servicios que brinda de los platos típicos, de igual manera concuerda con Calvo (2022) titulado *Calidad de servicio y motivación en los trabajadores de los restaurantes pollerías en el CP de Llicua, Amarilis, Huánuco – 2022*, quien señalo que el 45% de los consumidores de la entidad siempre la empre brinda seguridad de sus comidas típicos ofreciendo de calidad a los clientes. Es importante tomar la opinión de los clientes e ideas que brinda a la empresa, así va mejorando en la satisfacción de los usuarios.

Es confiable el servicio que brinda la empresa: El 26.04% de los clientes indicaron que siempre es confiable el servicio que brinda el restaurante. Este resultado coincide con Calvo (2022) titulado *Calidad de servicio y motivación en los trabajadores de los restaurantes pollerías en el CP de Llicua, Amarilis, Huánuco – 2022*, quien menciona que el 55% de los consumidores de pollería indicaron que siempre es confiable consumir los platos típicos, son de buen servicio de calidad. Pero contrasta con Flores (2021) titulado *Caracterización de la calidad de servicio y la satisfacción del cliente de las Mypes, sector servicios, rubro restaurant pollerías del distrito de Tumbes, 2018*, quien menciona que el

99% de encuestados indicaron que nunca es confiable consumir en las pollerías de tumbes. Es importante que la empresa mejore sus servicios, como capacitar, dar charla, motivar, incentivar a los colaboradores así para que trabajen y estén enfocados en sus puestos de trabajo.

***Características de la capacidad de respuesta de la pequeña empresa del Restaurant Turístico Diamantes del Distrito de Tumbes, 2023***

Ha experimentado mejoras en el servicio que brinda la empresa: El 65.10% de los clientes indicaron que casi siempre han experimentado mejoras en el servicio que brinda la empresa, de acuerdo con Flores (2021) titulado *Caracterización de la calidad de servicio y la satisfacción del cliente de las Mypes, sector servicios, rubro restaurant pollerías del distrito de Tumbes, 2018*, quien menciona que el 45% de los consumidores indicaron que casi siempre han experimentado las mejoras en el servicio que ofrece y brinda la entidad de pollerías de tumbes. Es muy importante que la empresa debe considerar que dar más confianza a sus consumidores y que los colaboradores estén pendientes, todos los pedidos que realizan, atendiendo de forma rápida satisfaciendo sus necesidades que desean consumir de la carta de los platos típicos, ya que los colaboradores algunos están más pendientes sus celulares en vez de atender a los consumidores.

Recibe el servicio de manera rápida: El 51.82% de los clientes indicaron que casi siempre reciben el servicio de manera rápida en el restaurante. Coincidiendo con la tesis de Villacorta (2019) titulado *Gestión de la calidad en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurante, urbanización Los Jardines, Trujillo 2018*, quien señala que el 33% de los clientes indicaron que casi siempre reciben la atención rápido por parte de colaboradores están más distraídos en otras cosas. Pero contrasta con Villacorta (2019) titulado, *Gestión de la calidad en atención al cliente y*

*plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurante, urbanización Los Jardines, Trujillo 2018*, quien menciona que el 45% de los clientes del restaurante indicaron que siempre reciben el servicio de forma rápida cuando hacen pedidos de la carta. La Mype debe considerar importante en los servicios de atender rápida, y estar pendiente de todos los consumidores de sus mesas que pedidos requieren realizar de los platos típicos de la empresa.

Estas satisfecho con el servicio brindado por la empresa: El 62.50% de los clientes respondieron que siempre están satisfechos con el servicio que brinda el restaurante. Concuerta con el resultado encontrado por Villacorta (2019) titulado *Gestión de la calidad en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurante, urbanización Los Jardines, Trujillo 2018*, quien señalo que el 55% de los restaurantes siempre están pendientes con los servicios que ofrecen a los clientes así para que se sientan satisfechos. Pero contrasta con la tesis de Flores (2021) titulado *Caracterización de la calidad de servicio y la satisfacción del cliente de las Mypes, sector servicios, rubro restaurant pollerías del distrito de Tumbes, 2018*, quien señala que el 66% del restaurante pollerías nunca sus clientes están satisfechos por los servicios que brinda la empresa. Es muy importante que los colaboradores estén pendientes de los clientes satisfaciendo sus pedidos que realizan de la carta de platos típicos para que consuman sus sabores.

***Características de las expectativas de los clientes de la Pequeña Empresa del Restaurant Turístico Diamantes del Distrito de Tumbes, 2023***

La empresa se adapta para cumplir con sus expectativas del buen servicio: 51.82% de los clientes respondieron que algunas veces el restaurante se adapta para cumplir con sus expectativas del buen servicio al cliente. Lo cual coincide con Flores (2021) titulado

*Caracterización de la calidad de servicio y la satisfacción del cliente de las Mypes, sector servicios, rubro restaurant pollerías del distrito de Tumbes, 2018*, donde indica que el 77% de los clientes del restaurante pollerías algunas veces se adaptan a las expectativas de brindar un buen servicio a los clientes, asimismo concuerda con el estudio de Calvo (2022) *titulado Calidad de servicio y motivación en los trabajadores de los restaurantes pollerías en el CP de Llicua, Amarilis, Huánuco – 2022*, donde indico que el 66% de los encuestados del restaurante pollerías algunas veces cumplen con las expectativas de los servicios de los clientes. Ya que es importante cumplir las expectativas de los consumidores brindando servicios de calidad con cada pedido que realizan de los platos típicos y turísticos.

La empresa cumple con su expectativa de bueno: El 53.08% de los clientes indicaron que nunca cumple la empresa con sus expectativas de bueno al trato, coincidiendo con los resultados obtenidos por Calvo (2022) *titulado Calidad de servicio y motivación en los trabajadores de los restaurantes pollerías en el CP de Llicua, Amarilis, Huánuco – 2022*, donde indico que el 66% de los clientes indicaron que nunca el restaurante cumple con las expectativas de ser bueno en atención al cliente, de igual manera concuerda con la tesis Pacheco & Pinedo (2022) donde señalo que el 68% de los consumidores respondieron que nunca los colaboradores de la empresa cumplen con sus expectativas en dar buena calidad de los servicios típicos. Es importante cumplir con las expectativas de los clientes y generar una comunicación buena, buscando estrategias de los precios, promociones sobre las competencias, para generar más ventas e ingresos.

