



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

TÍTULO:

CARACTERIZACIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO AL
CLIENTE Y RENTABILIDAD EN LAS MYPES EN EL
SECTOR SERVICIO, RUBRO RESTAURANTES DEL
DISTRITO DE PAMPAS DE HOSPITAL – TUMBES, 2017.

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

AUTORA:

Br. DORIS PINTADO ALBERCA

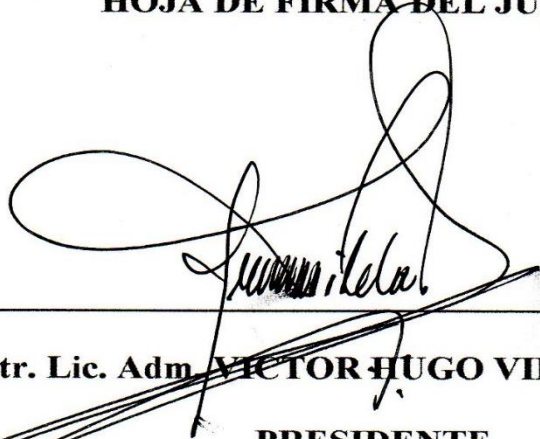
ASESOR:

Mgr. Lic. Adm. JOSÉ FERNANDO ESCOBEDO GÁLVEZ

TUMBES – PERÚ

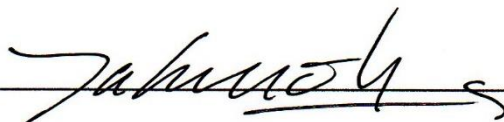
2018

HOJA DE FIRMA DEL JURADO



Mgtr. Lic. Adm. VICTOR HUGO VILELA VARGAS

PRESIDENTE



Mgtr. Lic. Adm. VICTOR HELIO PATIÑO NIÑO

SECRETARIO



Lic. Adm. MARITZA ZELIDETH CHUMACERO ANCAJIMA

VOCAL



Mgtr. Lic. Adm. JOSÉ FERNANDO ESCOBEDO GÁLVEZ

ASESOR

AGRADECIMIENTOS

A DIOS

Por ser la luz que ilumina mi camino, por su inmenso amor y por cada una de las bendiciones recibidas.

A MIS PADRES

Por su apoyo constante e incondicional en cada uno de mis proyectos de vida, por ser estar presentes en los momentos más difíciles, enseñándome a identificar el porqué de las cosas y a valorar las oportunidades que se me presentan en el transcurso de mis días.

A MIS HERMANAS

Por estar siempre presentes en cada uno de mis días, arrancándome una sonrisa con cada una de sus locuras y haciendo de mis días los mejores.

AL ADM. MG. JOSÉ FERNANDO ESCOBEDO GÁLVEZ

Quien con su asesoría, paciencia y dedicación ha hecho posible la realización de la presente tesis.

DORIS

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación está dedicado a Dios, por su infinito amor, por iluminar mi camino, enseñarme a ser persistente y a no bajar los brazos ante las adversidades suscitadas, por permitirme comprender que sus tiempos son perfectos y sus planes mejores que los míos.

A mi familia por su amor incondicional, por ser motor y motivo en mi vida y sobre todo, fuente de inspiración para superarme cada día más, convirtiéndome en un ejemplo a seguir para los más pequeños de la casa.

DORIS

RESUMEN

El presente trabajo de investigación denominado “**Caracterización de la Calidad del Servicio al Cliente y Rentabilidad en las MyPes en el Sector Servicio, Rubro Restaurantes del Distrito de Pampas de Hospital – Tumbes, 2017**”. En el cual se identificó el siguiente enunciado ¿Cómo se caracteriza la calidad del servicio al cliente y rentabilidad de las MyPes en el Sector Servicio, rubro restaurantes del distrito de Pampas de Hospital – Tumbes, 2017? Por lo tanto, se planteó el siguiente Objetivo General: Determinar y describir la caracterización de la calidad del Servicio al Cliente y rentabilidad de las MyPes en el Sector Servicio, Rubro Restaurantes del Distrito de Pampas de Hospital – Tumbes, 2017, dando a conocer mediante la revisión literaria las definiciones correspondientes a las variables de: Calidad del Servicio al Cliente y Rentabilidad. Asimismo, metodológicamente, la investigación realizada es considerada descriptiva, de nivel cuantitativo, diseño no experimental y de corte transversal; ya que se describirán realidades, hechos y características de datos sin ser manipulados ni alterados y en un solo momento. Por lo tanto se concluye que se identificó que son buenos los servicios brindados por los Restaurantes del Distrito de Pampas de Hospital, ya que emplean adecuadamente los elementos tangibles como materiales de comunicación para ofertar sus productos a los clientes, mostrándose asimismo, accesibles a la absolución de dudas e inquietudes, contando con buena capacidad de respuesta en la atención y entrega de pedidos, mostrando por consiguiente, credibilidad en los tiempos y precios prometidos; además, cuenta con un buen sistema de seguridad, adecuada comunicación con los clientes, brinda atención individualizada, comprensión a sus necesidades, profesionalismo y cortesía durante la atención.

Palabras claves: Calidad del Servicio al Cliente, Rentabilidad, Restaurantes.

ABSTRACT

The present research work called "**Characterization of the Quality of Customer Service and Profitability in the MyPes in the Service Sector, Restaurants of the District of Pampas de Hospital - Tumbes, 2017**". In which the following statement was identified: How is the quality of the customer service and profitability of the MyPes in the Service Sector, restaurant sector of the Pampas de Hospital - Tumbes district, 2017 characterized? Therefore, the following General Objective was proposed: Determine and describe the characterization of the quality of the Customer Service and profitability of the MyPes in the Service Sector, Rubro Restaurants of the District of Pampas de Hospital - Tumbes, 2017, making known through the literary revision the definitions corresponding to the variables of: Quality of Customer Service and Profitability. Likewise, methodologically, the research carried out is considered descriptive, of quantitative level, non-experimental and cross-sectional design; since realities, facts and data characteristics will be described without being manipulated or altered and in a single moment. Therefore it is concluded that it was identified that the services provided by the Restaurants of the Pampas de Hospital District are good, since they adequately use the tangible elements as communication materials to offer their products to the clients, also being accessible to the acquittal of doubts and concerns, counting on good response capacity in the attention and delivery of orders, showing therefore, credibility in the times and prices promised; In addition, it has a good security system, adequate communication with customers, provides individualized attention, understanding their needs, professionalism and courtesy during care.

Keywords: Quality of Customer Service, Profitability, Restaurants.

ÍNDICE

| | |
|---|-----|
| CARÁTULA..... | I |
| HOJA DE FIRMA DEL JURADO | II |
| AGRADECIMIENTOS | II |
| DEDICATORIA..... | IV |
| RESUMEN..... | V |
| ABSTRACT..... | VI |
| ÍNDICE | VII |
| I. INTRODUCCIÓN..... | 13 |
| II. REVISIÓN DE LA LITERATURA..... | 26 |
| 2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN | 26 |
| 2.2. BASES TEÓRICAS Y CONCEPTUALES | 37 |
| 2.2.1. VARIABLE CALIDAD DEL SEVICIO AL CLIENTE..... | 37 |
| 2.2.1.1. CALIDAD | 37 |
| 2.2.1.1.1. DEFINICIÓN | 37 |
| 2.2.1.1.2. TEORÍA DE LA CALIDAD TOTAL..... | 40 |
| 2.2.1.1.3. LAS OCHO DIMENSIONES DE LA CALIDAD | 41 |
| 2.2.1.2. SERVICIO | 42 |
| 2.2.1.2.1. PLANIFICACIÓN DE LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO | 43 |
| 2.2.1.2.2. DIMENSIONES DE LOS SERVICIOS | 44 |
| 2.2.1.2.3. EL MODELO SERVQUAL DE LA CALIDAD DE SERVICIO | 46 |
| 2.2.1.3. CLIENTE..... | 46 |
| 2.2.1.3.1. DEFINICIÓN | 46 |
| 2.2.1.3.2. TIPOS DE CLIENTES..... | 47 |
| 2.2.1.3.3. LA ATENCIÓN AL CLIENTE | 47 |
| 2.2.1.3.4. SATISFACCIÓN Y PERCEPCIÓN DEL CLIENTE..... | 48 |
| 2.2.1.3.5. MANIFESTACIONES DEL CLIENTE..... | 48 |
| 2.2.1.4. CALIDAD EN EL SERVICIO AL CLIENTE | 48 |
| 2.2.2. VARIABLE RENTABILIDAD | 49 |
| 2.2.2.1. RENTABILIDAD..... | 49 |
| 2.2.2.1.1. DEFINICIÓN | 49 |
| 2.2.2.1.2. TIPOS DE RENTABILIDAD | 50 |
| 2.2.2.1.3. RATIOS DE RENTABILIDAD..... | 52 |
| 2.2.2.1.4. FACTORES DETERMINANTES DE RENTABILIDAD | 54 |
| 2.2.2.1.5. IMPORTANCIA DE LA RENTABILIDAD..... | 54 |

| | | |
|------------|--|----|
| 2.2.2.2. | ELEMENTOS BÁSICOS DE LAS CUENTAS ANUALES | 55 |
| 2.2.2.2.1. | ACTIVOS..... | 55 |
| 2.2.2.2.2. | PASIVOS..... | 56 |
| 2.2.2.2.3. | PATRIMONIO NETO | 56 |
| 2.2.2.2.4. | GASTOS..... | 57 |
| 2.2.2.2.5. | INGRESOS | 58 |
| 2.2.3. | LA MICRO Y PEQUEÑA EMPPPESA..... | 60 |
| 2.2.3.1. | DEFINICIÓN DE MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA | 60 |
| 2.2.3.2. | OBJETO DE LA LEY..... | 61 |
| 2.2.3.3. | CARACTERÍSTICAS DE LA MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS:..... | 61 |
| 2.2.3.4. | IMPORTANCIA DE LAS MYPES..... | 62 |
| 2.2.3.5. | LOS RESTAURANTES | 62 |
| 2.2.3.5.1. | TIPOS DE RESTAURANTES | 63 |
| III. | HIPÓTESIS DE INVESTIGACIÓN: | 64 |
| IV. | METODOLOGÍA | 65 |
| 4.1. | TIPO DE INVESTIGACIÓN | 65 |
| 4.1.1. | NIVEL DE LA INVESTIGACIÓN | 65 |
| 4.1.2. | DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN | 65 |
| 4.1.3. | POBLACIÓN Y MUESTRA | 66 |
| 4.1.3.1. | POBLACIÓN..... | 66 |
| 4.1.3.1.1. | POBLACIÓN 1 (P1) | 66 |
| 4.1.3.1.2. | POBLACIÓN 2 (P2) | 66 |
| 4.1.3.2. | MUESTRA | 67 |
| 4.1.3.2.1. | CRITERIOS DE INCLUSIÓN Y EXCLUSIÓN DE LA MUESTRA ... | 68 |
| 4.1.4. | DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES..... | 68 |
| 4.1.4.1. | DEFINICIÓN DE VARIABLES | 68 |
| 4.1.4.2. | VARIABLE 01 | 69 |
| 4.1.4.3. | VARIABLE 02 | 69 |
| 4.1.5. | OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES | 70 |
| 4.2. | TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS..... | 74 |
| 4.2.1. | TÉCNICAS | 74 |
| 4.2.1.1. | ENCUESTAS..... | 74 |
| 4.2.1.2. | OBSERVACIÓN DIRECTA | 74 |
| 4.2.1.3. | ANÁLISIS DE DOCUMENTOS | 75 |

| | |
|---|------------|
| 4.2.1.4. INTERNET | 75 |
| 4.2.2. INSTRUMENTOS..... | 75 |
| 4.2.2.1. CUESTIONARIO..... | 75 |
| 4.2.2.2. TIPO DE PREGUNTA..... | 76 |
| 4.2.2.3. FICHAS BIBLIOGRÁFICAS | 76 |
| 4.2.2.4. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES..... | 76 |
| 4.3. PLAN DE ANÁLISIS..... | 76 |
| 4.3.1. MICROSOFT OFFICE WORD..... | 76 |
| 4.3.2. MICROSOFT OFFICE EXCEL..... | 77 |
| 4.3.3. SOFTWARE..... | 77 |
| 4.3.4. MICROSOFT OFFICE POWERPOINT | 77 |
| 4.3.5. TURNITIN..... | 77 |
| 4.4. MATRIZ DE CONSISTENCIA..... | 78 |
| 4.5. PRINCIPIOS ÉTICOS | 80 |
| 4.5.1. ACCESIBILIDAD..... | 80 |
| 4.5.2. BÚSQUEDA DE LA VERDAD | 80 |
| 4.5.3. COHERENCIA | 80 |
| 4.5.4. COMPROMISO | 80 |
| 4.5.5. PERSEVERANCIA..... | 80 |
| V. RESULTADOS..... | 81 |
| 5.1. RESULTADOS..... | 81 |
| 5.2. ANÁLISIS DE RESULTADOS..... | 90 |
| VI. CONCLUSIONES..... | 97 |
| REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS..... | 99 |
| ANEXOS..... | 107 |
| ANEXO N° 01: CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES..... | 108 |
| ANEXO N° 02: PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO | 109 |
| ANEXO N° 03: ENCUESTA..... | 110 |
| ANEXO N° 04: CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS | 112 |
| ANEXO N° 05: VALIDACIÓN Y CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO | 121 |
| ANEXO N° 06: LIBRO DE CÓDIGOS..... | 122 |
| ANEXO N° 07: ALBÚN FOTOGÁFICO..... | 126 |
| ANEXO N° 08: EVIDENCIA DEL TURNITIN | 127 |

ÍNDICE DE CUADROS

| | |
|---|-----|
| Cuadro 1: Características de las MYPIMES | 62 |
| Cuadro 2: Restaurantes del Distrito de Pampas de Hospital – Tumbes | 66 |
| Cuadro 3: Operacionalización de Variables | 70 |
| Cuadro 4: Matriz de Consistencia | 79 |
| Cuadro 5: Cronograma de Actividades | 108 |
| Cuadro 6: Presupuesto y Financiamiento | 109 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|--|----|
| Tabla 1: ¿Qué opinión le merece los atributos básicos contenidos en los alimentos brindados por esta empresa? | 81 |
| Tabla 2: ¿Cómo calificaría las características frío/caliente presentadas en los alimentos? | 81 |
| Tabla 3: ¿Con qué nivel de conformidad calificaría los puntos de cocción y sabor de los alimentos brindados por esta empresa? | 81 |
| Tabla 4: ¿Con qué nivel de confianza consumiría los alimentos brindados por esta empresa? .. | 82 |
| Tabla 5: ¿Con qué nivel de durabilidad calificaría la conservación de los alimentos consumidos en esta empresa?..... | 82 |
| Tabla 6: ¿Con qué nivel de eficiencia calificaría la atención de su pedido? | 82 |
| Tabla 7: ¿Cómo calificaría la presentación de los alimentos?..... | 82 |
| Tabla 8: De acuerdo a la calidad percibida en los alimentos, ¿Cuáles son las probabilidades que nos recomiende a otras personas?..... | 83 |
| Tabla 9: ¿Cómo calificaría los elementos tangibles de esta empresa: instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación? | 83 |
| Tabla 10: ¿Cómo calificaría la capacidad de respuesta de la empresa con respecto al tiempo empleado para la atención del pedido y de entrega de los alimentos? | 83 |
| Tabla 11: ¿Cómo calificaría las actitudes de profesionalidad y cortesía mostradas por los trabajadores durante la atención? | 84 |
| Tabla 12: ¿Cómo calificaría el nivel de credibilidad de la empresa respecto a las características de los alimentos, tiempos y precios prometidos con relación a los reales? | 84 |
| Tabla 13: De acuerdo a su experiencia, ¿Cómo calificaría la seguridad de esta empresa? | 84 |
| Tabla 14: ¿Cómo calificaría la accesibilidad brindada por la empresa respecto a la absolución de dudas e inquietudes y los horarios de atención? | 85 |
| Tabla 15: ¿Qué opinión le merece el tipo de comunicación que mantiene la empresa con su persona? | 85 |
| Tabla 16: ¿Cómo calificaría la actitud de los trabajadores respecto a la atención individualizada y comprensión de sus necesidades como cliente?..... | 85 |
| Tabla 17: ¿Las compras realizadas están orientadas únicamente al normal desarrollo de la empresa? | 86 |
| Tabla 18: ¿Realiza gastos excesivos para mantener un considerable stock de insumos? | 86 |
| Tabla 19: ¿Cuenta con servicios básicos como agua potable, energía eléctrica y teléfono? | 86 |
| Tabla 20: ¿Realiza pagos de tributos a la SUNAT?..... | 86 |

| | |
|---|----|
| Tabla 21: En lo que respecta a gastos por concepto de remuneración de personal, ¿Realiza alguno relacionado a servicios contables de su empresa? | 87 |
| Tabla 22: ¿La empresa dota provisiones para la adquisición de maquinaria y equipo depreciados, así como el pago de deudas atrasadas? | 87 |
| Tabla 23: ¿Realiza gastos relacionados al pago de cuotas o intereses por concepto de préstamos realizados con entidades financieras? | 87 |
| Tabla 24: ¿La empresa presenta pérdidas/desperdicios de materia prima durante el desarrollo de sus actividades? | 87 |
| Tabla 25: ¿Los ingresos percibidos por su empresa están representados únicamente por las ventas realizadas? | 88 |
| Tabla 26: ¿Los ingresos percibidos por su empresa son mayores a los gastos realizados? | 88 |
| Tabla 27: ¿Su empresa dispone de estrategias de venta? | 88 |
| Tabla 28: ¿Dispone de un stock de alimentos preparados para la atención del público en el momento que lo requiera? | 88 |
| Tabla 29: ¿Los bienes tangibles empleados para la preparación de los alimentos son fabricados por la propia empresa? | 89 |
| Tabla 30: ¿La empresa recibe aportaciones de parte de sus socios para el normal funcionamiento de sus actividades? | 89 |
| Tabla 31: ¿Cuenta con ingresos por servicios de alquiler? | 89 |
| Tabla 32: ¿Cuenta con ingresos por concepto de préstamos realizados a terceros? | 89 |

I. INTRODUCCIÓN

La presente investigación denominada **“CARACTERIZACIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE Y RENTABILIDAD EN LAS MYPES EN EL SECTOR SERVICIO, RUBRO RESTAURANTES DEL DISTRITO DE PAMPAS DE HOSPITAL – TUMBES, 2017”** proviene de las líneas que han sido asignadas por la Escuela Profesional de Administración y comprenden el campo disciplinar: Promoción de las MyPes.