***Características valor percibido de los clientes de la Pequeña Empresa del Restaurant Turístico Diamantes del Distrito de Tumbes, 2023***

La empresa debería tener una relación activa con el cliente: El 52.08% de los clientes indicaron que siempre el restaurante tiene buena relación y activa con el cliente. Los

resultados obtenidos coinciden con Pacheco & Pinedo (2022) titulado *la calidad del servicio y la satisfacción del cliente de un restaurante de parrilladas en la ciudad de Trujillo en las condiciones de la crisis del COVID-19; 2021*, donde señalo que el 65% de los clientes indicaron que el restaurante siempre tiene una buena relación con sus consumidores. Pero contrasta con la tesis de Olaya (2020) titulado *Percepción de la calidad del servicio del restaurante Check In para un plan de acción*, donde menciona que el 88% de los clientes indicaron que el restaurante nunca tiene una buena relación con sus clientes, porque los colaboradores no tienen una buena comunicación. Es importante que los colaboradores tengan una buena comunicación y relación con los clientes, ya que ellos son importantes para el consumo de los platos turísticos y típicos.

Considera que sus consumos continuos han sido recompensados: 59.90% de los clientes indicaron que muy pocas veces la empresa considera que sus consumos continuos sean recompensados. Lo cual concuerda con la tesis de Olaya (2020) *Percepción de la calidad del servicio del restaurante Check In para un plan de acción*, quien menciona que el 44% de los clientes indicaron que la entidad muy pocas veces considera los consumos continuos de los clientes y no son recompensados. Pero contrasta con la tesis de Nicholson (2022) titulado *Análisis de la calidad del servicio y su relación con el nivel de satisfacción del cliente en el restaurante de comida rápida KFC, Panamá, 2021*, quien indico que el 34% de los consumidores de la empresa indicaron que siempre son recompensados cuando los clientes consumen continuamente los platos típicos. La empresa debe realizar con sus clientes que consumen continuamente hacer sorteos o recompensarlos con premios, así ganar mas clientes para su consumo en la empresa.

Considera adecuada la atención brindada por la empresa: El 46.88% de los clientes indicaron que algunas veces el restaurante considera una adecuada la atención a los clientes. Los resultados coinciden con Nicholson (2022) titulado *Análisis de la calidad del servicio y su relación con el nivel de satisfacción del cliente en el restaurante de comida rápida KFC, Panamá, 2021*, donde señala que el 65% de los consumidores indicaron que algunas veces los colaboradores realizan una atención brindada o adecuada hacia los clientes, asimismo concuerda con la tesis de López (2020) titulado *Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil*, quien manifestó que el 85% de los usuarios indicaron que la empresa algunas veces sus empleados brindan una atención adecuada con los clientes. Ya que es importante realizar una atención brindada a los clientes, estar atento a todos los pedidos que hacen y tener una buena relación.

Considera adecuada la confianza transmitida por la empresa: El 26.04% de los clientes indicaron que algunas veces la empresa considera la confianza transmitida hacia los clientes, lo cual concuerda con el estudio de López (2020) titulado *Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil*, quien menciona que 43% de los usuarios indicaron que la entidad algunas veces brinda una confianza transmitida hacia los clientes. Pero contrasta con la tesis de Nicholson (2022) titulado *Análisis de la calidad del servicio y su relación con el nivel de satisfacción del cliente en el restaurante de comida rápida KFC, Panamá, 2021*, donde señala que el 73% de los clientes indicaron que la empresa siempre transmite confianza y buena comunicación con los clientes. Es muy importante que los colaboradores tengan una confianza transmitida, ya que ellos son muy importantes satisfaciendo sus necesidades, gustos y preferencias en los platos típicos y turísticos que realicen pedidos.

## VI. CONCLUSIONES

Los clientes indicaron que algunas veces los establecimientos de la empresa restaurante son visualmente atractivos para el cliente, algunas veces los empleados de la entidad están bien vestidos y aseados para atender a los consumidores, muy pocas veces los equipos con los que cuenta la empresa son de apariencia moderna, ya que los colaboradores de la empresa deben ser más higiénicos en sus prestaciones en la empresa.

Los clientes indicaron que casi siempre la empresa de restaurante ha mostrado interés en solucionar los problemas que se presentan y quejas ante los usuarios, siempre se sienten seguro con los servicios que brinda la empresa, algunas veces el servicio que brinda la empresa es confiable, el dueño debe estar pendiente en los colaboradores que están brindando servicio a los consumidores satisfaciendo su pedidos y necesidades.

Los clientes indicaron que casi siempre han experimentado las mejoras en el servicio que brinda la empresa, casi siempre los consumidores reciben el servicio de manera rápida, siempre están satisfechos con el servicio brindado por la entidad de restaurante, los colaboradores deben estar más pendientes de sus pedidos que hacen, y enfocarse más en sus puestos de trabajos dejando a un lado sus celulares.

Los clientes indicaron que algunas veces la empresa se adapta para cumplir con sus expectativas de buen servicio que brinda la empresa, nunca la empresa de restaurante cumple con las expectativas de los consumidores de buen trato, ya que es muy importante el buen trato hacia los clientes para que consuman los platos típicos y turísticos, brindando un servicio de calidad y atención personalizada a los clientes.

Los clientes indicaron siempre la empresa debería tener una relación activa con el consumidor, muy pocas veces la entidad considera los consumos continuos de los consumidores y nos son recompensados, algunas veces el restaurante considera adecuada la atención brindada hacia los clientes, siempre el restaurante considera la confianza transmitida a los clientes.

## **VII. RECOMENDACIONES**

Realizar una capacidad de respuesta y la satisfacción al cliente tener objetivos y metas de cumplimiento en la cuales se debe priorizar las capacitaciones de los colaboradores y talleres de respuesta ante talvez la llegada de un cliente que presente dificultades en su atención.

Poner más interés en el perfeccionamiento de los equipos que cuenta la empresa, debe tomar nuevas estrategias ya que es primordial dentro de la entidad, asimismo sus empelados deben ir bien vestidos y aseados.

Considerar como prioridad la necesidad del cliente a razón de que consumidor es la fuente principal para la supervivencia y el desarrollo de la empresa, asimismo mantenerlos satisfechos a los clientes y de modo a fidelizar, por otro parte, dentro de la entidad es primordial saber a experiencia para la sostenibilidad de los clientes, poner más énfasis del consumidor en atención al cliente de ese modo mejorara las expectativas del cliente.

Fortalecer a los colaboradores en satisfacción de los clientes organizando y planificando los conocimientos que se imparten como parte de un liderazgo que ayude a llevar a cabo con las metas de satisfacción de los consumidores que se articulan con los contenidos al laborar estratégicamente.

Establecer en las necesidades del establecimiento un aspecto positivo donde el personal muestre uniformidad en los alimentos dispuestos al servicio ya que esto influye en la satisfacción al cliente.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Barrenechea , M. (2020). *Evaluación de la calidad del servicio de la agencia de viajes Huascarán del distrito de Huaraz, utilizando estándares derivados de las buenas practicas, en el año 2016*. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.13032/1566>
- Calvo , P. (2022). *Calidad de servicio y motivacion en los trabajadores de los restaurantes pollerías en el CP de Llicua, Amarilis, Huanuco – 2022*. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.13032/30800>
- Flores , J. (2021). *Caracterización de la calidad de servicio y la satisfacción del cliente de las Mypes, sector servicios, rubro restaurant pollerías del distrito de Tumbes, 2018*. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.13032/21768>
- Guevara , G., Verdesoto, A., & Castro , N. (2020). *Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción)*. Recimundo. Obtenido de <https://recimundo.com/index.php/es/article/view/860>
- Hernández , R., Fernández , C., & Baptista , M. (2018). *Metodología de la investigacion sexta edición*. México: Mc Graw Hill. Obtenido de <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Hernández, R., & Mendoza, C. P. (2018). *Metodología de la Investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. México: Mc Graw Hill Education. Obtenido de <http://repositorio.uasb.edu.bo:8080/handle/54000/1292>
- Hurtado , J. (17 de Agosto de 2021). *La validez por juicio de expertos en investigación*. Obtenido de Investigación holística:

<https://investigacionholistica.blogspot.com/2021/08/la-validez-por-juicio-de-expertos-en.html>

Kinder, G., & Chornogubsky, D. (2022). *Vendiendo exitosamente: Cómo vender seguros de vida y otros servicios financieros en el mundo de hoy*. Buenos Aires.: EDITORIAL DUNKEN.

López , D. (2020). *Calidad del servicio y la satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil*. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/9867>

Marchena, K. (2023). *Capacitación para mejorar la calidad del servicio en la peluquería Blanca, Marcará, Carhuaz, 2022*. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.13032/33832>

Montoya, K. (31 de julio de 2021). *GRM: Con las redes sociales, un cliente no deja de quejarse hasta quedar satisfecho*. *Gestión*. Obtenido de <http://gestion.pe/tendencias/grm-redes-sociales-cliente-no-deja-quejarse-hasta-que-quejar-satisfecho-2072412>

Nicholson , L. (2022). *Análisis de la calidad del servicio y su relación con el nivel de satisfacción del cliente en el restaurante de comida rápida KFC, Panamá, 2021*. Obtenido de <https://revistas.up.ac.pa/index.php/REICIT/article/view/2611>

Olaya , W. (2020). *Percepción de la calidad del servicio del restaurante Check In para un plan de acción*. Universidad de Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/49976>

Oviedo , H. (Setiembre de 2020). *Aproximación al uso del coeficiente alfa de Cronbach*. Obtenido de Revista Colombiana de Psiquiatría:

[http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0034-74502005000400009#:~:text=El%20valor%20m%C3%ADnimo%20aceptable%20para,que%20hay%20redundancia%20o%20duplicaci%C3%B3n.](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-74502005000400009#:~:text=El%20valor%20m%C3%ADnimo%20aceptable%20para,que%20hay%20redundancia%20o%20duplicaci%C3%B3n.)

Pacheco , M., & Pinedo , S. (2022). *Calidad de servicio y la satisfacción del cliente de un restaurante de parrilladas de la ciudad de Trujillo, ante la crisis de COVID-19; 2021.* Universidad Privada del Norte. Obtenido de <https://hdl.handle.net/11537/30445>

Rivas, p. (2 de enero de 2021). *El Perú reúne las condiciones para ofrecer la mejor atención al cliente de América Latina.* Obtenido de <http://gestion.pe/tendencias/peru-reune-condiciones-ofrecer-mejor-atencion-al-cliente-america-latina-universidad-piura-luis-garcia-tello-2085162#comentarios>

Ros, O. (2021). *Planificación y gestión integral de parques y jardines: Calidad, sostenibilidad y PRL.* Madrid: Mundi-Prensa.

Sánchez, F. (2020). *Cómo vender satisfacción (Comunicación y atención al cliente.* Madrid: EDITEX.

SOTIL, V. (2022). *CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE SOCIO EN LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO FINANSUR PERÚ–AÑO 2021”.* UNIVERSIDAD NACIONAL DEL CALLAO. Obtenido de <http://repositorio.unac.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12952/7545/TESIS-SOTIL%20MUNDINI.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Vargas, M., & Aldana, A. (2020). *Calidad y servicio: Conceptos y herramientas.* Bogotá: D.C: Ecoe Ediciones.

Villa, P. (2020). *Manual de atención a clientes y usuarios.* . Barcelona: PROFIT.