En la actualidad, las Micro y Pequeñas Empresas vienen generando gran expectativa en la economía del país, gracias a la promulgación de la Ley N° 30056 “Ley que Modifica Diversas Leyes para Facilitar la Inversión, Impulsar el Desarrollo Productivo y el Crecimiento Empresarial”, que viene brindando respaldo para su creación y permanencia en los mercados, como una estrategia para contribuir con la generación de empleo y con ello, el mejoramiento de la calidad de vida de la comunidad local, regional y nacional. Hoy en día, gracias al mundo globalizado en el que vivimos, donde la comunicación es fluida y la información fácil de encontrar, nuestro país ha logrado ser reconocido a nivel mundial por su arte culinario, convirtiéndose en uno de los favoritos de los más exigentes paladares. Su gastronomía representa la oportunidad propicia para juntar a las personas a disfrutar de un grandioso momento; sin embargo, de la buena o mala experiencia vivida por nuestros clientes, dependerá en su deseo de retornar o no al lugar donde recibió el servicio, la misma que es evaluada de acuerdo a la calidad, servicios, gastos e ingresos por parte de la empresa. Uno de los indicadores de la calidad del servicio al cliente es la conformidad que tiene con el producto o servicio requerido, por lo que, la empresa debe sumar esfuerzos por cubrir las necesidades y expectativas de los clientes, implementar estrategias para la mejora continua, sin importar el tamaño, estructura y naturaleza de sus

actividades, brindando una atención personalizada, distinta a la brindada por la competencia, haciendo sentir importante al cliente y demostrando que nos preocupamos por atenderlo de la mejor manera posible. La satisfacción de necesidades y expectativas de nuestros clientes, redundará en su fidelidad, y con ello, en incremento de los resultados económicos y financieros de la empresa.

Los restaurantes en su totalidad son MyPes, que tienen por objetivo satisfacer una de las necesidades básicas del ser humano, la alimentación. En el distrito de Pampas de Hospital la competencia entre éstos es cada vez mayor, siendo la calidad del servicio al cliente, uno de los principales factores que influye en su fidelidad y la rentabilidad del negocio; dichas MyPes ofrecen al público en general platos exquisitos como: ceviches, mariscos, comida criolla, etc.

Con el desarrollo de la presente investigación se pretende dar a conocer la importancia de la calidad del servicio al cliente, de tal manera que cada MyPes desarrolle estrategias para su correcta aplicación dentro de la misma y de esta manera, poder ampliar y fidelizar su cartera de clientes gracias a un buen servicio, el mismo que se verá reflejado en un ambiente confortable tanto para los usuarios internos como externos y en el incremento de la rentabilidad del negocio.

La calidad del servicio al cliente representa uno de los factores determinantes de la rentabilidad y sostenibilidad de las MyPes, pues la misma no solo se ve reflejada en el contacto directo que se tiene con él, sino también, en el bien o servicio que le vamos a ofertar. A lo largo del tiempo, se han ido advirtiendo situaciones desagradables en lo que respecta a la calidad de atención percibida por nuestros clientes, las cuales se pueden apreciar en los siguientes casos reportados: Nivel Internacional, según la *ESCUELA ONLINE DE MARKETING GASTRONÓMICO*, (2013). “Las ventas suben como nunca,

la mala atención sigue como siempre". En la ciudad de España.- Según el artículo publicado por la Escuela de Hostelería Online de Marketing Gastronómico, indica que pese al incremento de turistas internacionales que se ha visto en el año 2013 a comparación del año 2012 (4,5% subida interanual), la atención al cliente sigue siendo descuidada y de baja calidad, situación que obedecería a la mala atención del personal de ventas (mozos), quienes no muestran motivación, proactividad ni empatía con los clientes; generando consecuentemente, su insatisfacción y alejamiento. A efectos de evitar situaciones como la expresada, debemos estar prestos a brindar una atención de calidad, más aún si contamos con una demanda favorable, por lo que, se requiere dotar las MyPes de recurso humano idóneo, el mismo que deberá ser celosamente seleccionado y formado de acuerdo al giro del negocio. Otro de los problemas que aqueja la rentabilidad de las MyPes, es el tema financiero, cuyo acceso depende generalmente de la solvencia económica de la empresa y su capacidad de endeudamiento; sobre el particular, tenemos el siguiente artículo: *DIARIO EL CONFIDENCIAL, (2017). "La crisis hundió el beneficio de las empresas españolas y su rentabilidad cayó a la mitad"*. En la ciudad de España.- La crisis económica y financiera de la ciudad de España devastó las PYMES existentes, y con ello, la rentabilidad de todo el sector productivo del país. Cuyas compañías nacionales generaban un beneficio bruto equivalente al 6,5% de su activo, antes de la referida crisis, situándose en la mitad de los países centrales de Europa; no obstante, la doble recesión que vivió el país español cercenó los resultados de las empresas, desplomando la rentabilidad del activo a menos de la mitad, mucho peor al vivido en el año 2012, el mismo que es considerado como el peor año de la crisis en dicho país, esta situación obligó a muchos empresarios a cerrar sus negocios, debido a la restricción del crédito. La baja de ingresos en una micro y pequeña empresa, tiende a

convertirse en el problema principal para el acceso al financiamiento por parte de terceros (entidades financieras), ocasionando con ello, que el empresario se vea impedido de realizar inversiones orientadas al crecimiento y sostenibilidad de su negocio, viéndose muchas veces, obligado a frenar su trabajo comercial y abandonar el mercado laboral.

Es menester precisar, que en nuestro país se han registrado datos similares, en lo concerniente a la calidad de atención al cliente y rentabilidad; así tenemos: *DIARIO EL COMERCIO*, (2016). “*Clausuran 4 Cevicherías por mala conservación e inseguridad*”. En la ciudad de Lima.- Como resultado del operativo de fiscalización realizado por Personal de la Municipalidad de Lima a las Cevicherías: “El Paisa”, “El Faike Piurano”, “Los Manglares de Tumbes” y una pequeña Cevicherías ubicada en la séptima cuadra del Jirón Ica (no registra nombre), se determinó su clausura, debido a encontrar alimentos mal conservados, inseguridad en el ambiente, carecer de sistema de detección de alarma contra incendios y presentar deterioro en las paredes, respectivamente. La situación advertida por los fiscalizadores contraviene con el *derecho a una protección eficaz respecto a los productos y servicios que, en condiciones normales o previsibles, representan riesgo para la vida, salud e integridad física de los consumidores*, establecido en el *Título I de la Ley N° 29571 “Código de Protección y Defensa al Consumidor”*; por lo que, con la finalidad de mitigar la pérdida de clientes y consumidores, debido a la mala calidad del servicio prestado, el empresario deberá valerse de las medidas de control necesarias que le permitan conocer el estado real de los insumos; insertar en la organización la cultura de prevención que le permitan aminorar los riesgos ante posibles accidentes (incendios, otros); asimismo, se debe prever el mantenimiento preventivo y/o correctivo de la infraestructura del ambiente, de tal manera que, el servicio que ofrezcamos a nuestros clientes reúna todas las condiciones de calidad

y seguridad, lo que repercutirá en la fidelidad de los mismos y el incremento económico para la MyPe. En lo concerniente a la problemática de rentabilidad que se denota en las MyPes de nuestro país, tenemos la registrada en *EL DIARIO GESTIÓN*, (2014). “*Cofide: Apenas el 20% de las MyPes peruanas obtienen ganancias en sus negocios*”. En Perú.- Según opinión vertida por el Gerente de Desarrollo de la Corporación Financiera de Desarrollo (COFIDE), las tasas de desarrollo de las MyPes peruanas son desalentadoras, toda vez que, aportan el 40 y el 45% del Producto Bruto Interno (PBI), emplean a casi el 60% de la PEA y llegan a cerca de los 4 millones de unidades productivas, pero solo el 20% de ellas tienen índices de acumulación, es decir, ganan dinero de acuerdo al giro de negocio en el que se desarrollan y a nivel regional, más del 60% de ellas mueren durante los dos primeros años de la puesta en marcha, esta situación se debería a la falta de capacitación, valor agregado e informalidad de los gerentes. El mundo actual en el que vivimos demanda de constante capacitación que nos permita estar a la altura de las necesidades y perspectivas de nuestros clientes, quienes por naturaleza propia se tornan exigentes a recibir servicios de calidad, por lo que, los emprendedores de las MyPes requieren contar con habilidades y destrezas que coadyuven a generar bienes y servicios con valor agregado, replanteando las estrategias comerciales, donde la innovación y la mejora continua sean parte de la política organizacional. Es sabido por todos, respecto al temor que existe en nuestros pequeños emprendedores, quienes entre otras razones, por miedo a cometer errores y que los resultados obtenidos no sean los esperados, se rehúsan a los cambios, a la innovación en su negocio, por lo que, sucumben ante empresas con mayores estándares de eficiencia que llegan con novedades al mercado local. Otro de los factores que afecta el desarrollo de las MyPes en la investigación que nos ocupa es el informalismo, el mismo que se ve reflejado en los grandes grupos de negociadores

alrededor de mercados, aceras de avenidas, plazas principales, entre otros; el mismo que obedecería mayormente a las trabas burocráticas y al sistema tributario y laboral al que se tendrían que adecuar; sin considerar que dicho proceso es parte de la innovación y que les otorgaría más oportunidades en el mundo de los negocios.

De igual modo, los problemas de mala atención al cliente no son ajenos a los restaurantes locales, habiéndose registrado casos de insalubridad en reconocidos locales de la ciudad de Tumbes, como son: *DIARIO EL REGIONAL PIURA*, (2015). “*Hallan cucarachas en céntricos restaurantes de Tumbes*”. En la ciudad de Tumbes.- Como resultado del operativo efectuado por la Fiscalía de Prevención del Delito, la Dirección Ejecutiva de Salud Ambiental (DESA) y la Municipalidad Provincial de Tumbes el día 09 de Febrero de 2015 a los restaurantes: “Bahía”, “Los Gustitos”, “Sí Señor”, “El Maná” y Chifa “Fu Yu”, ubicados en la parte céntrica de la ciudad de Tumbes, se advirtió la existencia de cucarachas, moscas e insalubridad en general; por lo que, la Subgerente de Comercialización de la Comuna tumbesina, Mariela Mendoza Añasco, señaló que se realizarán las acciones correspondientes con los establecimientos intervenidos (clausura o multa, según amerite).

La higiene y buenas condiciones operativas se convierten en un factor importante para la atención al cliente, más aún si de alimentos se trata, por lo que, con la finalidad de salvaguardar la salud de nuestros clientes debemos implementar los mecanismos necesarios a fin de evitar contacto con elementos que contribuyan a la contaminación, como son: falta de limpieza y desinfección a los locales de venta, Etc., y de este modo, tener la certeza de ofertar un producto y/o servicio que reúna todas las condiciones de salubridad y calidad.

De los hechos señalados líneas arriba, podemos deducir la carencia de medios de control previo, durante y posterior al servicio que se le brinda al cliente, lo que genera que muchos negocios dedicados al servicio de restaurantes cuenten con clientes insatisfechos, resultados económicos y financieros no deseados y muchas veces, se vean en la obligación de cerrar sus puertas a los consumidores.

Para el desarrollo metodológico de la presente investigación se ha considerado el trabajo descriptivo, cuantitativo, no experimental y de corte transversal, por cuanto, se ha buscado identificar las características de las variables: Calidad del servicio al cliente y Rentabilidad. La población estará constituida por trece restaurantes del distrito de Pampas de Hospital, año 2017; mientras que la muestra será identificada mediante aplicación de fórmula estadística, aplicando la Teoría de Análisis de las Variables.

Asimismo, se hará uso del Análisis PESTEL con la finalidad de describir el entorno externo en el que se desarrollan las MyPes: factor político, económico, socio-cultural, tecnológico, ecológico y legal; los cuales nos permitirán comprender el crecimiento o declive del mercado en el que se encuentran y en consecuencia, la posición potencial que ocupan éstos:

Factor Político; engloba las leyes, los organismos del gobierno y los grupos sociales que influyen y limitan las actividades de las organizaciones y de los individuos de la sociedad. Alonso, (2011).

Actualmente, en nuestro país existe una diversidad de empresas en vías de desarrollo, las cuales se encuentran al margen de la formalidad legal y tributaria; por tal motivo, se trata de fomentar el apoyo de dichas empresas para lograr el desarrollo sostenido de ellas y el ingreso definitivo a la formalidad; estas empresas a las cuales nos referimos son las MyPes (Micro y Pequeñas Empresas).

En el plano local, la Municipalidad Distrital de Pampas de Hospital viene otorgando Licencias de Funcionamiento para aperturas de restaurantes, previa inspección ocular in situ realizada por el Jefe del Área de Rentas de la referida institución.

Factor Económico; actualmente, la labor que llevan a cabo las Micro y Pequeñas Empresas (MYPES) es de indiscutible relevancia, no solo teniendo en cuenta su contribución a la generación de empleo, sino también considerando su participación en el desarrollo socioeconómico de las zonas en donde se ubican. Okpara y Wynn, (2007), afirman que los pequeños negocios son considerados como la fuerza impulsadora del crecimiento económico, la generación de empleo y la reducción de la pobreza en los países en desarrollo. En términos económicos, cuando un empresario de la micro y pequeña empresa crece, genera más empleo, porque demanda mayor mano de obra. Además, sus ventas se incrementan y logra con esto mayores beneficios, lo cual contribuye, en mayor medida, a la formación del Producto Bruto Interno. Avolio, Mesones & Roca, (2017)

En lo que respecta al ámbito local, durante el periodo 2017 se observó gran consumo de comidas y bebidas en los restaurantes del Distrito de Pampas de Hospital, el cual, entre otras razones, fue motivado por las eliminatorias al Mundial Rusia 2018, generando consecuentemente, el crecimiento económico de las MyPes.

Factor Socio – Cultural; en el Perú las Micro y Pequeñas Empresas (MyPes) aportan aproximadamente el 40% del Producto Bruto Interno (PBI), son una de las mayores potenciadoras del crecimiento ecológico en el país. En conjunto, las MyPes generan el 47% del empleo en América Latina, siendo esta una de las características más rescatables de este tipo de empresas. Conforme las MyPes van creciendo, nuevas van apareciendo, esto dinamiza nuestra economía debido a que la mayoría desaparece en menos de un año,

las que sobrevivan este ciclo se volverán cada vez más influyentes en el mercado, ampliarán su capacidad de producción, requerirán de más manos de obra y aportarán con mayores tributos al Estado. Altavoz, (2016).

El distrito de Pampas de Hospital es poseedor de un gran espacio turístico conocido como “Quebrada Cabuyal”, la cual no solo es aprovechada por los turistas para disfrutar de sus bondades naturales, sino también por los ciudadanos para la creación de fuentes de empleo que permitan satisfacer sus necesidades alimenticias.

Factor Tecnológico; el Viceministro de MyPe e Industria, Marco Velarde, señaló que las Micro y Pequeñas Empresas (MyPes), que no usan tecnología no son competitivas como las que sí lo hacen. El uso de la tecnología permitirá que dichas MyPes puedan duplicar sus ventas. Velarde, (2017).

Uno de los aportes más destacados de la tecnología en el crecimiento de las MyPes, es a través del uso de la Facturación Electrónica por la SUNAT. Según indicó Aldo Jordán, Gerente Comercial de Efact. De la SUNAT, “Las MyPes deben ver la Facturación Electrónica como la herramienta que ayudará a optimizar su trabajo. Es decir, generarán ahorro de tiempo, traslado, almacenamiento e impresión de documentos; además, podrán acceder con mayor facilidad a productos financieros que le darán liquidez y capital de trabajo. Velarde, (2017).

En lo que respecta a los Restaurantes del Distrito de Pampas de Hospital, muchos de ellos aún no gozan de los beneficios expuestos, debido a la falta del servicio de INTERNET en la mayoría de las MyPes.

Factor Ecológico; las empresas deben incrementar el valor de los bienes y servicios que ofrecen en una economía abierta y hacer más eficiente el uso del capital y la tecnología que poseen. Según Bruno Carpio, Jefe de Desarrollo y Capacitación de Perú

2021 “La Responsabilidad Social Empresaria (RSE) ofrece una posibilidad de diferenciación de la competencia a través de la mejora de la reputación y de los atributos ambientales y sociales de los productos y servicios, que bien aprovechada puede ser impactante para el éxito empresarial”. Gestión, (2016).

El sector restaurantes representa una importante fuente de ingresos en nuestro país y por consiguiente, uno de los principales generadores de basura y desperdicio de los recursos, por lo que, las MyPes requieren implementar estrategias para mitigar los daños causados al ecosistema como es el caso de la contaminación del agua (inoculación hídrica), la cual es producida mediante la combinación de aceites, grasas y químicos empleados para la limpieza, el desperdicio de alimentos y el excesivo uso de desechables.

Factor Legal; el gobierno nacional emana leyes a favor de las MyPes, es así que el día 03 de Julio del 2003, promulgó la Ley N° 28015 – Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa” que tiene por objetivo la promoción de la competitividad, formalización y desarrollo de las Micro y Pequeñas Empresas para incrementar el empleo sostenible, su productividad y rentabilidad, su contribución al Producto Bruto Interno, la ampliación del mercado interno y las exportaciones y su contribución a la rentabilidad tributaria. Cornejo, (2010).

Asimismo, el día 03 de Julio del 2013, el Congreso de la República promulgó la Ley N° 30056 “Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial”, el cual, entre sus objetivos pretende establecer el marco legal para la promoción de la competitividad, formalización y el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas (MYPIME). Escalante, (2016).