Villacorta , H. (2019). *Gestión de la calidad en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurante, urbanización Los Jardines, Trujillo 2018*. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.13032/9258>

Zapata, A. (14 de enero de 2020). *Estadísticas de Zapata*. Obtenido de <https://peru.as.com/resultados/ficha/deportista/zapata/17423/seleccion/estadisticas/>

## ANEXOS

### Anexo 01. Matriz de Consistencia

Formulación del problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Metodología
<p><b>Problema general:</b> ¿Cuáles son las principales características de calidad de servicio para mejorar la satisfacción del cliente de la Pequeña Empresa del Restaurant Turístico Diamantes del Distrito de Tumbes, 2023?</p> <p><b>Problemas específicos</b></p> <p><b>Variable 1. Calidad de servicio</b> ¿Cuáles son las características de los elementos tangibles de la Pequeña Empresa del Restaurant Turístico Diamantes del Distrito de Tumbes, 2023</p> <p>¿Cuáles son las características de las habilidades de la fiabilidad de la Pequeña Empresa del Restaurant Turístico Diamantes del Distrito de Tumbes, 2023</p> <p>¿Cuáles son las características de estrategias de la capacidad de respuesta de la Pequeña Empresa del Restaurant Turístico Diamantes del Distrito de Tumbes, 2023</p> <p><b>Variable 2. Satisfacción al cliente</b> ¿Cuáles son las características de las expectativas de los clientes de la Pequeña Empresa del Restaurant Turístico Diamantes del Distrito de Tumbes, 2023</p> <p>¿Cuáles son las características valor percibido de los clientes de la Pequeña Empresa del Restaurant Turístico Diamantes del Distrito de Tumbes, 2023</p> <p>¿Cuál es la propuesta de un plan de mejora de la calidad de servicio para mejorar la satisfacción del cliente de la Pequeña Empresa del Restaurant Turístico Diamantes del Distrito de Tumbes, 2023?</p>	<p><b>Objetivo general:</b> Determinar las características de la calidad de servicio para mejorar la satisfacción del cliente de la Pequeña Empresa del Restaurant Turístico Diamantes del Distrito de Tumbes, 2023</p> <p><b>Objetivos específicos:</b></p> <p><b>Variable 1. Calidad de servicio</b> Identificar las características de los elementos tangibles de la Pequeña Empresa del Restaurant Turístico Diamantes del Distrito de Tumbes, 2023</p> <p>Conocer las características de las habilidades de la fiabilidad de la Pequeña Empresa del Restaurant Turístico Diamantes del Distrito de Tumbes, 2023</p> <p>Describir las características de la capacidad de respuesta de la Pequeña Empresa del Restaurant Turístico Diamantes del Distrito de Tumbes, 2023</p> <p><b>Variable 2. Satisfacción al cliente</b> Determinar las características de las expectativas de los clientes de la Pequeña Empresa del Restaurant Turístico Diamantes del Distrito de Tumbes, 2023</p> <p>Conocer las características valor percibido de los clientes de la Pequeña Empresa del Restaurant Turístico Diamantes del Distrito de Tumbes, 2023</p> <p>Elaborar una propuesta de un plan de mejora de la calidad de servicio para mejorar la satisfacción del cliente de la Pequeña Empresa del Restaurant Turístico Diamantes del Distrito de Tumbes, 2023</p>	<p>La presente investigación titulada: <i>Calidad de servicio para mejorar la satisfacción del cliente de la Pequeña Empresa del Restaurant Turístico Diamantes del Distrito de Tumbes, 2023</i>, no cuenta con hipótesis puesto que es de nivel descriptivo.</p>	<p><b>Variable 1</b> <b>Calidad de servicio</b> <b>Dimensiones</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Elementos tangibles</li> <li>- Fiabilidad</li> <li>- capacidad de respuesta</li> </ul> <p><b>Variable 2</b> <b>Satisfacción al cliente</b> <b>Dimensiones</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Expectativas</li> <li>- Valor percibido</li> </ul>	<p><b>Tipo de Inv:</b> Cuantitativo</p> <p><b>Nivel de Inv:</b> Descriptivo</p> <p><b>Diseño de Inv:</b> No experimental y transversal</p> <p><b>Población</b> Clientes de la Pequeña Empresa del Restaurant Turístico Diamantes del Distrito de Tumbes, 2023</p> <p><b>Muestra:</b> 384 de la Pequeña Empresa del Restaurant Turístico Diamantes del Distrito de Tumbes, 2023</p> <p><b>Técnica</b> Encuesta</p> <p><b>Instrumento</b> Cuestionario</p>

**Anexo 02. Instrumento de recolección de información**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**CUESTIONARIO**

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de los clientes de la micro y pequeña empresa, para desarrollar la investigación titulada: Calidad de servicio para mejorar la satisfacción del cliente de la Pequeña Empresa del Restaurant Turístico Diamantes del Distrito de Tumbes, 2023. Para obtener el título profesional de licenciada en administración.

**INSTRUCCIONES:**

Se presenta un conjunto de 15 ítems, los cuales miden las dimensiones de la Calidad de servicio para mejorar la satisfacción del cliente de la Pequeña Empresa del Restaurant Turístico Diamantes del Distrito de Tumbes, 2023. Se presenta una escala de valoración. Favor de marcar una de las alternativas, la que usted estime conveniente. Se agradece su participación en este cuestionario.

**Cuestionario dirigido a los trabajadores**

		1	2	3	4	5					
		Nunca	Siempre	Casi Nunca	A veces	Casi Siempre					
Nº	Pregunta						1	2	3	4	5
<b>Variable 1. Calidad de servicio</b>											
<b>Dimensión 1. Elementos tangibles</b>											
1	¿Considera que los establecimientos de la empresa son visualmente atractivos?	1	2	3	4	5					

2	¿Considera que los equipos con los que cuenta la empresa son de apariencia moderna?	1	2	3	4	5
3	¿Sus empleados están bien vestidos y aseados?	1	2	3	4	5
<b>Dimensión 2. Fiabilidad</b>						
4	¿La empresa ha mostrado interés en solucionar sus problemas, en el momento de adquirir sus servicios?	1	2	3	4	5
5	¿Se siente seguro con los servicios que brinda la empresa?	1	2	3	4	5
6	¿Es confiable el servicio que brinda la empresa?					
<b>Dimensión 3. Capacidad de respuesta</b>						
7	¿Ha experimentado mejoras en el servicio que brinda la empresa?	1	2	3	4	5
8	¿Recibe el servicio de manera rápida?	1	2	3	4	5
9	¿Estas satisfecho con el servicio brindado por la empresa?	1	2	3	4	5
<b>Variable 2. Satisfacción al cliente</b>						
<b>Dimensión 1. Expectativas</b>						
10	¿Usted considera que el servicio de la empresa se adapte para cumplir con sus expectativas del buen servicio?	1	2	3	4	5
11	¿La empresa cumple con su expectativa de bueno?	1	2	3	4	5
<b>Dimensión 2. Valor percibido</b>						
12	¿Usted considera que la empresa debería tener una relación activa con el cliente?	1	2	3	4	5
13	¿Usted considera que sus consumos continuos han sido recompensados?	1	2	3	4	5

14	¿Usted considera adecuada la atención brindada por la empresa Restaurant Turístico Diamantes?					
15	¿Usted considera adecuada la confianza transmitida por la empresa Restaurant Turístico Diamantes?					

## Anexo 03. Validez del instrumento



### Carta de Presentación al Experto

#### CARTA DE PRESENTACIÓN

Magister: Galvani Guerrero García

Presente.-

Tema: PROCESO DE VALIDACIÓN A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS

Ante todo, saludarlo cordialmente y agradecerle la comunicación con su persona para hacer de su conocimiento que yo: CLAVIJO PARDO, GEIDY STEFANY estudiante / egresado del programa académico de ADMINISTRACION de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, debo realizar el proceso de validación de mi instrumento de recolección de información, motivo por el cual acudo a Ud. para su participación en el Juicio de Expertos.

Mi proyecto se titula: CALIDAD DE SERVICIO PARA LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE LA PEQUEÑA EMPRESA DEL RESTAURANT TURÍSTICO DIAMANTES DEL DISTRITO DE TUMBES, 2023 y envío a Ud. el expediente de validación que contiene:

- Ficha de Identificación de experto para proceso de validación
- Carta de presentación
- Matriz de consistencia
- Matriz de operacionalización de variables
- Ficha de validación

Agradezco anticipadamente su atención y participación, me despido de usted.

Atentamente,

Firma de estudiante  
DNI N° 76741426

**Ficha de Identificación del Experto para proceso de validación**

Nombres y Apellidos: Galvani Guerrero García

N° DNI / CE: 45101586

Edad: 36

Teléfono / celular: 973758395

Email: gguerrerog@untumbes.edu.pe

Título profesional:  
Licenciado en Administración de empresas

Grado académico: Maestría X Doctorado: \_\_\_\_\_

Especialidad:  
Dirección de Personas y Organizaciones

Institución que labora:  
Universidad Nacional de Tumbes

Identificación del Proyecto de Investigación o Tesis

Título:  
CALIDAD DE SERVICIO PARA LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE LA PEQUEÑA EMPRESA  
DEL RESTAURANT TURÍSTICO DIAMANTES DEL DISTRITO DE TUMBES, 2023

Autor(es):  
CLAVIJO PARDO, GEIDY STEFANY

Programa académico:  
ADMINISTRACIÓN



Dr. Galvani Guerrero García  
CLAD: 05883

Firma del Experto



Huella digital del experto

**Formato de Ficha de Validación (para ser llenado por el experto)**

FICHA DE VALIDACIÓN*								
TÍTULO: Calidad de servicio para mejorar la satisfacción del cliente de la pequeña empresa del Restaurant Turístico Diamantes del Distrito de Tumbes, 2023								
	Variable 1: Calidad de servicio	Relevancia		Pertinencia		Claridad		Observaciones
		Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	
	<b>Dimensión 1: Elementos tangibles</b>							
1	¿Considera que los establecimientos de la empresa son visualmente atractivos?	X		X		X		
2	¿Considera que los equipos con los que cuenta la empresa son de apariencia moderna?	X		X		X		
3	¿Sus empleados están bien vestidos y aseados?	X		X		X		
	<b>Dimensión 2: Fiabilidad</b>							
1	¿La empresa ha mostrado interés en solucionar sus problemas, en el momento de adquirir sus servicios?	X		X		X		
2	¿Se siente seguro con los servicios que brinda la empresa?	X		X		X		
3	¿Es confiable el servicio que brinda la empresa?	X		X		X		
	<b>Dimensión 3. Capacidad de respuesta</b>							
1	¿Ha experimentado mejoras en el servicio que brinda la empresa?	X		X		X		
2	¿Recibe el servicio de manera rápida?	X		X		X		
3	¿Estas satisfecho con el servicio brindado por la empresa?	X		X		X		
	<b>Variable 2: Satisfacción al cliente</b>							
	<b>Dimensión 1: Expectativas</b>							
1	¿Usted considera que el servicio de la empresa se adapte para cumplir con sus expectativas del buen servicio?	X		X		X		
2	¿La empresa cumple con su expectativa de bueno?	X		X		X		

Dimensión 2: Valor percibido							
1	¿Usted considera que la empresa debería tener una relación activa con el cliente?	X		X		X	
2	¿Usted considera que sus consumos continuos han sido recompensados?	X		X		X	
3	¿Usted considera adecuada la atención brindada por la empresa Restaurant Turístico Diamantes?	X		X		X	
4	¿Usted considera adecuada la atención brindada por la empresa Restaurant Turístico Diamantes?	X		X		X	

\*Aumentar filas según la necesidad del instrumento de recolección

Recomendaciones:

.....

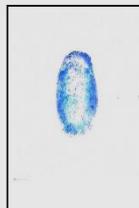
Opinión de experto:   Aplicable ( X )   Aplicable después de modificar (   )   No aplicable (   )

Nombres y Apellidos de experto: Dr / Mg Galvani Guerrero García DNI 45101586



Dr. Mg Galvani Guerrero García  
CIAD: 09883

\_\_\_\_\_  
Firma del experto





### Carta de Presentación al Experto

#### CARTA DE PRESENTACIÓN

Magister / Doctor: EDITA JERID PERICHE CASTRO

Presente.-

Tema: PROCESO DE VALIDACIÓN A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS

Ante todo, saludarlo cordialmente y agradecerle la comunicación con su persona para hacer de su conocimiento que yo: CLAVIJO PARDO, GEIDY STEFANY estudiante / egresado del programa académico de ADMINISTRACION de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, debo realizar el proceso de validación de mi instrumento de recolección de información, motivo por el cual acudo a Ud. para su participación en el Juicio de Expertos.

Mi proyecto se titula: CALIDAD DE SERVICIO PARA LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE LA PEQUEÑA EMPRESA DEL RESTAURANT TURÍSTICO DIAMANTES DEL DISTRITO DE TUMBES, 2023 y envío a Ud. el expediente de validación que contiene:

- Ficha de Identificación de experto para proceso de validación
- Carta de presentación
- Matriz de consistencia
- Matriz de operacionalización de variables
- Ficha de validación

Agradezco anticipadamente su atención y participación, me despido de usted.