Por otra parte, conocedores de la singular gastronomía que caracteriza a la región Tumbes, particularmente los corredores gastronómicos que se han venido formando en

las zonas alejadas de Tumbes, como es el Distrito de Pampas de Hospital, el cual cuenta con trece (13) destacados lugares dedicados a este negocio siendo frecuentados por un apreciado público; asimismo, teniendo como referencia los problemas expuestos, se ha creído pertinente realizar la presente investigación, formulándose el siguiente enunciado de investigación: ¿Cómo se caracteriza la calidad del servicio al cliente y rentabilidad de las MyPes en el Sector Servicio, rubro restaurantes del distrito de Pampas de Hospital – Tumbes, 2017? Frente a ello, para dar solución a la presente investigación elaboré los siguientes objetivos: Objetivo General: Determinar y describir la caracterización de la calidad del Servicio al Cliente y rentabilidad de las MyPes en el Sector Servicio, Rubro Restaurantes del Distrito de Pampas de Hospital – Tumbes, 2017. Y Objetivos Específicos: A) Identificar las dimensiones de la calidad de los alimentos brindados por las MyPes en el sector servicio, rubro restaurantes del distrito de Pampas de Hospital – Tumbes, 2017. B) Identificar las dimensiones del servicio al cliente brindado por las MyPes en el sector servicio, rubro restaurantes del distrito de Pampas de Hospital – Tumbes, 2017. C) Conocer los gastos ordinarios y extraordinarios realizados por las MyPes en el sector servicio, rubro restaurantes del distrito de Pampas de Hospital – Tumbes, 2017. D) Conocer los ingresos ordinarios y extraordinarios percibidos por las MyPes en el sector servicio, rubro restaurantes del distrito de Pampas de Hospital – Tumbes, 2017.

La investigación quedó justificada respecto a que la calidad del servicio al cliente representa uno de los factores más importantes de toda organización, ya que de ello depende su posicionamiento tanto en la mente de los clientes como en el mercado; en virtud a ello, se pretende realizar la presente investigación con el objetivo de Determinar y describir la caracterización de la calidad del Servicio al Cliente y rentabilidad de las

MyPes en el Sector Servicio, Rubro Restaurantes del Distrito de Pampas de Hospital – Tumbes, 2017; cuyos resultados permitirán identificar las dimensiones de la calidad de los alimentos, del servicio al cliente y los gastos e ingresos ordinarios y extraordinarios de dichas MyPes. Las razones que conllevan la realización de la presente investigación, obedecen al cúmulo de problemas identificados en las MyPes dedicadas a este giro de negocio, siendo en su mayoría, la insalubridad e inseguridad de los locales, lo cual ha ocasionado la intervención de autoridades, clausura de negocios, insatisfacción de clientes y pérdidas económicas. Por lo que, mediante el aporte teórico de las variables Calidad del Servicio al Cliente y Rentabilidad, se pretende mitigar las falencias encontradas en el análisis de los resultados. En lo que respecta al ámbito metodológico, la investigación a realizar es descriptiva, de nivel cuantitativo, diseño no experimental y de corte transversal; ya que se describirán realidades, hechos y características de datos sin ser manipulados ni alterados y en un solo momento; las variables de la investigación o palabras claves son: Calidad del Servicio al Cliente y Rentabilidad; las unidades económicas objeto de estudio son trece (13) dedicadas al sector servicios, rubro restaurantes del distrito de Pampas de Hospital, la población de la variable Calidad del Servicio al Cliente, por la naturaleza de sus objetivos específicos, es infinita e involucra a los clientes, por lo que, con la finalidad de conocer el número que le corresponde, se hará uso de la fórmula estadística, en lo concerniente a la población de la variable Rentabilidad, por su naturaleza y objetivos específicos, es finita y corresponde al número de gerentes de las MyPes en estudio; se hará uso de la encuesta, como medio de recolección de datos, la cual será aplicada a los clientes y gerentes (muestra). Institucionalmente, se pretende proporcionar información que beneficie a la universidad, constituyéndose en una base de consultas y como precedente para futuras investigaciones;

asimismo, la presente investigación permitirá a los gerentes a la incorporación paulatina de estrategias orientadas a la mejora de la calidad del servicio al cliente y la rentabilidad de las MyPes. Profesionalmente, permitirá a la suscrita obtener el título profesional de Licenciada en Administración.

Asimismo, producto de la investigación realizada se deduce que una de las conclusiones más importantes a tener en cuenta, es la relacionada al Tercer Objetivo Específico, toda vez que, según opinión de los Gerentes de los Restaurantes del Distrito de Pampas de Hospital, se conoció que en dichas MyPes no realizan gastos por concepto de provisiones para renovación de maquinaria y equipo depreciados, ni pago de deudas atrasadas; por consiguiente, los gastos realizados están orientados únicamente a la compra de adecuadas cantidades de materiales y/o insumos para el normal funcionamiento de la empresa y pago de servicios básicos como agua potable, energía eléctrica y teléfono. Asimismo, la mayoría de los Gerentes manifestaron que no realizan pagos a la SUNAT, por no disponer de un contador que se ocupe de dichos trámites. De igual manera, se conoció que las MyPes no realizan gastos por concepto de cuotas o intereses de préstamos a entidades financieras, por contar con capital propio; además, presentan pérdidas/desperdicios de materia prima durante el desarrollo de sus actividades.

II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

De la revisión a estudios previos realizados sobre el tema que nos ocupa, se ha encontrado autores que citan acontecimientos relacionados al desempeño de los trabajadores operativos, impacto en la atención al cliente y la rentabilidad de la empresa. Así tenemos:

Según Jurado, (2014). Quito – Ecuador. En su investigación titulada: *“Calidad de la Gestión en el Servicio y Atención al Cliente para el Mejoramiento de las Operaciones Internas en Restaurantes de Lujo en el Centro Histórico de la Ciudad de Quito”*. Tiene como propósito *determinar a través de un diagnóstico el nivel de calidad de gestión del servicio y atención al cliente en un restaurante de lujo en el Centro Histórico de la Ciudad de Quito, a fin de proponer mejoras para los procedimientos internos, utilizando los criterios de la Norma UNE 93200:2008*; con un diseño de investigación descriptivo – situacional, aplicando como instrumento de recolección de datos encuestas de satisfacción aplicadas a los clientes, diseñadas bajo los parámetros de SERVQUAL y DINESERV; obteniendo como conclusión que los clientes se encuentran satisfechos con la calidad del servicio recibido, sin embargo, hay aspectos que mejorar dentro del proceso, así como otros que reestructurar.

Seguido de Cárdenas, Mora & Sánchez, (2013). Guayaquil – Ecuador. En su tesis titulada: *“Análisis del Servicio al Cliente en el Restaurante La Rivera y su Impacto en la Calidad del Servicio e Imagen del Establecimiento”*. Tienen como propósito

analizar la calidad y calidez del servicio que brindan los meseros en el Restaurante La Rivera, estudiando el comportamiento de los mismos para diseñar una propuesta para el mejoramiento del servicio. Además indagar el proceso de reclutamiento y detalles del perfil que solicita el restaurante para posibles aspirantes a meseros; con un diseño de investigación descriptiva, analítica; aplicando el método de observación como instrumento de recolección de datos, mediante el cual analizará las cualidades y actitudes del personal de ventas (meseros) durante su contacto con los clientes; concluyendo que los meseros que son contratados no son capacitados oportunamente para atender a los clientes, pues se busca un perfil básico de reclutamiento, la inexistencia de una persona especializada en recursos humanos para la contratación del personal hace que la administración contrate empíricamente a quien mejor les parece, sin hacer un previo análisis para las cualidades de la persona llamada para el cargo.

De igual manera, González, (2013). Cuenca – Ecuador. En su investigación denominada: *“Análisis de Rentabilidad en Empresas Hoteleras: Rentabilidad del Servicio de Restaurante VS Servicios de Hotel. Caso Práctico Hotel Cuenca”*. Tiene como propósito *determinar e informar la situación económica de la empresa, los cambios en su situación y los resultados de las operaciones, asimismo, establecer aquellos factores que intervienen en la marcha del negocio y proporcionar a los administradores y a cualquier usuario externo relacionado información útil y sencilla para facilitar la toma de decisiones*; con un análisis de investigación vertical, concluyendo que, la liquidez de la empresa se muestra aceptable lo cual es confirmado por los resultados obtenidos.

De igual manera, Chacom, (2012). Quetzaltenango – Guatemala. En su investigación titulada: “*Servicio al Cliente en los Restaurantes del Municipio de San Pedro La Laguna, Departamento de Socolá*”. Tiene como propósito *identificar el servicio al cliente que se ofrece en los restaurantes de San Pedro La Laguna, departamento de Socolá*; con un diseño de investigación descriptivo y documental; aplicando como instrumento de recolección de datos, encuestas con boletas a 138 personas entre ellos: empleados y gerentes o gerentes de los 8 restaurantes del Municipio de San Pedro La Laguna, departamento de Socolá; concluyendo que el servicio al cliente es adecuado, excepto por las malas condiciones higiénicas advertidas en el servicio sanitario como es la falta de los insumos principales (jabón, papel higiénico, toalla para secado de manos y la calidad de agua), así como la asepsia de los servicio, sugiriendo la implementación de las medidas correctivas necesarias para que el servicio al cliente sea óptimo.

Por otra parte, García, (2012). Sartenejas – Venezuela. En su investigación titulada: “*Sistema de Calidad para el Restaurante del Hotel Neptuno en Valencia, España*”. Tiene como propósito *diseñar un sistema de calidad para el Restaurante Tridente del Hotel Neptuno en Valencia, España basado en el modelo SERVQUAL* (cuestionario con preguntas estandarizadas que permite medir la calidad *del* servicio); con un diseño de investigación tipo descriptivo, explicativo y proyectivo; aplicando cuestionarios como instrumento de recolección de datos a una muestra de 100 personas; concluyendo que dada la extensión del cuestionario, muchas veces no se cuenta con la colaboración de todos los

comensales en responder, situación que no permite medir con datos reales la calidad de atención brindada, para lo cual se deberá implementar mecanismos de información que le permita a los clientes conocer el interés de la empresa en mejorar la calidad de sus servicios.

Asimismo, Enríquez, (2011). Ibarra – Ecuador. En su investigación denominada: *“El Servicio al Cliente en Restaurantes del Centro de Ibarra. Estrategias de Desarrollo de Servicios”*. Tiene como propósito *analizar los factores internos y externos que generan deficiente servicio al cliente en los restaurantes dirigidos a clientes de clase media, que cuentan con un número mayor a cinco mesas, asimismo, diseñar estrategias que contribuyan a mejorar el servicio al cliente en los restaurantes dirigidos a clientes de clase media que cuentan con un número mayor a cinco mesas; con un diseño de investigación cualitativo por ser el más flexible a la investigación que le ocupa, aplicando como medio de recolección de datos la encuesta y observación, la cual estará dirigida a una población total de 460 personas, entre gerentes, empleados y clientes de 20 restaurantes; concluyendo que es de vital importancia el diseño de un Manual de servicio al cliente para los restaurantes, el cual les será muy útil a los clientes internos quienes lo pondrán en práctica, y al mismo tiempo los beneficiados directos serán los clientes que ya evidencian los grandes cambios tanto físicos de los restaurantes como actitudinales por parte de los gerentes y empleados, con lo cual se logrará fidelizar a los clientes actuales y captar clientes potenciales, lo cual se convertirá en una ventaja competitiva de largo plazo para dichos negocios.*

Según Coronel, (2016). Pimentel – Perú. En su investigación titulada: “*Calidad de Servicio y Grado de Satisfacción al Cliente en el Restaurante Pizza Hut en el Centro Comercial Mega Plaza; 2016*”. Tiene como propósito determinar la calidad del servicio y el grado de satisfacción del cliente en el Restaurante Pizza Hut del Centro Comercial Mega Plaza – Lima 2016; con un diseño de investigación no experimental – transversal; aplicando como instrumento de recolección de datos la observación directa y la encuesta con un método de investigación deductivo e inductivo a una muestra de 356 clientes; concluyendo que existe una relación significativa entre la calidad de servicio y el grado de satisfacción del cliente en el restaurante Pizza Hut en el Centro Comercial Mega Plaza Lima, por cuanto, muchos consideran recibir una atención de calidad y otros manifiestan su insatisfacción, la misma que se debe principalmente con el tiempo de espera para ser atendidos.

Seguido de Ñahuirima, (2015). Andahuaylas – Perú. En su tesis titulada: “*Calidad de Servicio y Satisfacción del Cliente de las Pollerías dl Distrito de Andahuaylas, Provincia de Andahuaylas, Región Apurímac, 2015*”. Realizada con el objetivo de determinar la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente de las pollerías dl distrito y provincia de Andahuaylas, región Apurímac, 2015; con un diseño de investigación transeccional – correlacional; aplicando como método de recolección de datos cuestionarios y encuestas a una muestra de 348 clientes (de 25 a más años de edad) de 13 pollerías seleccionadas; concluyendo que existe relación significativa entre la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de las pollerías del distrito y provincia de Andahuaylas, región Apurímac,

2015, según los datos estadísticos obtenidos. Concluyendo que la evaluación financiera efectuada con respecto a la liquidez general de la empresa no es buena y suficiente para permitirle seguir con sus operaciones diarias, los ratios de gestión nos indican que la empresa está aprovechando todos sus recursos para poder mejorar esta situación.

Por otra parte, Pérez, (2014). Chiclayo – Perú. En su tesis titulada: *“La Calidad del Servicio al Cliente y su Influencia en los Resultados económicos y Financieros de la Empresa Campestre SAC – Chiclayo Periodo Enero a Septiembre 2011 y 2012”*. Cuyo propósito ha sido evaluar la calidad del servicio al cliente para mejorar resultados económicos y financieros de la Empresa Restaurante Campestre; con un tipo de investigación Descriptiva – Analítica y un diseño de investigación No Experimental – Longitudinal; con una muestra de 228 comensales; con un método de investigación cualitativo - cuantitativo; aplicando como instrumentos de recolección de datos: Encuesta por cuestionario, Balance de Comprobación, el Estado de Situación Financiera, el Estado de Situación Financiera, el Estado de Resultados Integrales.

De igual manera, Sánchez, (2014). Trujillo – Perú. En su investigación titulada: *“Capacitación en habilidades de atención al cliente para mejorar la calidad del servicio brindado en “El Restaurante Mar Picante” de la ciudad de Trujillo”*; cuyo objetivo es elaborar un plan de capacitación en habilidades de atención al cliente para mejorar la calidad del servicio brindado en el Restaurante “Mar Picante” de la Ciudad de Trujillo; con un diseño de investigación denominado en

sucesión o en línea; aplicando encuestas como medio de recolección de datos una población de 320 clientes; concluyendo que las principales necesidades de capacitación del personal del Restaurant “Mar Picante” se manifiestan en habilidades de atención al cliente, motivación y liderazgo, debilidades y fortalezas, trabajo en equipo y manejo de personal.

Asimismo, Meléndez & Oribe, (2014).- Tarapoto – Perú. En su investigación titulada: “*Calidad de Servicio al Cliente y su incidencia en la Rentabilidad de las Empresas del Rubro Restaurantes – Pollerías del Distrito de Tarapoto. Año 2014*”; con el objetivo de determinar la relación entre la calidad de servicio al cliente y la rentabilidad de las empresas del rubro restaurantes – pollerías del distrito de Tarapoto. Año 2014; empleando un diseño de investigación no experimental - transversal, es decir, utilizando la información tal como se presenta; aplicando encuestas como medio de recolección de datos a los clientes de 24 pollerías; concluyendo que existe una relación directa entre la calidad del servicio al cliente y la rentabilidad de las empresas del rubro restaurantes – pollerías del distrito de Tarapoto, según resultados obtenidos de la prueba de CHI - CUADRADO.

Según, Mondragón & Silva, (2016). Tumbes – Perú. En su tesis titulada: “*Calidad del Servicio, como Estrategia de Marketing en el Restaurante Campestre “El Huerto del Sabor” de la Localidad de San Juan de la Virgen – Tumbes – 2016*”; que tiene como objetivo establecer una propuesta de gestión para mejorar la calidad del servicio como estrategia de marketing en el Restaurante Campestre

“El Huerto del Sabor” de la Localidad de San Juan de la Virgen – Tumbes – 2016; con un diseño de investigación no experimental – transversal; aplicando encuestas como instrumento de recolección a una muestra de 80 personas; concluyendo que la propuesta de gestión tiene influencia en la calidad del servicio en el restaurante campestre “El Huerto del Sabor” de la localidad de San Juan de la Virgen – Tumbes, debido a que plantea soluciones para las deficiencias advertidas, como es el caso de la entrega de cartas por mesa, identificación de los mozos (uso de uniforme), tiempo de espera y el uso adecuado de los medios publicitarios.

Seguido de Ramos & Romero, (2016). Tumbes – Perú. En su investigación denominada: *“Diseño de un Plan de Servicio para una Mejor Gestión Competitiva en las Empresas Hoteleras de la Región Tumbes – 2016”*. Realizada con el objetivo de diseñar un plan de servicios para mejorar la gestión competitiva en las empresas hoteleras de la Región Tumbes; con un diseño de investigación Descriptiva – Explicativa; aplicando como instrumentos de recolección de datos: entrevistas, encuestas y la observación al total de recursos humanos de 35 empresas de alojamiento; concluyendo que existen empresas hoteleras que operan sin contar con un plan que les sirva de guía a fin de desarrollarse empresarialmente, teniendo en cuenta la alta competitividad de este sector; algunos gerentes de las empresas hoteleras no están acordes con el avance tecnológico, por lo que mantienen una pobre comunicación, no solo con el personal de la empresa, sino también con sus clientes; muchas de las empresas hoteleras no capacitan a su personal en lo que respecta atención al cliente, lo que implicaría un cliente insatisfecho, asimismo, indica que la falta de motivación y

la delegación de responsabilidades al personal en toda la empresa, lo que no permite que el personal logre los objetivos laborales.

De igual manera, Lupú, (2016). Tumbes – Perú. En su tesis titulada: *“Caracterización del Financiamiento y Rentabilidad de MyPe Sector Servicios Rubro Restaurantes, Distrito de Tumbes, 2016”*. Realizada con el objetivo de *describir las características de financiamiento y la rentabilidad de las MyPes Sector Servicios Rubro Restaurantes, Distrito de Tumbes, en el año 2016*; con un diseño de investigación no experimental – transversal – descriptivo; aplicando cuestionarios como instrumento de recolección de datos, a una muestra de 40 micros y pequeñas empresas; concluyendo que las MyPes antes de firmar un financiamiento es indispensable que analicen y estudien las condiciones predispuestas por el empresario, intereses aplicables, monto a financiar, cuánto se pagará demás, etc. Asimismo, se determina que las MyPes mayormente acceden a financiamiento por parte de un agente bancario y/o financiero, con la finalidad de mejorar su local.