Atentamente,

---

Firma de estudiante

DNI N° 76741426

**Ficha de Identificación del Experto para proceso de validación**

Nombres y Apellidos:

EDITA JERID PERICHE CASTRO

N° DNI / CE: 41799958

Edad: 40:

Teléfono / celular: 969854604

Email:

Epeca83@gmail.com

Título profesional:

**LICENCIADA EN ADMINISTRACION**

Grado académico: Maestría: X

Doctorado:

Especialidad:

**MAGISTER EN EDUCACION CON MENCION EN DOCENCIA Y GESTION EDUCATIVA**

Institución que labora:

INDEPENDIENTE

Identificación del Proyecto de Investigación o Tesis

Título:

CALIDAD DE SERVICIO PARA LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE LA PEQUEÑA EMPRESA  
DEL RESTAURANT TURÍSTICO DIAMANTES DEL DISTRITO DE TUMBES, 2023

Autor(es):

CLAVIJO PARDO, GEIDY STEFANY

Programa académico:

ADMINISTRACIÓN



Edita Jerid Periche Castro  
Administradora  
CORLAD 064037

Firma del Experto



Huella digital del experto

Formato de Ficha de Validación (para ser llenado por el experto)

FICHA DE VALIDACIÓN*								
TÍTULO: Calidad de servicio para mejorar la satisfacción del cliente de la pequeña empresa del Restaurant Turístico Diamantes del Distrito de Tumbes, 2023								
	Variable 1: Calidad de servicio	Relevancia		Pertinencia		Claridad		Observaciones
		Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	
	<b>Dimensión 1: Elementos tangibles</b>							
1	¿Considera que los establecimientos de la empresa son visualmente atractivos?	X		X		X		
2	¿Considera que los equipos con los que cuenta la empresa son de apariencia moderna?	X		X		X		
3	¿Sus empleados están bien vestidos y aseados?	X		X		X		
	<b>Dimensión 2: Fiabilidad</b>							
1	¿La empresa ha mostrado interés en solucionar sus problemas, en el momento de adquirir sus servicios?	X		X		X		
2	¿Se siente seguro con los servicios que brinda la empresa?	X		X		X		
3	¿Es confiable el servicio que brinda la empresa?	X		X		X		
	<b>Dimensión 3. Capacidad de respuesta</b>							
1	¿Ha experimentado mejoras en el servicio que brinda la empresa?	X		X		X		
2	¿Recibe el servicio de manera rápida?	X		X		X		
3	¿Estas satisfecho con el servicio brindado por la empresa?	X		X		X		
	<b>Variable 2: Satisfacción al cliente</b>							
	<b>Dimensión 1: Expectativas</b>							
1	¿Usted considera que el servicio de la empresa se adapte para cumplir con sus expectativas del buen servicio?	X		X		X		
2	¿La empresa cumple con su expectativa de bueno?	X		X		X		

Dimensión 2: Valor percibido							
1	¿Usted considera que la empresa debería tener una relación activa con el cliente?	X		X		X	
2	¿Usted considera que sus consumos continuos han sido recompensados?	X		X		X	
3	¿Usted considera adecuada la atención brindada por la empresa Restaurant Turístico Diamantes?	X		X		X	
4	¿Usted considera adecuada la atención brindada por la empresa Restaurant Turístico Diamantes?	X		X		X	

\*Aumentar filas según la necesidad del instrumento de recolección

Recomendaciones:

.....

Opinión de experto:   Aplicable (x)   Aplicable después de modificar (   )   No aplicable (   )

Nombres y Apellidos de experto: Dr / Mg EDITA JERID PERICHE CASTRO

DNI: 41799958



Edita Jerid Periche Castro  
Administradora  
CORLAD 084031

Firma del experto



Huella digital  
del experto



### Carta de Presentación al Experto

#### CARTA DE PRESENTACIÓN

Magister: Cristihan Sosa Orellana

Presente.-

Tema: PROCESO DE VALIDACIÓN A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS

Ante todo, saludarlo cordialmente y agradecerle la comunicación con su persona para hacer de su conocimiento que yo: CLAVIJO PARDO, GEIDY STEFANY estudiante / egresado del programa académico de ADMINISTRACION de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, debo realizar el proceso de validación de mi instrumento de recolección de información, motivo por el cual acudo a Ud. para su participación en el Juicio de Expertos.

Mi proyecto se titula: CALIDAD DE SERVICIO PARA LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE LA PEQUEÑA EMPRESA DEL RESTAURANT TURÍSTICO DIAMANTES DEL DISTRITO DE TUMBES, 2023 y envío a Ud. el expediente de validación que contiene:

- Ficha de Identificación de experto para proceso de validación
- Carta de presentación
- Matriz de consistencia
- Matriz de operacionalización de variables
- Ficha de validación

Agradezco anticipadamente su atención y participación, me despido de usted.

Atentamente,

---

Firma de estudiante  
DNI N° 76741426

Ficha de Identificación del Experto para proceso de validación

Nombres y Apellidos:  
Cristihan Sosa Orellana

N° DNI / CE: 00373944..

Edad: 46

Teléfono / celular: ...972622677.

Email: csosao@untumbes.edu.pe

Título profesional:  
Licenciado en Administración de Empresa

Grado académico: Maestría  X

Doctorado: \_\_\_\_\_

Especialidad:  
...Finanzas.....

Institución que labora:  
...Universidad Nacional de Tumbes.....

Identificación del Proyecto de Investigación o Tesis

Título:

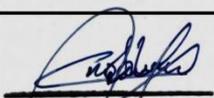
CALIDAD DE SERVICIO PARA LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE LA PEQUEÑA EMPRESA DEL RESTAURANT TURÍSTICO DIAMANTES DEL DISTRITO DE TUMBES, 2023

Autor(es):

CLAVIJO PARDO, GEIDY STEFANY

Programa académico:

ADMINISTRACIÓN



Mgtr. Lic. Adm. CRISTIHAN SOSA ORELLANA  
NÚMERO DE COLEGIATURA 007235

REGISTRO EN FINANZAS  
Firma del Experto



Huella digital del experto

**Formato de Ficha de Validación (para ser llenado por el experto)**

FICHA DE VALIDACIÓN*								
TÍTULO: Calidad de servicio para mejorar la satisfacción del cliente de la pequeña empresa del Restaurant Turístico Diamantes del Distrito de Tumbes, 2023								
	Variable 1: Calidad de servicio	Relevancia		Pertinencia		Claridad		Observaciones
		Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	
	<b>Dimensión 1: Elementos tangibles</b>							
1	¿Considera que los establecimientos de la empresa son visualmente atractivos?	X		X		X		
2	¿Considera que los equipos con los que cuenta la empresa son de apariencia moderna?	X		X		X		
3	¿Sus empleados están bien vestidos y aseados?	X		X		X		
	<b>Dimensión 2: Fiabilidad</b>							
1	¿La empresa ha mostrado interés en solucionar sus problemas, en el momento de adquirir sus servicios?	X		X		X		
2	¿Se siente seguro con los servicios que brinda la empresa?	X		X		X		
3	¿Es confiable el servicio que brinda la empresa?	X		X		X		
	<b>Dimensión 3. Capacidad de respuesta</b>							
1	¿Ha experimentado mejoras en el servicio que brinda la empresa?	X		X		X		
2	¿Recibe el servicio de manera rápida?	X		X		X		
3	¿Estas satisfecho con el servicio brindado por la empresa?	X		X		X		
	<b>Variable 2: Satisfacción al cliente</b>							
	<b>Dimensión 1: Expectativas</b>							
1	¿Usted considera que el servicio de la empresa se adapte para cumplir con sus expectativas del buen servicio?	X		X		X		
2	¿La empresa cumple con su expectativa de bueno?	X		X		X		

Dimensión 2: Valor percibido							
1	¿Usted considera que la empresa debería tener una relación activa con el cliente?	X		X		X	
2	¿Usted considera que sus consumos continuos han sido recompensados?	X		X		X	
3	¿Usted considera adecuada la atención brindada por la empresa Restaurant Turístico Diamantes?	X		X		X	
4	¿Usted considera adecuada la confianza transmitida por la empresa Restaurant Turístico Diamantes?		X		X		X

\*Aumentar filas según la necesidad del instrumento de recolección

Recomendaciones:.....  
 .....

Opinión de experto: Aplicable ( ) Aplicable después de modificar ( ) No aplicable ( )

Nombres y Apellidos de experto: Dr / Mg ..... DNI .....



Mg/Lic. Adm. CRISTIAN SOSA ORELLANA  
 NÚMERO DE COLEGIATURA 407335  
 MAGISTER EN FINANZAS



Firma del experto

## Anexo 04. Confiabilidad del instrumento

### Variable 1. Calidad de servicio

VARIABLE 1: CALIDAD DE SERVICIO							
item 3	item 4	item 5	item 6	item 7	item 8	item 9	SUMA
2	1	1	2	2	3	1	14
2	2	2	3	3	4	3	22
1	1	2	2	2	3	2	17
3	5	2	4	3	1	4	32
2	2	3	3	3	3	2	21
1	1	1	2	2	2	2	15
2	1	2	3	3	3	1	18
2	2	3	4	3	3	2	22
1	2	2	2	1	2	1	15
2	1	2	2	1	1	1	13
0.36	1.36	0.4	0.61	0.61	0.85	0.89	

Σ (símbolo sumatoria)	
α (Alfa) =	0.8317757
K (Numero de Items) =	9
Vi (Varianza de cada Items) =	7.53
Vt (Varianza Total) =	28.89

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[ 1 - \frac{\sum Vi}{Vt} \right]$$

En la variable "calidad servicio" se encuestó a 10 clientes de la Pequeña Empresa del Restaurant Turístico Diamantes de lo cual según la fórmula alfa de Cronbach, salió como resultado final 0.831775701, lo que nos quiere decir el análisis de la consistencia que es buena la confiabilidad del instrumento.

### Variable 2. Satisfacción al cliente

VARIABLE 2: SATISFACCION AL CLIENTE							
	item 1	item 2	item 3	item 4	item 5	item 6	SUMA
Cliente 1	3	1	2	3	2	3	14
Cliente 2	4	3	2	2	2	4	17
Cliente 3	3	2	1	2	1	2	11
Cliente 4	1	3	5	5	4	5	23
Cliente 5	3	2	2	2	2	1	12
Cliente 6	2	1	1	2	1	2	9
Cliente 7	3	3	3	4	3	2	18
Cliente 8	4	2	2	2	4	5	19
Cliente 9	1	1	2	4	2	1	11
Cliente 10	1	1	1	1	1	1	6
VARIANZA	1.25	0.69	1.29	1.41	1.16	2.24	

Σ (símbolo sumatoria)	
α (Alfa) =	0.80132231
K (Numero de Items) =	6
Vi (Varianza de cada Items) =	8.04
Vt (Varianza Total) =	24.2

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[ 1 - \frac{\sum Vi}{Vt} \right]$$

En la variable "Satisfacción al cliente" se encuestó a 10 clientes de la Pequeña Empresa del Restaurant Turístico Diamantes de lo cual según la fórmula alfa de Cronbach, salió como resultado final 0.80132231, lo que nos quiere decir el análisis de la consistencia que es buena la confiabilidad del instrumento.

## Anexo 05. Formato de Consentimiento Informado



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS  
(Ciencias Sociales)

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia.

La presente investigación se titula: Calidad de servicio para mejorar la satisfacción del cliente de la Pequeña Empresa del Restaurant Turístico Diamantes del Distrito de Tumbes, 2023 y es dirigida por Clavijo Pardo, Geidy Stefany, estudiante investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es recopilar información de los clientes para Describir las características de calidad de servicio para mejorar la satisfacción del cliente de la Pequeña Empresa del Restaurant Turístico Diamantes del Distrito de Tumbes, 2023., y de esa manera poder sentar una base científica en este campo de estudios. Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 minutos de su tiempo.

Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de los medios oficiales. Si desea, también podrá escribir al correo [clavijopardog@gmail.com](mailto:clavijopardog@gmail.com) para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: YESMANY HUAMAN CORDOVA.

Fecha: 30 NOVIEMBRE 2023

Correo electrónico: \_\_\_\_\_

Firma del participante: \_\_\_\_\_

Firma del investigador (o encargado de recoger información): \_\_\_\_\_



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

(Ciencias Sociales)

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia.