Asimismo, Guevara, (2015). Tumbes – Perú. En su investigación titulada: *“Evaluación de la Calidad del Servicio del Restaurante “Bahía” de la ciudad de Tumbes, utilizando estándares derivados de las buenas prácticas, en el año 2014”*. Con el objetivo de *determinar la calidad del servicio del restaurante “Bahía” de Tumbes a través del cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en el año (citado por Chávez, 2013), 2014*; con un diseño de investigación de caso único transversal, es decir, recolectando datos en un solo

comento, en un tiempo único; aplicando como instrumentos de recolección de datos: la observación, la entrevista y la revisión documental al propietario y trabajadores del restaurante. Concluyendo que el personal que conforma el equipo de trabajo de la empresa no cuenta con la preparación necesaria para desempeñarse en un restaurante, debido a la escasa capacitación que se les brinda, y por lo que, en su mayoría su formación llega hasta la educación secundaria y solo el 44% cuenta con estudios superiores. Por otro lado, no existe una supervisión y dirección constante y se llevan capacitaciones en forma intermitente a cargo del gerente o de la administración.

Por consiguiente, Dioses, (2015). Tumbes – Perú. En su tesis titulada: *“Evaluación de la calidad del Servicio del Servicio de Hotel “Boulevard”, de la Provincia de Zarumilla, Departamento de Tumbes, Utilizando Estándares de las Buenas Prácticas, durante el año 2014”*; con el objetivo de *evaluar la calidad del servicio del Hotel “Boulevard” de la Provincia de Zarumilla – Tumbes, utilizando estándares derivados de las buenas prácticas en el año 2014*; con un diseño de investigación de caso único transversal; aplicando técnicas e instrumentos de investigación cualitativos y cuantitativos como: observación, entrevista, revisión documental y cuestionarios al propietario y trabajadores del Hotel; concluyendo que el personal que conforma el equipo de trabajo de la empresa no cuenta con la preparación necesaria para desempeñarse en un hotel, ya que en su mayoría su formación llega hasta la educación secundaria; asimismo, no existe una supervisión y dirección constante, tampoco se lleva a cabo capacitaciones al personal. Por otro lado, el personal está conformado heterogéneamente, quienes

en su mayoría son gente de otra región pero que radican en Tumbes, elemento positivo tanto para la estabilidad de la empresa como para la comunidad, ya que la empresa es una fuente de trabajo para la sociedad.

2.2. BASES TEÓRIAS Y CONCEPTUALES

2.2.1. VARIABLE CALIDAD DEL SEVICIO AL CLIENTE

2.2.1.1. CALIDAD

2.2.1.1.1. DEFINICIÓN

Según el Sistema de Gestión de la Calidad en Base a la Norma Internacional ISO 9001, *“La calidad es el grado en el que un conjunto de características inherentes cumple con los requisitos”* (Pág. 1).

Asimismo, según Garvín, (1988), citado en Sangüesa, Mateo & Ilzarbe, (2006); existen definiciones de Calidad de diferentes autores, habiéndose recopilado y clasificado en cinco grupos (Pág.9).

a) Definiciones Trascendentales

“La calidad es una cualidad innata, una característica absoluta y universalmente reconocida. Se considera trabajos de gran calidad aquellos que están por encima de las modas, cuya imagen de calidad perdura inamovible en el tiempo”.

Se puede deducir que, la calidad sólo puede ser *reconocida* por el cliente, por medio de su propia experiencia adquirida a través del tiempo.

b) Definiciones Basadas en Producto

“La calidad es una característica medible. Las diferencias de calidad significan en la cantidad de una característica que posee el producto”.

Se entiende que el elevado o bajo contenido de un determinado atributo en un producto, sería fundamental para determinar el nivel de calidad del mismo, el cual es manifestado por los distintos gustos de los clientes.

c) Definiciones Basadas en el Usuario

“La calidad debe ser definida desde la óptima del usuario”.

Se deduce que la calidad está definida por el nivel de satisfacción del cliente, de acuerdo a sus necesidades y conveniencias. Definición que resulta subjetiva, por cuanto, cada consumidor posee gustos y preferencias distintas.

d) Definiciones Basadas en la Producción

“Está basada con la oferta. Se identifica a la calidad con el cumplimiento de las especificaciones. Se determinan unas tolerancias, y las desviaciones respecto a las mismas se consideran disminuciones de la calidad”.

Se refiere al cumplimiento de cada uno de los requisitos establecidos en el proyecto del producto, cuya calidad es medida de manera interna, siendo indistinta la percepción de los clientes.

e) Definiciones Basadas en el Valor

“Definen a la calidad en términos de costos y precios. Es decir, un producto de calidad es aquel que satisface determinadas necesidades a un precio razonable”.

El nivel de calidad de un determinado producto está orientado a los costos que conllevan a su fabricación, cuyo resultado final cumpla las expectativas de los clientes y sea asequible.

Para Sangüesa, Mateo & Ilzarbe, (2006); *“La calidad la definen nuestros clientes”*; es decir, se encuentra enmarcado a la satisfacción de sus necesidades. (Pág. 08)

Por otro lado, para Álvarez, (2006); *“La Calidad representa un proceso de mejora continua, en el cual todas las áreas de la empresa buscan satisfacer las necesidades del cliente o anticiparse a ellas, participando activamente en el desarrollo del producto o en la prestación de servicios”* (Pág. 5).

Considerando las definiciones expuestas, podemos decir, que la calidad representa un conjunto de acciones orientadas a la mejora continua, mediante las cuales, las empresas buscan satisfacer las necesidades de los clientes, otorgando productos o servicios que reúnan las características planeadas, a costos razonables y precios accesibles.

2.2.1.1.2. TEORÍA DE LA CALIDAD TOTAL

W. Edward Deming hace referencia a catorce (14) principios que deben ser considerados para mejorar los procesos en las organizaciones:

- a) *Crear constancia en el propósito de mejorar el producto y el servicio con el objetivo de llegar a ser competitivos y permanecer en el negocio.*
- b) *Adoptar la nueva filosofía, estamos en una nueva era económica, en donde se debe estar consciente de los retos, se deben asumir responsabilidades y hacerse cargo del liderazgo para cambiar.*
- c) *Dejar de depender de la inspección para lograr la calidad, es decir, eliminar la necesidad de la inspección en masa, incorporando la calidad dentro de los productos en primer lugar.*
- d) *Acabar con la práctica de hacer negocios sobre la base del precio, en vez de ello, minimizar los costos totales.*
- e) *Mejorar constantemente y siempre el sistema de producción y servicio, para mejorar la calidad y la productividad.*
- f) *Implantar la formación en el trabajo.*
- g) *Implantar el liderazgo.*
- h) *Desechar el miedo, de manera que cada uno pueda trabajar con eficiencia para la compañía.*
- i) *Derribar las barreras entre los departamentos.*

- j) *Eliminar los eslóganes, exhortaciones y metas para pedir a la mano de obra cero defectos y nuevos niveles de productividad.*
- k) *Eliminar los estándares de trabajo en plantas y gestión por objetivos.*
- l) *Eliminar las barreras que privan al trabajador de su derecho a estar orgulloso de su trabajo.*
- m) *Implantar un programa riguroso de educación y auto mejora.*
- n) *Activar a todo el personal de la compañía a trabajar para conseguir la transformación, ya que es tarea de todos.*

2.2.1.1.3. LAS OCHO DIMENSIONES DE LA CALIDAD

En 1987. David A. Garvín publicó en la Harvard Business Review su famoso artículo denominado “Compartiendo en las Ocho dimensiones de la calidad”, mediante el cual propone un nuevo modelo para la calidad: La Gestión Estratégica de la Calidad”, convirtiéndose en el más reciente Gurú (maestro) de la calidad. Cada dimensión es autosuficiente y diferente, encerrando ciertos atributos que debe poseer un producto; así tenemos:

a) Desempeño

Consiste en los atributos básicos que debe reunir un producto, su funcionamiento.

b) Características

Se encuentran los aspectos secundarios, adicionales a lo esencial.

c) Conformidad

Es el grado en que las características del producto responden a los estándares establecidos.

d) Confiabilidad

Se encuentra relacionada con el desempeño del producto, el cual debe ser acorde a sus especificaciones.

e) Durabilidad

Consiste en el tiempo de vida útil que posee el producto.

f) Atención

Incluye los factores que pueden afectar la percepción del cliente.

g) Estética

Es la apariencia de un producto, el sentimiento o sensación que provoca en los clientes.

h) Calidad Percibida

Es la transferencia de la “reputación” por parte del proveedor hacia el producto.

2.2.1.2. SERVICIO

Según Editorial Vértice (2008), en el Libro denominado “La Calidad en el Servicio al Cliente”, define al Servicio como “*El conjunto de prestaciones que el cliente espera, además del producto o servicio, como consecuencia del precio, la imagen y la reputación del mismo*” (Pág. 3).

Se puede deducir que el servicio es el conjunto de acciones intangibles orientadas a satisfacer las necesidades del consumidor, cuya ejecución está motivada por una prestación económica por parte del cliente.

2.2.1.2.1. PLANIFICACIÓN DE LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO

El Sistema de Gestión de la Calidad según ISO 9001-2000, indica que *“La organización debe planificar y desarrollar los procesos necesarios para la prestación del servicio. Esta planificación debe presentarse de forma adecuada para la operativa de la organización, debe ser coherente con los requisitos de los otros procesos del SGC...”* (Pág. 17)

Debe concretar:

- a) *Los objetivos de la calidad y los requisitos para el servicio.***
- b) *La necesidad de proporcionar recursos específicos para el servicio y de establecer procesos y documentos.***

Toda organización debe valerse de los mecanismos necesarios, orientados a la planificación de las acciones a realizar para la prestación de un determinado servicio, la misma que debe estar enmarcada de acuerdo a las necesidades del consumidor, estableciendo la forma, los recursos y el tiempo que se requiere para cumplir a cabalidad con lo solicitado por el cliente.

2.2.1.2.2. DIMENSIONES DE LOS SERVICIOS

La satisfacción de nuestros clientes, se encuentra en función al trabajo conjunto realizado por la empresa, por lo que, conviene considerar las siguientes dimensiones a fin de medir la calidad de la prestación de nuestros servicios, y a partir de ello, tomar decisiones orientadas a la mejora continua. (Setó, 2004; Álvarez, 1995).

Así tenemos:

a) Elementos Tangibles

Es la visión y percepción de la oferta del servicio, pequeños detalles que en su conjunto pueden impresionar o no al consumidor. Se considera la apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación.

b) Fiabilidad

Habilidad que se tiene para brindar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa, es decir, con exactitud a las características, promesas y publicidad realizada.

c) Capacidad de respuesta

Es la disposición que tiene el recurso humano para ayudar a los clientes y prestar un servicio eficaz y dentro de los tiempos establecidos.

d) Profesionalidad

Son las destrezas y conocimientos que posee el trabajador para hacer un buen servicio. Conocen sus labores y saben dar

respuestas claras y precisas a los clientes en el momento que se le requiere.

e) Cortesía

Es la atención, consideración, respeto y amabilidad del personal de contacto hacia los clientes.

f) Credibilidad

Es la veracidad, creencia y honestidad del servicio que se provee, es decir, siendo legales con los tiempos, pesos, costos y otros componentes empleados en la prestación del servicio.

g) Seguridad

Es la inexistencia de peligros, riesgos o dudas en cualquier fase del servicio, que pongan en peligro la integridad física y mental de nuestros clientes.

h) Accesibilidad

Es la posibilidad de contacto que tiene el cliente con la empresa proveedora de servicios, ante cualquier eventualidad o duda que pueda surgir.

i) Comunicación

Es la base de las buenas relaciones. Consiste en mantener informado al cliente respecto a los acontecimientos importantes, en relación a costos, tiempos, modificaciones contractuales, etc. Asimismo, es la capacidad de escuchar y atender las necesidades, preguntas, quejas e insatisfacciones de los clientes, brindando respuestas claras y apropiadas.

j) Comprensión del Cliente

Consiste en ser empáticos con el cliente. Brindar una atención individualizada, con los detalles y características que nos gustaría que se nos atendiera a nosotros mismos.

2.2.1.2.3. EL MODELO SERVQUAL DE LA CALIDAD DE SERVICIO

Zeithaml, Parasuman & Berry elaboraron el Modelo SERVQUAL de la Calidad de Servicio, con el propósito de mejorar la calidad de servicio prestado por una organización; para lo cual, a través de un cuestionario dirigido a los clientes evalúa la calidad del servicio a lo largo de cinco dimensiones: fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y elementos tangibles; permitiendo asimismo, conocer las expectativas y percepciones de los clientes.

2.2.1.3. CLIENTE

2.2.1.3.1. DEFINICIÓN

Bastos, (2009); define al cliente como *“La persona que adquiere un bien o servicio para uso propio o ajeno a cambio de un precio determinado por la empresa y aceptado socialmente. Constituye el elemento fundamental por y para el cual se crean productos en las empresas”*. (Pág. 2)

De lo anterior se puede deducir, que el cliente representa la razón de ser de toda empresa, para quienes se produce un bien o servicio, cuya

percepción y satisfacción de necesidades motivarán su fidelidad o no hacia el negocio.

2.2.1.3.2. TIPOS DE CLIENTES

Las empresas deben contar con personal idóneo, capaz de atender las necesidades de los clientes según sus propias características.

(Manual de Atención al Cliente, 2013)

- a) Discutidor/a.
- b) Enojado/a.
- c) Conversador/a.
- d) Ofensivo/a.
- e) Infeliz.
- f) Quejoso/a.
- g) Exigente.
- h) Coqueteador/a.
- i) Indeciso/a.

2.2.1.3.3. LA ATENCIÓN AL CLIENTE

El cliente es el protagonista principal de la organización, por lo que, las actividades realizadas por los empresarios deben estar orientadas a la satisfacción de sus necesidades, debiendo implementar sistemas de mejora continua ante posibles fallas advertidas, trabajando con liderazgo y eficiencia en sus operaciones, contando asimismo, con

un recurso humano idóneo, con la formación y capacitación adecuada para prestar un servicio diferenciado. (Najul, 2011).

2.2.1.3.4. SATISFACCIÓN Y PERCEPCIÓN DEL CLIENTE

La satisfacción es la sensación de plenitud experimentada por el cliente en relación a un producto o servicio adquirido y/o consumido, ya que éste cumple con las expectativas esperadas.

La percepción del cliente obedece a los estímulos cerebrales logrados a través de los cinco sentidos (vista, olfato, tacto, auditivo y gusto) en relación a las características de un determinado bien o servicio.

2.2.1.3.5. MANIFESTACIONES DEL CLIENTE

El cliente tiende a expresar sus opiniones y puntos de vista respecto a los bienes o servicios adquiridos, las cuales son efectuadas a través de diferentes vías, siendo lo más recomendable, un ambiente de cordialidad y confianza; donde la información expuesta debería ser tomada como un referente para la mejora continua de la empresa. Bastos, (2009).

2.2.1.4. CALIDAD EN EL SERVICIO AL CLIENTE

Representa el conjunto de actividades estratégicas realizadas por la empresa, las cuales, acompañadas de valor agregado se encuentran

encaminadas a satisfacer las necesidades de los clientes, a diferencia de los competidores del mismo rubro. (Zolórzano, 2013).

Es la satisfacción de necesidades y percepción del servicio recibido por parte de nuestros clientes, cuyo resultado constituye un factor determinante entre la existencia o no de una empresa.

2.2.2. VARIABLE RENTABILIDAD

2.2.2.1. RENTABILIDAD

2.2.2.1.1. DEFINICIÓN

La rentabilidad es la relación existente entre la utilidad y la inversión, mientras más elevada sea la ganancia obtenida de un determinado negocio, producto de una inversión realizada, mayor será la rentabilidad y sostenibilidad de la empresa. (Zamora, 2008); Asimismo, Brun, Elvira & Puig, (2012); afirman que *“La rentabilidad indica la variación, expresada normalmente en tanto por ciento, que experimenta el valor de un activo durante un cierto periodo de tiempo. La variación se expresa en porcentaje, puede ser positiva o negativa”* (Pág. 47).

Se dice que, una empresa que utiliza recursos muy elevados pero obtiene beneficios muy pequeños “desperdicia” sus recursos; sin embargo, si una empresa utiliza esos mismos recursos y obtiene grandes resultados “aprovecha bien” sus recursos, es decir, tiene rentabilidad.

La forma comúnmente conocida para medir la Rentabilidad es la que a continuación se detalla:

$$\text{Rentabilidad} = \text{Beneficio/Recursos Financieros}$$

2.2.2.1.2. TIPOS DE RENTABILIDAD

El estudio de la rentabilidad se realiza en dos niveles (Ccaccya, 2015).

a) Rentabilidad Económica

También conocida como rentabilidad de la inversión. Representa la medida del rendimiento de los activos de una empresa, independientemente de su financiamiento, se da en un determinado tiempo; asimismo, constituye uno de los principales indicadores de medición de la eficacia de la empresa.

“La Rentabilidad Económica se calcula utilizando el Beneficio Económico como medida de beneficios y el Activo Total (o Pasivo Total) como medida de los recursos utilizados”.

$$RE = BE/AT$$

Donde:

RE : Rentabilidad Económica

BE : Beneficio Económico

AT : Activo Total

Pérez, (2014); *“La Rentabilidad Económica, como cociente entre un concepto de resultado y un concepto de inversión, puede descomponerse multiplicando numerador y denominador por las*

ventas o ingresos, en el producto de dos factores, margen de beneficio sobre ventas y rotación de activos, los cuales permiten profundizar en el análisis de la misma” (Pág. 38):

$$RE = \frac{\text{Resultado}}{\text{Activo}} = \frac{\text{Resultado}}{\text{Ventas}} \times \frac{\text{Ventas}}{\text{Activo}} = \text{Margen} \times \text{Rotación}$$

b) Rentabilidad Financiera

Es el rendimiento obtenido por los capitales propios, generalmente independientes de la distribución del resultado. Es una medida referida en un determinado tiempo. Es considerado el indicador de rentabilidad que los directivos de las empresas buscan maximizar en interés de los gerentes.

“La Rentabilidad Financiera se calcula utilizando el Beneficio Neto como medida de Beneficios y los Fondos Propios como medida de los Resultados Financieros utilizados”:

$$RF = BN/K$$

Donde:

RF : Rentabilidad Financiera

BN : Beneficio Neto

K : Fondos Propios = Capital + Reservas

También se le denomina **Rentabilidad Neta** o Rentabilidad de los Fondos Propios.