La presente investigación se titula: Calidad de servicio para mejorar la satisfacción del cliente de la Pequeña Empresa del Restaurant Turístico Diamantes del Distrito de Tumbes, 2023 y es dirigida por Clavijo Pardo, Geidy Stefany, estudiante investigador de la Universidad Católica Los Angeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es recopilar información de los clientes para Describir las características de calidad de servicio para mejorar la satisfacción del cliente de la Pequeña Empresa del Restaurant Turístico Diamantes del Distrito de Tumbes, 2023., y de esa manera poder sentar una base científica en este campo de estudios. Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 minutos de su tiempo.

Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de los medios oficiales Si desea, también podrá escribir al correo [clavijopardog@gmail.com](mailto:clavijopardog@gmail.com) para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: YARY PARFAN SANJINEZ.

Fecha: 30 NOVIEMBRE DEL 2023

Correo electrónico: YPARFAN@gmail.com.

Firma del participante: 

Firma del investigador (o encargado de recoger información): 



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE**

**PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS  
(Ciencias Sociales)**

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia.

La presente investigación se titula: Calidad de servicio para mejorar la satisfacción del cliente de la Pequeña Empresa del Restaurant Turístico Diamantes del Distrito de Tumbes, 2023 y es dirigida por Clavijo Pardo, Geidy Stefany, estudiante investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es recopilar información de los clientes para Describir las características de calidad de servicio para mejorar la satisfacción del cliente de la Pequeña Empresa del Restaurant Turístico Diamantes del Distrito de Tumbes, 2023., y de esa manera poder sentar una base científica en este campo de estudios. Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 minutos de su tiempo.

Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de los medios oficiales Si desea, también podrá escribir al correo [clavijopardog@gmail.com](mailto:clavijopardog@gmail.com) para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: Naybi Campaño Clavijo

Fecha: 30/11/23

Correo electrónico: naybisg@gmail.com.

Firma del participante: [Firma]

Firma del investigador (o encargado de recoger información): [Firma]



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

(Ciencias Sociales)

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia.

La presente investigación se titula: Calidad de servicio para mejorar la satisfacción del cliente de la Pequeña Empresa del Restaurant Turístico Diamantes del Distrito de Tumbes, 2023 y es dirigida por Clavijo Pardo, Geidy Stefany, estudiante investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es recopilar información de los clientes para Describir las características de calidad de servicio para mejorar la satisfacción del cliente de la Pequeña Empresa del Restaurant Turístico Diamantes del Distrito de Tumbes, 2023., y de esa manera poder sentar una base científica en este campo de estudios. Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 minutos de su tiempo.

Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de los medios oficiales. Si desea, también podrá escribir al correo [clavijopardog@gmail.com](mailto:clavijopardog@gmail.com) para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: Carolina Nina More.

Fecha: 30 noviembre 2023

Correo electrónico: ninomorec@gmail.com.

Firma del participante: 

Firma del investigador (o encargado de recoger información): 



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

(Ciencias Sociales)

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia.

La presente investigación se titula: Calidad de servicio para mejorar la satisfacción del cliente de la Pequeña Empresa del Restaurant Turístico Diamantes del Distrito de Tumbes, 2023 y es dirigida por Clavijo Pardo, Geidy Stefany, estudiante investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es recopilar información de los clientes para Describir las características de calidad de servicio para mejorar la satisfacción del cliente de la Pequeña Empresa del Restaurant Turístico Diamantes del Distrito de Tumbes, 2023., y de esa manera poder sentar una base científica en este campo de estudios. Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 minutos de su tiempo.

Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de los medios oficiales Si desea, también podrá escribir al correo [clavijopardog@gmail.com](mailto:clavijopardog@gmail.com) para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: DEHIDY. VELASQUEZ. CLAVIJO

Fecha: 30/11/23

Correo electrónico: DEHIDYV@GMAIL.COM

Firma del participante: [Firma]

Firma del investigador (o encargado de recoger información): [Firma]

## Anexo 06. Documento de aprobación de institución para la recolección de información

  
**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

Carta N° 001 - 2023-ULADECH CATÓLICA

Sr (a).  
DOMÍNGUEZ HUAMÁN GONZALO  
Representante del Restaurant Turístico Diamantes  
Presente.-

De mi consideración:

Es un placer dirigirme a usted para expresar mi cordial saludo e informarle que soy estudiante de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. El motivo de la presente tiene por finalidad presentarme, CLAVIJO PARDO, GEIDY STEFANY, con código de matrícula N° 2111131087, de la Carrera Profesional de Administración, quién solicita autorización para ejecutar de manera remota, virtual o presencial el proyecto de investigación titulado "CALIDAD DE SERVICIO PARA LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE LA PEQUEÑA EMPRESA DEL RESTAURANT TURÍSTICO DIAMANTES DEL DISTRITO DE TUMBES, 2023", durante los 04 meses de ejecución de la investigación del presente año.

Por este motivo, mucho agradeceré me brinde el acceso y las facilidades a fin de ejecutar satisfactoriamente mi investigación la misma que redundará en beneficio de su Institución. En espera de su amable atención, quedo de usted.

Atentamente,  
  
CLAVIJO PARDO, GEIDY STEFANY  
DNI. N° 76741426

  
Gonzalo Dominguez Huaman.  
00239556

## Anexo 07. Evidencias de ejecución (declaración jurada, base de datos)

### DECLARACIÓN JURADA

Yo, CLAVIJO PARDO, GEIDY STEFANY identificado (a) con DNI, 76741426, con domicilio real en Jr. los tumpis 320 barrio el tablazo, Distrito TUMBES, Provincia TUMBES, Departamento TUMBES,

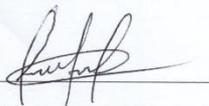
#### DECLARO BAJO JURAMENTO,

En mi condición de (estudiante/bachiller) Clavijo Pardo, Geidy Stefany con código de estudiante 2111131087 de la Escuela Profesional de Administración Facultad de Ciencias e Ingeniería de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, semestre académico 2023-1:

1. Que los datos consignados en la tesis titulada: CALIDAD DE SERVICIO PARA LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE LA PEQUEÑA EMPRESA DEL RESTAURANTE TURÍSTICO DIAMANTES DEL DISTRITO DE TUMBES, 2023

Doy fe que esta declaración corresponde a la verdad

Tumbes, 21 de Diciembre de 2023



Firma del estudiante/bachiller

DNI:76741426



Huella Digital