El Beneficio Neto (BN) es el beneficio que ganan los gerentes de la empresa, una vez pagados los intereses y otros gastos financieros y los impuestos:

$$BN = BE - Intereses - Impuestos$$

2.2.2.1.3. RATIOS DE RENTABILIDAD

Comprenden el conjunto de indicadores y medidas cuya finalidad es determinar si una empresa genera ingresos suficientes para cubrir sus costos. Son medidas que colaboran con el estudio de la capacidad de generar beneficios por parte de la empresa sobre la base de sus ventas, activos e inversiones. (Cccaccya, 2015).

a) Rentabilidad sobre la Inversión (ROA)

Mediante este ratio se analiza la rentabilidad de la estructura económica, es decir, del activo.

Relaciona el resultado neto de la explotación con las inversiones totales realizadas en el activo.

Indica la eficacia o productividad con la que se han utilizado los activos totales de la empresa, sin considerar los efectos del financiamiento.

$$ROA = \frac{Utilidad Neta + Intereses}{Activo Total}$$

b) Rentabilidad Operativa del Activo

Mide el éxito empresarial, considerando los factores que inciden favorable o desfavorablemente en el proceso de generación de valor de la empresa.

$$\frac{\textit{Utilidad Operativa}}{\textit{Activos de Operación}}$$

c) Margen Comercial

Determina la rentabilidad sobre las ventas de la empresa, considerando solo los costos de producción.

$$\frac{\textit{Ventas Netas} - \textit{Costo de Ventas}}{\textit{Ventas Netas}}$$

d) Rentabilidad Neta sobre Ventas

Es la medida de la rentabilidad neta sobre las ventas, mediante el cual se consideran los gastos operacionales, financieros, tributarios y laborales de la empresa. Indica cuántos céntimos gana la empresa por cada so vendido de mercadería.

El ratio debe encontrarse o ser mayor a 0.04.

$$\frac{\textit{Utilida Neta}}{\textit{Ventas Netas}}$$

e) Rotación de Activos

Este indicador refleja la capacidad de la empresa para generar ingresos respecto a un volumen determinado de activos.

Mide la efectividad con que se utilizan los activos de la empresa.

$$\frac{\textit{Total de Ventas}}{\textit{Total de Activos}}$$

f) Rentabilidad sobre Patrimonio (ROE)

Indica la rentabilidad obtenida por los gerentes de la empresa y es conocida también como la rentabilidad financiera. Para los accionistas representa el indicador más importante, toda vez que, revela cómo será retribuido su aporte de capital.

$$ROE = \frac{\textit{Utilidad Neta}}{\textit{Patrimonio}}$$

2.2.2.1.4. FACTORES DETERMINANTES DE RENTABILIDAD

Las principales estrategias que conducirían a obtener mayores utilidades y con ello, mayor rentabilidad en la empresa son:

- a) Mayor participación en el mercado del giro del negocio.
- b) Mayor calidad relativa.
- c) Reducción de costos promedio.

2.2.2.1.5. IMPORTANCIA DE LA RENTABILIDAD

La importancia de la medición de la rentabilidad en una empresa radica en que de los resultados obtenidos dependerá mucho en que los empresarios decidan continuar invirtiendo o por el contrario, retirar sus fondos y desistir del negocio (Barrero, 2013).

2.2.2.2. ELEMENTOS BÁSICOS DE LAS CUENTAS ANUALES

Los elementos señalados a continuación permiten elaborar la Contabilidad Financiera y cuentas anuales de las empresas como son: Balance, Cuenta de Pérdida y Ganancias, Estado de Cambio de Patrimonio Neto, Estado de Flujos de Efectivo y Memoria; los mismos que a su vez, ayudan a los gerentes tomar decisiones respecto a los resultados obtenidos y plantear medidas de mejora. (Alcarria, 2009 – Pág. 23-30).

Estos elementos son:

2.2.2.2.1. ACTIVOS

Conjunto de bienes, derechos y otros recursos controlados económicamente por la empresa con los que ésta desarrolla su actividad económica. Proviene de transacciones o acontecimientos pasados y pueden ser propiedad de la empresa o simplemente ser controlados por la misma:

a) Activos No Corrientes

- Inmovilizado intangible.
- Inmovilizado material.
- Inversiones inmobiliarias
- Inversiones financieras a largo plazo.

b) Activos Corrientes

- Existencias.
- Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar.

- Inversiones financieras a corto plazo.
- Tesorería

2.2.2.2. PASIVOS

Está representado por las obligaciones actuales y deudas pasadas que la empresa genera en el desarrollo de sus actividades; las deudas habitualmente provienen de adquisiciones de bienes y servicios, o por otros orígenes.

a) Pasivos No Corrientes

- Deudas a largo plazo (mayores a un año).

b) Pasivos Corrientes

- Deudas a corto plazo (menores a un año).
- Acreedores comerciales y otras cuentas por pagar.

2.2.2.3. PATRIMONIO NETO

Es la parte residual de los activos de la empresa una vez deducidos sus pasivos, es decir, es la diferencia entre el valor de sus activos y sus pasivos. Incluye las aportaciones realizadas por los gerentes del negocio en el momento de su creación o momentos posteriores, así como los resultados acumulados y otras variaciones que le afecten.

a) Fondos Propios

- Capital
- Reservas
- Resultados

b) Ajustes por Cambios de Valor

- Aumentos o disminuciones en el valor de los activos y pasivos que no consideren resultados del ejercicio.

c) Subvenciones y Donaciones

- Fondos obtenidos por estos conceptos y que no hay que reintegrar.

2.2.2.2.4.GASTOS

Son las disminuciones del Patrimonio Neto, distintas de las distribuciones de fondos de la entidad a los gerentes, como consecuencia de la actividad económica de adquisición de bienes y servicios, o como consecuencia de las variaciones en el valor de activos y pasivos que deben reconocerse contablemente.

a) Clasificación según el tipo de actividad que los origina

- Gastos Ordinarios

Generados por la actividad ordinaria, cotidiana y habitual de la empresa y que incurren de forma regular en el tiempo.

Tenemos:

▪ Gastos Corrientes o de Explotación

- ✓ Compras
- ✓ Variación de existencias (Stock de insumos)
- ✓ Servicios exteriores (Servicios básicos)
- ✓ Tributos (IGV)

- ✓ Gastos de personal (Remuneración)
- ✓ Otros gastos de gestión (Clientes deudores)
- ✓ Dotaciones para amortizaciones (Depreciación)
- ✓ Dotaciones para provisiones (Deudas)
- **Gastos Financieros**
 - ✓ Costos derivados por la utilización de financiamiento ajena a la empresa (Préstamos).
- **Gastos Extraordinarios**

Originados por las actuaciones esporádicas, ocasionales y extraordinarias de la empresa y que incurre de manera irregular en el tiempo.

Tenemos:

- Pérdidas procedentes del inmovilizado de gastos excepcionales

b) Clasificación según su naturaleza

Comprende el criterio que aplica el Plan Contable General (PCG) para desarrollar el grupo 6 (gastos). Ajustes por cambios de valor.

2.2.2.2.5.INGRESOS

Los ingresos representan los incrementos del Patrimonio Neto de la empresa, como resultado de la venta de bienes o prestación de servicios realizada, distinto a las aportaciones realizadas por los gerentes.

a) Clasificación según el tipo de actividad que los origina

- Ingresos Ordinarios

Generados por la actividad ordinaria, cotidiana y habitual de la empresa y que incurren de forma regular en el tiempo.

Tenemos:

▪ **Ingresos Corrientes o de Explotación**

✓ Ventas de mercaderías, de producción propia, de servicios, etc.

✓ Variación de existencias (productos terminados)

✓ Trabajos realizados para la empresa (Fabrica su propio inmovilizado)

✓ Subvenciones a la explotación (Aportaciones de socios)

✓ Otros ingresos de gestión (Alquileres)

▪ **Ingresos Financieros**

✓ Rentas positivas por las operaciones de carácter financiero (Préstamos a terceros).

- Ingresos Extraordinarios

Originados por las actuaciones esporádicas, ocasionales y extraordinarias de la empresa y que incurre de manera irregular en el tiempo.

Tenemos:

▪ Beneficios procedentes del inmovilizado e ingresos excepcionales.

b) Clasificación según su naturaleza

Comprende el criterio que aplica el Plan Contable General (PCG) para desarrollar el grupo 7 (ingresos). Ajustes por cambios de valor.

2.2.3. LA MICRO Y PEQUEÑA EMPPPRESA

2.2.3.1. DEFINICIÓN DE MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA

Según el “Texto Único Ordenado de la Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Empleo Decente, ley MYPE”, La MYPE es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.

Es menester precisar, que mediante **Ley N° 30056 “Ley que Modifica Diversas Leyes para facilitar la Inversión, Impulsar el Desarrollo Productivo y el Crecimiento empresarial”**, promulgada el 02 de Julio de 2013, en su Artículo 10 modifica la denominación del “Texto Único Ordenado de la Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Empleo -Decente, Ley MYPE”, aprobado por Decreto Supremo N° 007-2008-TR, por la siguiente

denominación: **“Texto Único Ordenado de la Ley de Impulso al Desarrollo Productivo y al Crecimiento Empresarial”**.

2.2.3.2. OBJETO DE LA LEY

Según la modificación expresa en la Ley N° 30056, el Texto Único Ordenado de la Ley de Impulso al Desarrollo Productivo y al Crecimiento Empresarial, tiene por objeto establecer el marco legal para la promoción de la competitividad, formalización y desarrollo de las Micro y Medianas Empresas (MIPYME), estableciendo políticas de alcance general y la creación de instrumentos de apoyo y promoción; incentivando la inversión privada, la producción y el acceso a los mercados internos y externos y otras políticas que impulsen el emprendimiento y permitan la mejora de la organización empresarial junto con el crecimiento sostenido de estas unidades económicas.

2.2.3.3. CARACTERÍSTICAS DE LA MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS:

De acuerdo a la modificación efectuada por la Ley N° 30056, se cambian los criterios de clasificación de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas, de la manera detallada a continuación, para lo cual, los empresarios deberán ubicarse en una de ellas, en función de sus niveles de ventas anuales.

Cuadro 1: Características de las MYPIMES

| TIPO DE EMPRESA | LEY MYPE D.S. N° 007-2008-TR | | LEY N° 30056 | |
|-----------------|------------------------------|--------------|------------------------------------|----------------|
| | VENTAS ANUALES | TRABAJADORES | VENTAS ANUALES | TRABAJADORES |
| MICRO EMPRESA | Hasta 150 UIT | De 01 a 10 | Hasta 150 UIT | No hay límites |
| PEQUEÑA EMPRESA | Hasta 1,700 UIT | De 01 a 100 | Más de 150 UIT y hasta 1,700 UIT | No hay límites |
| MEDIANA EMPRESA | | | Más de 1,700 UIT y hasta 2,300 UIT | No hay límites |

Fuente: Ley N° 30056

Pág. Web: <https://mep.pe/promulgan-ley-no-30056-que-modifica-la-actual-ley-mype-y-otras-normas-para-las-micro-y-pequenas-empresas/>

2.2.3.4. IMPORTANCIA DE LAS MYPES

La importancia de las Micro y Pequeñas Empresas radica en que representan un componente muy importante para nuestra economía, toda vez que, brindan empleo al 80% de la Población Económicamente Activa y generan el 40% del PBI, ayudando de algún modo a mermar la necesidad de empleo existente en nuestro país, pese a no brindarse en condiciones adecuadas para el crecimiento personal.

2.2.3.5. LOS RESTAURANTES

Aragón, Arcarons, Aspas & Melgosa, (2004); definen a los Restaurantes como “*aquellos establecimientos que prestan servicios de restauración, mediante la oferta a sus clientes de carta de platos o menús a consumir, servicio por camareros, en el comedor del establecimiento...*” (Pág. 366)

Es decir, son establecimientos que tienen como principal objetivo preparar alimentos y ponerlos a disposición de los clientes para la

satisfacción de una de sus principales necesidades básicas, a cambio de un sacrificio monetario.

2.2.3.5.1. TIPOS DE RESTAURANTES

Según Torruco & Ramírez (1997), los restaurantes pueden ser de cuatro tipos y se clasifican en función de los siguientes factores:

Costumbres sociales, hábitos y requerimientos personales:

a) Restaurante Gourmet

Se caracterizan por la prestación de un servicio completo y con precios elevados, debido a la relación existente entre el servicio y la calidad de alimentos, la decoración del lugar y su ubicación.

b) Restaurante de Especialidades

Ofrecen una variedad de platos, teniendo uno o más como especialidad de la casa, pueden ser a base de mariscos, aves, carnes, pastas u otras especialidades.

c) Restaurante Familiar

Se caracteriza por la oferta de productos o platillos a precios no muy altos, siendo uno de los más accesibles para el público en general.

d) Restaurante Conveniente

Conocidos como restaurantes de servicio limitado, ya que ofrecen productos rápidos a precios económicos.

III. HIPÓTESIS DE INVESTIGACIÓN:

Sampieri, (2012). Por ser una investigación descriptiva no se formulará hipótesis de investigación.

IV. METODOLOGÍA

4.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

La investigación realizada es de tipo Descriptiva, cuyo propósito es describir realidades, hechos, fenómenos, buscando especificar sus características (Rodríguez, 2010).

4.1.1. NIVEL DE LA INVESTIGACIÓN

El presente trabajo de investigación se encuentra considerado dentro del enfoque cuantitativo, toda vez que, me permitirá describir y caracterizar la información sin manipular los datos obtenidos (Vara, 2012)

4.1.2. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

La presente investigación es de diseño No Experimental, ya que los datos se obtienen en un solo momento, no se manipulan y presentan la realidad (Bernal, 2010).

El diseño de la investigación será No Experimental, Descriptivo y de Corte Transversal.

Esquema:

M  **O**

Donde:

M: Muestra – Conformada por los clientes de los restaurantes del Distrito de Pampas de Hospital.

O: Observación de las Variables – Calidad del Servicio al Cliente y Rentabilidad.

4.1.3. POBLACIÓN Y MUESTRA

4.1.3.1. POBLACIÓN

4.1.3.1.1. POBLACIÓN 1 (P1)

La población para la variable Calidad del Servicio al Cliente se considera infinita y estará conformada por los clientes de trece (13) MyPes dedicadas al Servicio de Restaurantes en el Distrito de Pampas de Hospital, 2017.

4.1.3.1.2. POBLACIÓN 2 (P2)

La población para la variable Rentabilidad se considera finita y estará conformada por trece (13) gerentes de las MyPes dedicadas al Servicio de Restaurantes en el Distrito de Pampas de Hospital, 2017.

Cuadro 2: Restaurantes del Distrito de Pampas de Hospital – Tumbes

| ORDEN | RAZÓN SOCIAL | Nº GERENTES | Nº TRABAJADORES | TOTAL PERSONAS |
|-------|---------------------------------------|-------------|-----------------|----------------|
| 1 | El Paraíso | 1 | 4 | 5 |
| 2 | El Carejo | 1 | 5 | 6 |
| 3 | La Chava | 1 | 1 | 2 |
| 4 | Rosales | 1 | 3 | 4 |
| 5 | La Ramada | 1 | 3 | 4 |
| 6 | El Causita | 1 | 5 | 6 |
| 7 | Gabino | 1 | 4 | 5 |
| 8 | Aquí Sí | 1 | 1 | 2 |
| 9 | Los Ficus | 1 | 3 | 4 |
| 10 | Los Cardos Azules | 1 | 6 | 7 |
| 11 | La Culebra II | 1 | 6 | 7 |
| 12 | Las Mellizas | 1 | 3 | 4 |
| 13 | Restaurant Campestre Quebrada Cabuyal | 1 | 3 | 4 |
| | | 13 | 44 | 56 |

Fuente: Elaboración propia de Autora.

4.1.3.2. MUESTRA

Según lo expresado por Hernández, Fernández y Baptista, (2010), cuando las poblaciones de variables son infinitas, no se conocen las características de la población, por lo que, para determinar la muestra de la variable Calidad del Servicio al Cliente se aplicará la siguiente fórmula estadística:

$$n = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

Donde:

n : Tamaño de muestra

Z : Nivel de confianza (Considerado para 90% de confianza = 1.645)

p : Probabilidad 0.5%

q : No probabilidad (donde Q=1-P), es decir: 0.5%

e : Error permitido = 10%

En ese orden de ideas, la muestra de la variable Calidad del Servicio al cliente se determinó de la siguiente manera:

$$n = \frac{(1.645)^2(0.50)(0.50)}{(0.10)^2}$$

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

$$n = \frac{(0.67650625)}{0.01}$$

$$n = 67.650625$$

$$n = 68 \text{ Clientes}$$

Total muestra:

- ✓ Variable Calidad del Servicio al Cliente : 68 clientes
- ✓ Variable Rentabilidad : 13 gerentes

4.1.3.2.1. CRITERIOS DE INCLUSIÓN Y EXCLUSIÓN DE LA MUESTRA

Según Fuentelsaz, Icart & Pulpón, (2006). La definición de los criterios de inclusión y exclusión han de estar claramente especificadas, no solo para poder realizar claramente y sin dudas la inclusión de los sujetos, sino también para saber las características de los elementos estudiados.

- INCLUSIÓN

Para la Variable Calidad de Servicio al Cliente se incluirá a la muestra la participación de los clientes mayores de edad, de sexo femenino y masculino, quienes por su experiencia se encuentran facultados para emitir una opinión más acertada acerca de la calidad de los alimentos consumidos.

- EXCLUSIÓN

Para la Variable Calidad de Servicio al Cliente se excluirá de la muestra la participación de los clientes menores de edad, de ambos sexos, quienes por su corta edad no se encuentran en las condiciones de emitir una responsable opinión respecto a la calidad de los alimentos consumidos.

4.1.4. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

4.1.4.1. DEFINICIÓN DE VARIABLES

Las variables identificadas en la Hipótesis de la presenta investigación, se pueden definir conceptual y operacionalmente de la manera siguiente:

4.1.4.2. VARIABLE 01

Calidad del Servicio al Cliente.

4.1.4.3. VARIABLE 02

Rentabilidad

4.1.5. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Cuadro 3: Operacionalización de Variables

| DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE | | | | | | |
|--|---|-------------|--|-------------------|---|------------------|
| VARIABLE | DEFINICIÓN CONCEPTUAL | DIMENSIONES | DEFINICIÓN OPERACIONAL | INDICADORES | ITEMS (PREGUNTA) | MEDICIÓN |
| CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE | Representa el conjunto de actividades estratégicas realizadas por la empresa, las cuales, acompañadas de valor agregado se encaminadas a satisfacer las necesidades de los clientes, a diferencia de los competidores del mismo rubro. (Zolórzano, 2013). | Calidad | La Calidad se medirá a través de las ocho dimensiones propias de la calidad: Desempeño, Características, Conformidad, Confiabilidad, Durabilidad, Atención, Estética y Calidad percibida. | Desempeño | ¿Qué opinión le merece los atributos básicos contenidos en los alimentos brindados por esta empresa? | Escala de Likert |
| | | | | Características | ¿Cómo calificaría las características frío/caliente presentadas en los alimentos? | Escala de Likert |
| | | | | Conformidad | ¿Con qué nivel de conformidad calificaría los puntos de cocción y sabor de los alimentos brindados por esta empresa? | Escala de Likert |
| | | | | Confiabilidad | ¿Con qué nivel de confianza consumiría los alimentos brindados por esta empresa? | Escala de Likert |
| | | | | Durabilidad | ¿Con qué nivel de durabilidad calificaría la conservación de los alimentos consumidos en esta empresa? | Escala de Likert |
| | | | | Atención | ¿Con qué nivel de eficiencia calificaría la atención de su pedido? | Escala de Likert |
| | | | | Estética | ¿Cómo calificaría la presentación de los alimentos? | Escala de Likert |
| | | | | Calidad percibida | De acuerdo a la calidad percibida en los alimentos, ¿Cuáles son las probabilidades que nos recomiende a otras personas? | Escala de Likert |

| | | | | | | |
|--|--|--|---|----------------------------|---|------------------|
| | | | <p>El Servicio al Cliente se medirá en base a las dimensiones propias de los servicios:</p> <p>Elementos tangibles, Fiabilidad, Capacidad de Respuesta, Profesionalidad, Cortesía, Credibilidad, Seguridad, Accesibilidad, Comunicación y Comprensión al cliente.</p> | Elementos tangibles | ¿Cómo calificaría los elementos tangibles de esta empresa: instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación? | Escala de Likert |
| | | | | Capacidad de respuesta | ¿Cómo calificaría la capacidad de respuesta de la empresa con respecto al tiempo empleado para la atención del pedido y de entrega de los alimentos? | Escala de Likert |
| | | | | Profesionalidad y cortesía | ¿Cómo calificaría las actitudes de profesionalidad y cortesía mostradas por los trabajadores durante la atención? | Escala de Likert |
| | | | | Credibilidad | ¿Cómo calificaría el nivel de credibilidad de la empresa respecto a las características de los alimentos, tiempos y precios prometidos con relación a los reales? | Escala de Likert |
| | | | | Seguridad | De acuerdo a su experiencia, ¿Cómo calificaría la seguridad de esta empresa? | Escala de Likert |
| | | | | Accesibilidad | ¿Cómo calificaría la accesibilidad brindada por la empresa respecto a la absolución de dudas e inquietudes y los horarios de atención? | Escala de Likert |
| | | | | Comunicación | ¿Qué opinión le merece el tipo de comunicación que mantiene la empresa con su persona? | Escala de Likert |
| | | | | Comprensión al cliente | ¿Cómo calificaría la actitud de los trabajadores respecto a la atención individualizada y comprensión de sus necesidades como cliente? | Escala de Likert |

DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE RENTABILIDAD

| VARIABLE | DEFINICIÓN CONCEPTUAL | DIMENSIONES | DEFINICIÓN OPERACIONAL | INDICADORES | ITEMS (PREGUNTA) | MEDICIÓN |
|-----------------------|---|--------------------|---|--|--|-----------------|
| RENTABILIDAD | La rentabilidad es la relación existente entre la utilidad y la inversión, mientras más elevada sea la ganancia obtenida de un determinado negocio, producto de una inversión realizada, mayor será la rentabilidad y sostenibilidad de la empresa. (Zamora, 2008). | Gastos | Se medirá a través de los gastos ordinarios y extraordinarios que realiza la empresa para el desarrollo de sus actividades. | Compras | ¿Las compras realizadas están orientadas únicamente al normal desarrollo de la empresa? | Escala Nominal |
| | | | | Variación de existencias (Stock de insumos) | ¿Realiza gastos excesivos para mantener un considerable stock de insumos? | Escala Nominal |
| | | | | Servicios exteriores (Servicios básicos) | ¿Cuenta con servicios básicos como agua potable, energía eléctrica y teléfono? | Escala Nominal |
| | | | | Tributos (IGV) | ¿Realiza pagos de tributos a la SUNAT? | Escala Nominal |
| | | | | Gastos de personal (Remuneración) | En lo que respecta a gastos por concepto de remuneración de personal, ¿Realiza alguno relacionado a servicios contables de su empresa? | Escala Nominal |
| | | | | Dotaciones para amortizaciones y provisiones (Depreciación y deudas atrasadas) | ¿La empresa dota provisiones para la adquisición de maquinaria y equipo depreciados, así como el pago de deudas atrasadas? | Escala Nominal |
| | | | | Préstamos | ¿Realiza gastos relacionados al pago de cuotas o intereses por concepto de préstamos realizados con entidades financieras? | Escala Nominal |
| Pérdidas/desperdicios | ¿La empresa presenta pérdidas/desperdicios de materia prima durante el desarrollo de sus actividades? | Escala Nominal | | | | |

| | | | | | | |
|--|--|--|--|---|--|----------------|
| | | | | Ventas de mercaderías, de producción propia, de servicios, etc. | ¿Los ingresos percibidos por su empresa están representados únicamente por las ventas realizadas? | Escala Nominal |
| | | | | | ¿Los ingresos percibidos por su empresa son mayores a los gastos realizados? | Escala Nominal |
| | | | | | ¿Su empresa dispone de estrategias de venta? | Escala Nominal |
| | | | Se medirá a través de los ingresos ordinarios y extraordinarios percibidos por la empresa en el desarrollo de sus actividades. | Variación de existencias (Productos terminados) | ¿Dispone de un stock de alimentos preparados para la atención del público en el momento que lo requiera? | Escala Nominal |
| | | | | Trabajos realizados para la empresa (Fabrica su propio inmovilizado - bienes duraderos) | ¿Los bienes tangibles empleados para la preparación de los alimentos son fabricados por la propia empresa? | Escala Nominal |
| | | | | Subvenciones a la explotación (Aportaciones de socios) | ¿La empresa recibe aportaciones de parte de sus socios para el normal funcionamiento de sus actividades? | Escala Nominal |
| | | | | Otros ingresos de gestión (Alquileres) | ¿Cuenta con ingresos por servicios de alquiler? | Escala Nominal |
| | | | | Préstamos a terceros | ¿Cuenta con ingresos por concepto de préstamos realizados a terceros? | Escala Nominal |

4.2. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

En el proceso de investigación se requiere contar con técnicas e instrumentos que permitan recabar información confiable y válida. Esta etapa es conocida también como trabajo de campo y la información obtenida permitirá responder a nuestras preguntas de investigación y lograr nuestros objetivos planteados.

4.2.1. TÉCNICAS

En la actualidad se conocen una variedad de técnicas para la recolección de información en el trabajo de campo, de acuerdo al método y tipo de investigación a realizar. Alelú & Rodríguez, (s.f.).

En la investigación cualitativa se utilizan las siguientes técnicas:

4.2.1.1. ENCUESTAS

Considerada una de las técnicas más usadas para la recolección de datos, pese a encontrarse expuesto a perder credibilidad debido al grupo humano a quien va dirigido.

Se caracteriza por el conjunto de preguntas formuladas, las cuales son aplicadas a través del contacto directo con el encuestado.

En el presente trabajo de investigación se aplicó la técnica de la Encuesta en trece (13) restaurantes del distrito de Pampas de Hospital.

4.2.1.2. OBSERVACIÓN DIRECTA

Se ha convertido en la técnica más utilizada debido a su credibilidad y obtención de información directa; motivo por el cual, su uso tiende a

generalizarse por todos. Se emplea elementos audiovisuales, especialmente cuando de estudios de comportamiento de la persona se trata.

4.2.1.3. ANÁLISIS DE DOCUMENTOS

Consiste en analizar material impreso, por lo general es empleado para la elaboración del marco teórico de la investigación; no obstante, se recomienda el uso simultaneo de dos o más técnicas de recolección con el propósito de concretar y/o complementar la información.

4.2.1.4. INTERNET

Debido a su apogeo, se ha convertido en una herramienta muy importante y útil para recabar todo tipo de información.

4.2.2. INSTRUMENTOS

4.2.2.1. CUESTIONARIO

Según García, (2002), El cuestionario de encuesta es utilizado para realizar preguntas con opciones de respuesta de acuerdo a la variable de estudio. Por lo tanto, para la variable Calidad de Servicio al Cliente se utilizará la escala de medición de Likert y para la variable Rentabilidad una escala nominal.

4.2.2.2. TIPO DE PREGUNTA

Se emplearán preguntas cerradas, por cuanto, contienen categorías u opciones de respuestas que han sido definidas de acuerdo a las posibilidades de la empresa.

4.2.2.3. FICHAS BIBLIOGRÁFICAS

Constituido por los libros, tesis, artículos, investigaciones y autores que han estudiado con anterioridad el tema que me ocupa.

4.2.2.4. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Esta herramienta es empleado como un calendario y permitirá el registro de las actividades a realizar para el desarrollo del proyecto e informe de tesis.

4.3. PLAN DE ANÁLISIS

Según Alarcón & Gutiérrez, el plan de análisis detalla las medidas de resumen de las variables de estudio y la forma como serán presentadas, indicando los modelos y técnicas estadísticas a usar, los cuales pueden ser:

4.3.1. MICROSOFT OFFICE WORD

Es un software que permite la creación o edición de documentos de texto en un ordenador o computadora. Permite, asimismo, insertar fotografías o ilustraciones, tablas y mapas.

4.3.2. MICROSOFT OFFICE EXCEL

Este programa permitirá realizar tareas contables y financieras gracias a sus funciones. Asimismo, permitirá elaborar tablas para el análisis de los resultados del estudio a realizar.

4.3.3. SOFTWARE

Es el conjunto de programas de cómputo, instrucciones, reglas informáticas, documentación y datos asociados que ayudarán a la realización de la presente investigación.

4.3.4. MICROSOFT OFFICE POWERPOINT

Permitirá la presentación del presente trabajo de investigación, mediante diapositivas, en las cuales se puede considerar la inclusión de textos, imágenes, animaciones, audios y videos.

4.3.5. TURNITIN

Es un servicio de prevención del plagio en internet. Controla los potenciales contenidos no originales mediante una comparación de los papers enviados a varias bases de datos que utilizan un algoritmo propietario.

Para la medición de las variables Calidad de Servicio al Cliente y Rentabilidad de la presente investigación se empleará la encuesta como instrumento de recolección de datos, se tabularán de manera ordenada y de acuerdo a cada variable y sus dimensiones. Se empleará estadística descriptiva, calculando las

frecuencias y porcentajes en hojas de cálculo Excel 2013, se analizará el resultado del instrumento aplicado, se hará uso del programa SPSS versión 21 validado por expertos mediante la técnica de Método de Juicio por experto.

4.4. MATRIZ DE CONSISTENCIA

Ver cuadro adjunto.

Cuadro 4: Matriz de Consistencia

“Caracterización de la Calidad del Servicio al Cliente y Rentabilidad en las MYPES en el Sector Servicio, Rubro Restaurantes del Distrito de Pampas de Hospital – Tumbes, 2017

| TÍTULO | ENUNCIADO DEL PROBLEMA | OBJETIVOS | HIPÓTESIS | VARIABLES | POBLACIÓN Y MUESTRA | MÉTODO Y DISEÑO | INSTRUMENTO Y PROCEDIMIENTO |
|--|---|--|---|--|---|--|---|
| Caracterización de la Calidad del Servicio al Cliente y Rentabilidad en las MYPES en el Sector Servicio, Rubro Restaurantes del Distrito de Pampas de Hospital – Tumbes, 2017 | ¿Cómo se caracteriza la calidad del servicio al cliente y rentabilidad de las MyPes en el Sector Servicio, rubro restaurantes del distrito de Pampas de Hospital – Tumbes, 2017? | Objetivo General | Por ser una investigación descriptiva no se formulará hipótesis de investigación. | Variable 01: Calidad del Servicio al cliente | Población: P1: Está formada por los clientes de 13 Restaurantes. P2: Está formada por los gerentes de 13 Restaurantes. | Tipo: Descriptiva | Procesamiento de datos: Se hará uso de la estadística descriptiva a través de tablas y figuras de frecuencias múltiples, utilizando los programas de Microsoft Word y Microsoft Excel. |
| | | Objetivos Específicos | | | | Nivel: Cuantitativo | |
| | | Determinar y describir la caracterización de la calidad del Servicio al Cliente y rentabilidad de las MyPes en el Sector Servicio, Rubro Restaurantes del Distrito de Pampas de Hospital – Tumbes, 2017. | | | | | |
| | | Identificar las dimensiones de la calidad de los alimentos brindados por las MyPes en el sector servicio, rubro restaurantes del distrito de Pampas de Hospital – Tumbes, 2017. | | | | | |
| | | Identificar las dimensiones del servicio al cliente brindado por las MyPes en el sector servicio, rubro restaurantes del distrito de Pampas de Hospital – Tumbes, 2017. | | | | | |
| | | Conocer los gastos ordinarios y extraordinarios realizados por las MyPes en el sector servicio, rubro restaurantes del distrito de Pampas de Hospital – Tumbes, 2017. | | | | | |
| Conocer los ingresos ordinarios y extraordinarios percibidos por las MyPes en el sector servicio, rubro restaurantes del distrito de Pampas de Hospital – Tumbes, 2017. | | | | | | | |
| | | | | Variable 02: Rentabilidad | Muestra: M1: 68 M2: 13 | Diseño: No experimental, de corte transversal | |

4.5. PRINCIPIOS ÉTICOS

Según Pérez & Merino, (2013). Los principios éticos constituyen las reglas que sirven como guía para orientar la conducta.

En la presente investigación se aplicarán los siguientes principios éticos:

4.5.1. ACCESIBILIDAD

Acercamiento o trato a las personas entrevistadas.

4.5.2. BÚSQUEDA DE LA VERDAD

Forman la mente, con lo que se dice o siente.

4.5.3. COHERENCIA

Relación de una cosa con otras.

4.5.4. COMPROMISO

Palabra dada o fe.

4.5.5. PERSEVERANCIA

Firmeza en la consecución de los propósitos.

V. RESULTADOS

5.1. RESULTADOS

RESULTADOS SEGÚN ENCUESTA APLICADA SOBRE CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE

SEGÚN EL OBJETIVO ESPECÍFICO N° 01

Tabla 1: ¿Qué opinión le merece los atributos básicos contenidos en los alimentos brindados por esta empresa?

| ESCALA DE MEDICIÓN | fi | Hi % |
|--------------------|-----------|-------------|
| Excelente | 6 | 8% |
| Bueno | 37 | 54% |
| Regular | 24 | 36% |
| Malo | 1 | 2% |
| TOTAL | 68 | 100% |

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 2: ¿Cómo calificaría las características frío/caliente presentadas en los alimentos?

| ESCALA DE MEDICIÓN | fi | Hi% |
|--------------------|-----------|-------------|
| Excelente | 6 | 8% |
| Bueno | 40 | 59% |
| Regular | 21 | 31% |
| Malo | 1 | 2% |
| TOTAL | 68 | 100% |

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 3: ¿Con qué nivel de conformidad calificaría los puntos de cocción y sabor de los alimentos brindados por esta empresa?

| ESCALA DE MEDICIÓN | fi | Hi% |
|--------------------|-----------|-------------|
| Excelente | 8 | 11% |
| Bueno | 37 | 55% |
| Regular | 22 | 33% |
| Malo | 1 | 1% |
| TOTAL | 68 | 100% |

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4: ¿Con qué nivel de confianza consumiría los alimentos brindados por esta empresa?

| ESCALA DE MEDICIÓN | fi | Hi% |
|---------------------------|-----------|-------------|
| Excelente | 10 | 14% |
| Bueno | 36 | 53% |
| Regular | 22 | 33% |
| Malo | 0 | 0% |
| TOTAL | 68 | 100% |

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 5: ¿Con qué nivel de durabilidad calificaría la conservación de los alimentos consumidos en esta empresa?

| ESCALA DE MEDICIÓN | fi | Hi% |
|---------------------------|-----------|-------------|
| Excelente | 7 | 10% |
| Bueno | 42 | 62% |
| Regular | 19 | 28% |
| Malo | 0 | 0% |
| TOTAL | 68 | 100% |

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 6: ¿Con qué nivel de eficiencia calificaría la atención de su pedido?

| ESCALA DE MEDICIÓN | fi | Hi% |
|---------------------------|-----------|-------------|
| Excelente | 11 | 15% |
| Bueno | 33 | 49% |
| Regular | 24 | 36% |
| Malo | 0 | 0% |
| TOTAL | 68 | 100% |

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 7: ¿Cómo calificaría la presentación de los alimentos?

| ESCALA DE MEDICIÓN | fi | Hi% |
|---------------------------|-----------|-------------|
| Excelente | 10 | 14% |
| Bueno | 36 | 53% |
| Regular | 22 | 33% |
| Malo | 0 | 0% |
| TOTAL | 68 | 100% |

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 8: De acuerdo a la calidad percibida en los alimentos, ¿Cuáles son las probabilidades que nos recomiende a otras personas?

| ESCALA DE MEDICIÓN | fi | Hi% |
|--------------------|-----------|-------------|
| Excelente | 8 | 12% |
| Bueno | 38 | 56% |
| Regular | 21 | 31% |
| Malo | 1 | 1% |
| TOTAL | 68 | 100% |

Fuente: Elaboración propia.

SEGÚN EL OBJETIVO ESPECÍFICO N° 02

Tabla 9: ¿Cómo calificaría los elementos tangibles de esta empresa: instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación?

| ESCALA DE MEDICIÓN | fi | Hi% |
|--------------------|-----------|-------------|
| Excelente | 8 | 12% |
| Bueno | 41 | 60% |
| Regular | 18 | 26% |
| Malo | 1 | 2% |
| TOTAL | 68 | 100% |

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 10: ¿Cómo calificaría la capacidad de respuesta de la empresa con respecto al tiempo empleado para la atención del pedido y de entrega de los alimentos?

| ESCALA DE MEDICIÓN | fi | Hi% |
|--------------------|-----------|-------------|
| Excelente | 5 | 7% |
| Bueno | 38 | 56% |
| Regular | 25 | 37% |
| Malo | 0 | 0% |
| TOTAL | 68 | 100% |

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 11: ¿Cómo calificaría las actitudes de profesionalidad y cortesía mostradas por los trabajadores durante la atención?

| ESCALA DE MEDICIÓN | fi | Hi% |
|--------------------|-----------|-------------|
| Excelente | 5 | 7% |
| Bueno | 34 | 50% |
| Regular | 29 | 43% |
| Malo | 0 | 0% |
| TOTAL | 68 | 100% |

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 12: ¿Cómo calificaría el nivel de credibilidad de la empresa respecto a las características de los alimentos, tiempos y precios prometidos con relación a los reales?

| ESCALA DE MEDICIÓN | fi | Hi% |
|--------------------|-----------|-------------|
| Excelente | 6 | 8% |
| Bueno | 37 | 55% |
| Regular | 25 | 37% |
| Malo | 0 | 0% |
| TOTAL | 68 | 100% |

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 13: De acuerdo a su experiencia, ¿Cómo calificaría la seguridad de esta empresa?

| ESCALA DE MEDICIÓN | fi | Hi% |
|--------------------|-----------|-------------|
| Excelente | 10 | 14% |
| Bueno | 35 | 52% |
| Regular | 23 | 34% |
| Malo | 0 | 0% |
| TOTAL | 68 | 100% |

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 14: ¿Cómo calificaría la accesibilidad brindada por la empresa respecto a la absolución de dudas e inquietudes y los horarios de atención?

| ESCALA DE MEDICIÓN | fi | Hi% |
|---------------------------|-----------|-------------|
| Excelente | 9 | 13% |
| Bueno | 40 | 58% |
| Regular | 18 | 27% |
| Malo | 1 | 2% |
| TOTAL | 68 | 100% |

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 15: ¿Qué opinión le merece el tipo de comunicación que mantiene la empresa con su persona?

| ESCALA DE MEDICIÓN | fi | Hi% |
|---------------------------|-----------|-------------|
| Excelente | 2 | 3% |
| Bueno | 35 | 52% |
| Regular | 29 | 42% |
| Malo | 2 | 3% |
| TOTAL | 68 | 100% |

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 16: ¿Cómo calificaría la actitud de los trabajadores respecto a la atención individualizada y comprensión de sus necesidades como cliente?

| ESCALA DE MEDICIÓN | fi | Hi% |
|---------------------------|-----------|-------------|
| Excelente | 3 | 5% |
| Bueno | 35 | 51% |
| Regular | 29 | 42% |
| Malo | 1 | 2% |
| TOTAL | 68 | 100% |

Fuente: Elaboración propia.

RESULTADOS SEGÚN ENCUESTA APLICADA SOBRE RENTABILIDAD

SEGÚN EL OBJETIVO ESPECÍFICO N° 03

Tabla 17: ¿Las compras realizadas están orientadas únicamente al normal desarrollo de la empresa?

| ESCALA DE MEDICIÓN | fi | Hi% |
|--------------------|-----------|-------------|
| Sí | 8 | 62% |
| No | 5 | 38% |
| TOTAL | 13 | 100% |

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 18: ¿Realiza gastos excesivos para mantener un considerable stock de insumos?

| ESCALA DE MEDICIÓN | fi | Hi% |
|--------------------|-----------|-------------|
| Sí | 5 | 38% |
| No | 8 | 62% |
| TOTAL | 13 | 100% |

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 19: ¿Cuenta con servicios básicos como agua potable, energía eléctrica y teléfono?

| ESCALA DE MEDICIÓN | fi | Hi% |
|--------------------|-----------|-------------|
| Sí | 7 | 54% |
| No | 6 | 46% |
| TOTAL | 13 | 100% |

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 20: ¿Realiza pagos de tributos a la SUNAT?

| ESCALA DE MEDICIÓN | fi | Hi% |
|--------------------|-----------|-------------|
| Sí | 6 | 46% |
| No | 7 | 54% |
| TOTAL | 13 | 100% |

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 21: En lo que respecta a gastos por concepto de remuneración de personal, ¿Realiza alguno relacionado a servicios contables de su empresa?

| ESCALA DE MEDICIÓN | fi | Hi% |
|--------------------|-----------|-------------|
| Sí | 6 | 46% |
| No | 7 | 54% |
| TOTAL | 13 | 100% |

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 22: ¿La empresa dota provisiones para la adquisición de maquinaria y equipo depreciados, así como el pago de deudas atrasadas?

| ESCALA DE MEDICIÓN | fi | Hi% |
|--------------------|-----------|-------------|
| Sí | 4 | 31% |
| No | 9 | 69% |
| TOTAL | 13 | 100% |

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 23: ¿Realiza gastos relacionados al pago de cuotas o intereses por concepto de préstamos realizados con entidades financieras?

| ESCALA DE MEDICIÓN | fi | Hi% |
|--------------------|-----------|-------------|
| Sí | 6 | 46% |
| No | 7 | 54% |
| TOTAL | 13 | 100% |

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 24: ¿La empresa presenta pérdidas/desperdicios de materia prima durante el desarrollo de sus actividades?

| ESCALA DE MEDICIÓN | fi | Hi% |
|--------------------|-----------|-------------|
| Sí | 7 | 54% |
| No | 6 | 46% |
| TOTAL | 13 | 100% |

Fuente: Elaboración propia.

SEGÚN EL OBJETIVO ESPECÍFICO N° 04

Tabla 25: ¿Los ingresos percibidos por su empresa están representados únicamente por las ventas realizadas?

| ESCALA DE MEDICIÓN | fi | Hi% |
|--------------------|-----------|-------------|
| Sí | 8 | 62% |
| No | 5 | 38% |
| TOTAL | 13 | 100% |

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 26: ¿Los ingresos percibidos por su empresa son mayores a los gastos realizados?

| ESCALA DE MEDICIÓN | fi | Hi% |
|--------------------|-----------|-------------|
| Sí | 5 | 38% |
| No | 8 | 62% |
| TOTAL | 13 | 100% |

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 27: ¿Su empresa dispone de estrategias de venta?

| ESCALA DE MEDICIÓN | fi | Hi% |
|--------------------|-----------|-------------|
| Sí | 9 | 69% |
| No | 4 | 31% |
| TOTAL | 13 | 100% |

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 28: ¿Dispone de un stock de alimentos preparados para la atención del público en el momento que lo requiera?

| ESCALA DE MEDICIÓN | fi | Hi% |
|--------------------|-----------|-------------|
| Sí | 5 | 38% |
| No | 8 | 62% |
| TOTAL | 13 | 100% |

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 29: ¿Los bienes tangibles empleados para la preparación de los alimentos son fabricados por la propia empresa?

| ESCALA DE MEDICIÓN | fi | Hi% |
|--------------------|-----------|-------------|
| Sí | 1 | 8% |
| No | 12 | 92% |
| TOTAL | 13 | 100% |

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 30: ¿La empresa recibe aportaciones de parte de sus socios para el normal funcionamiento de sus actividades?

| ESCALA DE MEDICIÓN | fi | Hi% |
|--------------------|-----------|-------------|
| Sí | 3 | 23% |
| No | 10 | 77% |
| TOTAL | 13 | 100% |

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 31: ¿Cuenta con ingresos por servicios de alquiler?

| ESCALA DE MEDICIÓN | fi | Hi% |
|--------------------|-----------|-------------|
| Sí | 5 | 38% |
| No | 8 | 62% |
| TOTAL | 13 | 100% |

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 32: ¿Cuenta con ingresos por concepto de préstamos realizados a terceros?

| ESCALA DE MEDICIÓN | fi | Hi% |
|--------------------|-----------|-------------|
| Sí | 6 | 46% |
| No | 7 | 54% |
| TOTAL | 13 | 100% |

Fuente: Elaboración propia.

5.2. ANÁLISIS DE RESULTADOS

5.2.1. SEGÚN EL OBJETIVO ESPECÍFICO N° 01

En la tabla N° 1 se aprecia que del 100% (68) de clientes encuestados de las MyPes rubro Restaurantes del Distrito de Pampas de Hospital, el 54% (37) opina que son buenos los atributos básicos contenidos en los alimentos; mientras que, el 36% (24) lo califica como regular, el 8% (6) como excelente y el 2% (1) como mala. En la tabla N° 2 se aprecia que del 100% (68) de clientes encuestados de las MyPes rubro Restaurantes del Distrito de Pampas de Hospital, el 58% (40) califica como buenas las características frío/caliente presentadas en los alimentos; mientras que, el 31% (21) la cataloga como regular, el 8% (6) como excelente y el 2% (1) como mala. En la tabla N° 3 se aprecia que del 100% (68) de clientes encuestados de las MyPes rubro Restaurantes del Distrito de Pampas de Hospital, el 55% (37) califica como bueno el nivel de conformidad de los puntos de cocción y sabor de los alimentos; mientras que, el 33% (22) la considera como regular, el 11% (8) como excelente y el 1% (1) como mala. En la tabla N° 4 se aprecia que del 100% (68) de clientes encuestados de las MyPes rubro Restaurantes del Distrito de Pampas de Hospital, el 53% (36) califica como bueno el nivel de confianza para consumir los alimentos; mientras que, el 33% (22) la califica como regular, el 14% (10) como excelente y el 0% (0) como mala. En la tabla N° 5 se aprecia que del 100% (68) de clientes encuestados de las MyPes rubro Restaurantes del Distrito de Pampas de Hospital, el 62% (42) califica como bueno el nivel de durabilidad (conservación) de los alimentos consumidos; mientras que, el 28% (19) los califica como regular, el 10% (7) como excelente

y el 0% (0) como malo. En la tabla N° 6 se aprecia que del 100% (68) de clientes encuestados de las MyPes rubro Restaurantes del Distrito de Pampas de Hospital, el 49% (33) califica como bueno el nivel de eficiencia en la atención de su pedido; mientras que, el 36% (24) lo califica como regular, el 15% (11) como excelente y el 0% (0) como malo. En la tabla N° 7 se aprecia que del 100% (68) de clientes encuestados de las MyPes rubro Restaurantes del Distrito de Pampas de Hospital, el 53% (36) califica como buena la presentación de los alimentos; mientras que, el 33% (22) la califica como regular, el 14% (10) como excelente y el 0% (0) como mala.

En la tabla N° 8 se aprecia que del 100% (68) de clientes encuestados de las MyPes rubro Restaurantes del Distrito de Pampas de Hospital, el 56% (38) considera que de acuerdo a la calidad percibida en los alimentos, son buenas las probabilidades que nos recomiende a otras personas; mientras que, el 31% (21) lo considera como regular, el 12% (8) como excelente y el 1% (1) como mala. Coincidió con Pérez, (2014), que la empresa ofrece un servicio bueno, atiende moderadamente las necesidades de sus clientes, sin embargo, puede mejorar la prestación de su servicio para adelantarse a los requerimientos y así superar las expectativas del cliente; mientras la empresa ofrezca un mejor servicio los ingresos aumentarán, mejorando sus resultados económicos.

5.2.2. SEGÚN EL OBJETIVO ESPECÍFICO N° 02

En la tabla N° 9 se aprecia que del 100% (68) de clientes encuestados de las MyPes rubro Restaurantes del Distrito de Pampas de Hospital, el 60% (41) califica como buenos los elementos tangibles de la empresa: instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación; mientras que, el 26%

(18) los califica como regular, el 12% (8) como excelente y el 2% (1) como mala. En la tabla N° 10 se aprecia que del 100% (68) de clientes encuestados de las MyPes rubro Restaurantes del Distrito de Pampas de Hospital, el 56% (38) califica como buena la capacidad de respuesta de la empresa con respecto al tiempo empleado para la atención del pedido y de entrega de los alimentos; mientras que, el 37% (25) la califica como regular, el 7% (5) como excelente y el 0% (0) como mala. En la tabla N° 11 se aprecia que del 100% (68) de clientes encuestados de las MyPes rubro Restaurantes del Distrito de Pampas de Hospital, el 50% (34) califica como buenas las actitudes de profesionalidad y cortesía mostradas por los trabajadores durante la atención; mientras que, el 43% (29) la califica como regular, el 7% (5) como excelente y el 0% (0) como mala. En la tabla N° 12 se aprecia que del 100% (68) de clientes encuestados de las MyPes rubro Restaurantes del Distrito de Pampas de Hospital, el 55% (37) califica como bueno el nivel de credibilidad de la empresa respecto a las características de los alimentos, tiempos y precios prometidos con relación a los reales; mientras que, el 37% (25) lo califica como regular, el 8% (6) como excelente y el 0% (0) como mala. En la tabla N° 13 se aprecia que del 100% (68) de clientes encuestados de las MyPes rubro Restaurantes del Distrito de Pampas de Hospital, el 52% (35) califica como buena la seguridad de la empresa; mientras que, el 34% (23) la califica como regular, el 14% (10) como excelente y el 0% (0) como mala. En la tabla N° 14 se aprecia que del 100% (68) de clientes encuestados de las MyPes rubro Restaurantes del Distrito de Pampas de Hospital, el 58% (40) califica como buena la accesibilidad brindada por la empresa respecto a la absolución de dudas e inquietudes y los horarios

de atención; mientras que, el 27% (18) la considera como regular, el 13% (9) como excelente y el 2% (1) como mala.

En la tabla N° 15 se aprecia que del 100% (68) de clientes encuestados de las MyPes rubro Restaurantes del Distrito de Pampas de Hospital, el 52% (35) opina que es bueno el tipo de comunicación que mantiene la empresa con su persona; mientras que, el 42% (29) lo considera como regular, el 3% (2) como excelente y el 3% (2) como malo. En la tabla N° 16 se aprecia que del 100% (68) de clientes encuestados de las MyPes rubro Restaurantes del Distrito de Pampas de Hospital, el 51% (35) califica como buena la actitud de los trabajadores respecto a la atención individualizada y comprensión de sus necesidades como cliente; mientras que, el 42% (29) la considera como regular, el 5% (3) como excelente y el 2% (1) como mala. Coincidió con Jurado, (2014), que la mayoría de clientes calificaron al servicio y la atención como muy bueno, lo que significa que el restaurante cumple con las expectativas de los clientes; sin embargo, existe un porcentaje de clientes que no se sintieron conformes con el servicio y atención, siendo ellos quienes ayudaron a evidenciar las falencias existentes en el restaurante.

5.2.3. SEGÚN EL OBJETIVO ESPECÍFICO N° 03

En la tabla N° 17 se aprecia que del 100% (13) de gerentes encuestados de las MyPes rubro Restaurantes del Distrito de Pampas de Hospital, el 62% (8) opina que las compras realizadas sí están orientadas únicamente al normal desarrollo de la empresas; mientras que, el 38% (5) opina que no. En la tabla N° 18 se aprecia que del 100% (13) de gerentes encuestados de las MyPes rubro Restaurantes del Distrito de Pampas de Hospital, el 62% (8) opina que no

realiza gastos excesivos para mantener un stock considerable de insumos; mientras que, el 38% (5) opina que no. En la tabla N° 19 se aprecia que del 100% (13) de gerentes encuestados de las MyPes rubro Restaurantes del Distrito de Pampas de Hospital, el 54% (7) opina que sí cuenta con servicios básicos como agua potable, energía eléctrica y teléfono; mientras que, el 46% (6) opina que no. En la tabla N° 20 se aprecia que del 100% (13) de gerentes encuestados de las MyPes rubro Restaurantes del Distrito de Pampas de Hospital, el 54% (7) opina que no realiza pagos de tributos a la SUNAT; mientras que, el 46% (6) opina que sí. En la tabla N° 21 se aprecia que del 100% (13) de gerentes encuestados de las MyPes rubro Restaurantes del Distrito de Pampas de Hospital, el 54% (7) opina que respecto a los gastos por concepto de remuneraciones, no realiza ninguno relacionado a servicios contables de su empresa; mientras que, el 46% (6) opina que sí. En la tabla N° 22 se aprecia que del 100% (13) de gerentes encuestados de las MyPes rubro Restaurantes del Distrito de Pampas de Hospital, el 69% (9) opina que la empresa no dota provisiones para la adquisición de maquinaria y equipo depreciados, ni el pago de deudas atrasadas; mientras que, el 31% (4) opina que sí. En la tabla N° 23 se aprecia que del 100% (13) de gerentes encuestados de las MyPes rubro Restaurantes del Distrito de Pampas de Hospital, el 54% (7) opina que no realiza gastos relacionados al pago de cuotas o intereses por concepto de préstamos realizados con entidades financieras; mientras que, el 46% (6) piensa que sí. En la tabla N° 24 se aprecia que del 100% (13) de gerentes encuestados de las MyPes rubro Restaurantes del Distrito de Pampas de Hospital, el 54% (7) opina que su empresa sí presenta pérdidas/desperdicios

de materia prima durante el desarrollo de sus actividades; mientras que, el 46% (6) opina que no. Coincidió con Lupú, (2014), que las MyPes antes de firmar un financiamiento es indispensable analizar y estudiar las condiciones predispuestas por el empresario, intereses aplicables, monto a financiar, cuánto se pagará de más, deberían ser objetos fundamentales en el análisis del consumidor.

5.2.4. SEGÚN EL OBJETIVO ESPECÍFICO N° 04

En la tabla N° 25 se aprecia que del 100% (13) de gerentes encuestados de las MyPes rubro Restaurantes del Distrito de Pampas de Hospital, el 62% (8) opina que los ingresos percibidos por su empresa sí están representados únicamente por las ventas realizadas; mientras que, el 38% (5) opina que no.

En la tabla N° 26 se aprecia que del 100% (13) de gerentes encuestados de las MyPes rubro Restaurantes del Distrito de Pampas de Hospital, el 62% (8) opina que los ingresos percibidos por su empresa no son mayores a los gastos realizados; mientras que, el 38% (5) opina que sí. En la tabla N° 27 se aprecia que del 100% (13) de gerentes encuestados de las MyPes rubro Restaurantes del Distrito de Pampas de Hospital, el 69% (9) opina que su empresa sí dispone de estrategias de venta; mientras que, el 31% (4) opina que no. En la tabla N° 28 se aprecia que del 100% (13) de gerentes encuestados de las MyPes rubro Restaurantes del Distrito de Pampas de Hospital, el 62% (8) opina que no dispone de un stock de alimentos preparados para la atención del público en el momento que lo requiera; mientras que, el 38% (5) opina que sí. En la tabla N° 29 se aprecia que del 100% (13) de gerentes encuestados de las MyPes rubro Restaurantes del Distrito de Pampas de Hospital, el 92% (12) opina que los

bienes tangibles empleados para la preparación de los alimentos no son fabricados por la propia empresa; mientras que, el 8% (1) opina que sí. En la tabla N° 30 se aprecia que del 100% (13) de gerentes encuestados de las MyPes rubro Restaurantes del Distrito de Pampas de Hospital, el 77% (13) opina que la empresa no recibe aportaciones de parte de sus socios para el normal funcionamiento de sus actividades; mientras que, el 23% (3) opina que sí. En la tabla N° 31 se aprecia que del 100% (13) de gerentes encuestados de las MyPes rubro Restaurantes del Distrito de Pampas de Hospital, el 62% (8) opina que la empresa no cuenta con ingresos por servicios de alquiler; mientras que, el 38% (5) opina que sí. En la tabla N° 32 se aprecia que del 100% (13) de gerentes encuestados de las MyPes rubro Restaurantes del Distrito de Pampas de Hospital, el 54% (6) opina que la empresa no cuenta con ingresos por concepto de préstamos realizados a terceros; mientras que, el 46% (6) opina que sí. Coincidió con González, (2013), que la liquidez de la empresa se muestra aceptable.

VI. CONCLUSIONES

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

- ✓ Se identificó que son buenos los servicios brindados por los Restaurantes del Distrito de Pampas de Hospital, ya que emplean adecuadamente los elementos tangibles como materiales de comunicación para ofertar sus productos a los clientes, mostrándose asimismo, accesibles a la absolución de dudas e inquietudes, contando con buena capacidad de respuesta en la atención y entrega de pedidos, mostrando por consiguiente, credibilidad en los tiempos y precios prometidos; además, cuenta con un buen sistema de seguridad, adecuada comunicación con los clientes, brinda atención individualizada, comprensión a sus necesidades, profesionalismo y cortesía durante la atención.

- ✓ Según opinión de los Gerentes de los Restaurantes del Distrito de Pampas de Hospital, se conoció que en dichas MyPes no realizan gastos por concepto de

provisiones para renovación de maquinaria y equipo depreciados, ni pago de deudas atrasadas; por consiguiente, los gastos realizados están orientados únicamente a la compra de adecuadas cantidades de materiales y/o insumos para el normal funcionamiento de la empresa y pago de servicios básicos como agua potable, energía eléctrica y teléfono. Asimismo, la mayoría de los Gerentes manifestaron que no realizan pagos a la SUNAT, por no disponer de un contador que se ocupe de dichos trámites. De igual manera, se conoció que las MyPes no realizan gastos por concepto de cuotas o intereses de préstamos a entidades financieras, por contar con capital propio; además, presentan pérdidas/desperdicios de materia prima durante el desarrollo de sus actividades.

- ✓ Se conoció que los Restaurantes del Distrito de Pampas de Hospital, no realizan trabajos orientados a la fabricación de su propio inmovilizado, como es el caso de los bienes tangibles empleados en la preparación de los alimentos. Asimismo, según opinión de los Gerentes, se conoció que las referidas MyPes no cuentan con aportaciones económicas de parte de sus socios, disponen de estrategias de marketing, lo que les permite tener un buen número de ventas de sus productos terminados, siendo dichos ingresos los únicos percibidos por la empresa, no obstante, los mismos no son mayores a los gastos realizados; además, no perciben ingresos por concepto de servicios de alquiler ni préstamos a terceros.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aiteco Consultores SL, (2016). “*El Modelo SERVQUAL de Calidad del Servicio*”. Recuperado del sitio web: <https://www.aiteco.com/modelo-servqual-de-calidad-de-servicio/>
- Alcarria, (2009). “*Contabilidad Financiera I*”. Recuperado del sitio web: <https://books.google.com.pe/books?id=6m42LTDkhzoC&pg=PA22&dq=definicion+de+ingresos&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwiItqWS57nXAhUMNiYKHfmiDmAQ6AEINTAD#v=onepage&q=definicion%20de%20ingresos&f=false>
- Alonso, (2011). “*Factores Económicos en la Empresa*”. Recuperado del sitio web: <https://www.gestion.org/factores-economicos-en-la-empresa/>
- Altavoz, (2016). “*¿Qué tan importantes son las MYPES para la economía del país?, por Francisco Marcelo y Valeria Vila*”. Recuperado del sitio web: <https://altavoz.pe/2016/01/11/13329/que-tan-importantes-son-las-mypes-para-la-economia-del-pais-francisco-marcelo/>
- Álvarez, (1995). “*La Calidad de Servicio para la Conquista del Cliente*”. Recuperado del sitio web: http://apdo.org/web_old/fondo/LaCalidaddeservicioparalaconquistadelcliente.pdf
- Álvarez, (2006). “*Introducción a la Calidad*”. Recuperado del sitio web: https://books.google.com.pe/books?id=Og6K9F8X8rUC&printsec=frontcover&dq=calidad+segun+%C3%81lvarez,+2006&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjri4j-9p3XAhUEMyYKHcy1C_YQ6wEIJTAA#v=onepage&q&f=true
- Aragón, Arcons, Aspas & Melgosa, (2004). “*Derecho y Turismo*”. Recuperado del sitio web: https://books.google.com.pe/books?id=mZiJpKocAGAC&pg=PA366&dq=definicion+de+restaurante&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwiXx9Sm0b_XAhXB4SYKHcc_AvcQ6AEIMTAC#v=onepage&q=definicion%20de%20restaurante&f=false
- Área de Finanzas y Mercados de Capitales, (2015). “*Análisis de Rentabilidad de una Empresa*”. Recuperado del sitio web:

[http://aempresarial.com/servicios/revista/341_9_KAQKIKGSKPBXJOWNCB
AWUTXOEZPINLAYMRJUCPNMEPJODGCGHC.pdf](http://aempresarial.com/servicios/revista/341_9_KAQKIKGSKPBXJOWNCB
AWUTXOEZPINLAYMRJUCPNMEPJODGCGHC.pdf)

Avolio, Mesones & Roca, (2017). “*Factores que limitan el crecimiento de las Micro y Pequeñas Empresas en el Perú (MYPES)*”. Recuperado de [file:///C:/Users/c/Downloads/4126-15740-1-PB%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/c/Downloads/4126-15740-1-PB%20(1).pdf)

Barrero, (2013). “*La Importancia de Medir la Rentabilidad*”. Recuperado del sitio web: http://www.cpba.com.ar/old/Actualidad/Noticias_Consejo/2013-01-18_Este_verano_lea_a_sus_colegas_RePro_68_Agosto_2012_La_importancia_de_medir_la_rentabilidad.pdf

Bastos, (2009). “*Fidelización del Cliente*”. Recuperado del sitio web: <https://books.google.com.pe/books?id=8nj-kruWt1gC&printsec=frontcover&dq=cliente&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwi3h-Guh63XAhUIICYKHWLkBqIQ6AEIMzAD#v=onepage&q=cliente&f=true>

Boletín Estadístico, (2017), “*Encuesta Mensual del Sector Servicios Octubre 2017*”. Recuperado del sitio web: <https://www.inei.gov.pe/media/MenuRecursivo/boletines/boletin-estadistico-del-sector-servicios-n-12-diciembre-2017.pdf>

Brun, Elira & Puig, (2012). “*Matemática Financiera y Estadística Básica*”. Recuperado del sitio web: <https://books.google.com.pe/books?id=Re7uN6ZBy8sC&pg=PA47&dq=QUE+ES+rentabilidad&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjRhpmWw7DXAhXFPiYKHQdQA5MQ6AEIJDAA#v=onepage&q=QUE%20ES%20rentabilidad&f=false>

Cárdenas, Mora & Sánchez, (2013). Guayaquil – Ecuador. En su tesis titulada: “*Análisis del Servicio al Cliente en el Restaurante La Rivera y su Impacto en la Calidad del Servicio e Imagen del Establecimiento*”. (Pág. 87). Facultad de Ciencias Administrativas, Escuela Profesional de Marketing y Negociación Comercial – Universidad de Guayaquil.

CEPAM, (2013). “*Manual de Atención al Cliente*”. Recuperado del sitio web: <http://www.fad.es/sites/default/files/Manual%20Atenci%C3%B3n%20Cliente.pdf>

Chacom, (2012). Quetzaltenango – Guatemala. En su investigación titulada: “*Servicio al Cliente en los Restaurantes del Municipio de San Pedro La Laguna,*

Departamento de Socolá". (Pág. 114). Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales – Universidad Rafael Landívar.

Consejería de Empleo, (2012). "*Curso E-Contabilidad Financiera I*". Recuperado del sitio web: http://www.juntadeandalucia.es/empleo/recursos/material_didactico/especialidades/materialdidactico_econtabilidad_financiera/modulos/Modulo6.pdf

Cornejo, (2010). "*Ley N° 28015 Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa*". Recuperado del sitio web: <http://blog.pucp.edu.pe/blog/conciliacion/2010/12/14/ley-n-28015-ley-de-promocion-y-formalizacion-de-la-micro-y-pequena-empresa/>

Coronel, (2016). Pimentel – Perú. En su investigación titulada: "*Calidad de Servicio y Grado de Satisfacción al Cliente en el Restaurante Pizza Hut en el Centro Comercial Mega Plaza; 2016*". (Pág. 130). Facultas de Ciencias Empresariales – Escuela Académico Profesional de Administración- Universidad Señor de Sipán.

Dioses, (2015). Tumbes – Perú. En su tesis titulada: "*Evaluación de la calidad del Servicio del Servicio de Hotel "Boulevard", de la Provincia de Zarumilla, Departamento de Tumbes, Utilizando Estándares de las Buenas Prácticas, durante el año 2014*". (Pág.127). Facultad de Ciencias Contables, Financieras y Administrativas, Escuela Profesional de Administración Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

Editorial Vértice, (2008). "*La Calidad en el Servicio al Cliente*". Recuperado del sitio web: https://books.google.com.pe/books?id=M5yGtQ5m4yAC&hl=es&source=gbs_navlinks_s

El Buzón de Pacioli, (2013). "*Importancia de la Calidad del Servicio al Cliente*", Recuperado del sitio web: <http://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no82/Pacioli-82.pdf>

El Comercio, (2016). "*Clausuran 4 cebicherías por mala conservación e inseguridad*". Recuperado del sitio web: <https://elcomercio.pe/lima/clausuraron-4-cebicherias-mala-conservacion-e-inseguridad-270641>

El Confidencial, (2017). "*La crisis hundió el beneficio de las empresas españolas y su rentabilidad cayó a la mitad*". Recuperado del sitio web:

https://www.elconfidencial.com/economia/2017-05-18/la-crisis-hundio-el-beneficio-de-las-empresas-espanolas-y-su-rentabilidad-cayo-a-la-mitad_1384803/

El Regional Piura, (2015). “*Hallan cucarachas en céntricos restaurantes de Tumbes*”. Recuperado del sitio web: <http://www.elregionalpiura.com.pe/index.php/nacionales/provincias/6571-hallan-cucarachas-en-centricos-restaurantes-de-tumbes>

El Tiempo, (2010). “*Cultura del servicio y atención al cliente en establecimientos gastronómicos del Meta es cuestionada*”. Recuperado del sitio web: <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-7872878>

Enríquez, (2011). Ibarra – Ecuador. En su investigación denominada: “*El Servicio al Cliente en Restaurantes del Centro de Ibarra. Estrategias de Desarrollo de Servicios*”. (Pág. 332). Escuela Profesional de Administración de Negocios – Universidad Técnica Del Norte.

Escalante, (2016). “*Promulgan Ley N° 30056 que modifica la actual ley MyPe y otras normas para las Micro y Pequeñas Empresas*”. Recuperado del sitio web: <https://mep.pe/promulgan-ley-no-30056-que-modifica-la-actual-ley-mype-y-otras-normas-para-las-micro-y-pequenas-empresas/>

Escuela Online de Marketing Gastronómico, (2013). “*Las ventas suben como nunca, la mala atención sigue como siempre*”. Recuperado del sitio web: <http://marketinggastronomico.com/las-ventas-suben-como-nunca-la-mala-atencion-sigue-como-siempre/>

García, (2012). Sartenejas – Venezuela. En su investigación titulada: “*Sistema de Calidad para el Restaurante del Hotel Neptuno en Valencia, España*”. (Pág.65). Decanato de Estudios Profesionales Coordinación de Hotelería, Turismo y Gestión de la Hospitalidad – Universidad Simón Bolívar.

Gestión, (2014). “*Cofide: Apenas el 20% de las mypes peruanas obtienen ganancias de sus negocios*”. Recuperado del sitio web: <https://gestion.pe/tendencias/management-empleo/cofide- apenas-20-mypes-peruanas-obtienen-ganancias-negocios-64029>

Gestión, (2014). “*Mypes peruanas necesitan fomentar la innovación comercial*”. Recuperado del sitio web: <https://gestion.pe/economia/mypes-peruanas-necesitan-fomentar-innovacion-comercial-70549>

- Gestión, (2016). “¿Cómo ayuda la responsabilidad social a las PyMes?”. Recuperado del sitio web: <https://gestion.pe/economia/mercados/ayuda-responsabilidad-social-pymes-120053>
- Gómez, (2015). “Guía para la Aplicación de UNE-EN ISO 9001:2015”. Recuperado del sitio web: file:///C:/Users/c/Downloads/PUB_DOC_Tabla_AEN_11328_1.pdf
- González, (2013) “Análisis de Rentabilidad en Empresas Hoteleras: Rentabilidad del Servicio de Restaurante VS Servicios de Hotel. Caso Práctico Hotel Cuenca”. (Pág.76). Facultad de Ciencias Económicas Administración, Carrera de Contabilidad y Auditoría, Universidad de Cuenca.
- Grande, (2005). “Marketing de los Servicios”. Recuperado del sitio web: <https://books.google.com.pe/books?id=qTBg-oZ6WcYC&pg=PA35&dq=caracter%C3%ADsticas+del+servicio&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwiFtLai36zXAhXF6CYKHbBDCqQQ6AEIJDAA#v=onepage&q=caracter%C3%ADsticas%20del%20servicio&f=false>
- Guevara, (2015). Tumbes – Perú. En su investigación titulada: “Evaluación de la Calidad del Servicio del Restaurante “Bahía” de la ciudad de Tumbes, utilizando estándares derivados de las buenas prácticas, en el año 2014”. (Pág.157). Facultad de Ciencias Contables, Financieras y Administrativas, Escuela Profesional de Administración Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.
- INDECOPI. “Ley de Protección y Defensa del Consumidor Ley N° 29571”. Recuperado del sitio web: <https://www.indecopi.gob.pe/documents/20195/177451/CodigoDProteccionyDefensaDelConsumidor%5B1%5D.pdf/934ea9ef-fcc9-48b8-9679-3e8e2493354e>
- ITSON Educar para Trascender. “Técnicas e Instrumentos”. Recuperado del sitio web: http://brd.unid.edu.mx/recursos/Taller%20de%20Creatividad%20Publicitaria/TC03/lecturas%20PDF/05_lectura_Tecnicas_e_Instrumentos.pdf
- Jurado, (2014). Quito – Ecuador. En su investigación denominada: “Calidad de la Gestión en el Servicio y Atención al Cliente para el Mejoramiento de las Operaciones Internas en Restaurantes de Lujo en el Centro Histórico de la Ciudad de Quito”. (Pág. 152). Facultad de Ciencias Administrativas y Contables, Escuela Profesional de Administración de Empresas – Pontificia Universidad Católica del Ecuador.
- Ley que Modifica Diversas Leyes para Facilitar la Inversión, Impulsar el Desarrollo Productivo y el Crecimiento Empresarial – Ley N° 30056. Recuperado del sitio

web: <http://www.indecopi.gob.pe/documents/20182/309277/3.-LeyN30056FacilitacionInversionPrivada.pdf/fa1e4309-1fc6-4e7a-85d8-8705caa48fd0>

López, (2016). “*Costos ABC y Presupuestos*”. Recuperado del sitio web: [#v=onepage&q=CONCEPTO%20INGRESOS%20Y%20COSTOS&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=5fa2DQAAQBAJ&pg=PT28&dq=CONCEPTO+INGRESOS+Y+COSTOS&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwixzJGjoLLXAhUFeSYKHbPhCmYQ6AEIJDA)

Lupú, (2016). Tumbes – Perú. En su tesis titulada: “*Caracterización del Financiamiento y Rentabilidad de MyPe Sector Servicios Rubro Restaurantes, Distrito de Tumbes, 2016*”. (Pág.80). Facultad de Ciencias Contables, Financieras y Administrativas, Escuela Profesional de Administración – Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

Málaga, (2008). “*La Calidad en el Servicio al Cliente*”. Recuperado del sitio web: <https://books.google.com.pe/books?id=M5yGtQ5m4yAC&printsec=frontcover&dq=cliente&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwi3h-Guh63XAhUIICYKHWLkBqIQ6AEIKTAB#v=onepage&q=cliente&f=false>

Meléndez & Oribe, (2014).- Tarapoto – Perú. En su investigación titulada: “*Calidad de Servicio al Cliente y su incidencia en la Rentabilidad de las Empresas del Rubro Restaurantes – Pollerías del Distrito de Tarapoto. Año 2014*”. (Pág.). Facultad de Ciencias Económicas, Escuela Académico Profesional de Contabilidad – Universidad Nacional de San Martín – T.

Mondragón & Silva, (2016). Tumbes – Perú. En su tesis titulada: “*Calidad del Servicio, como Estrategia de Marketing en el Restaurante Campestre “El Huerto del Sabor” de la Localidad de San Juan de la Virgen – Tumbes – 2016*”. (Pág. 95). Facultad de Ciencias Económicas, Escuela Académico Profesional de Administración – Universidad Nacional de Tumbes.

Norma Española, (2008). “*UNE-EN ISO 9001*”. Recuperado del sitio web: <http://www.conservatoriomanuelquirola.com/wp-content/uploads/2016/01/Norma-esp%C3%B1ola-ISO-9001-2008.pdf>

Ñahuirima, (2015). Andahuaylas – Perú. En su tesis titulada: “*Calidad de Servicio y Satisfacción del Cliente de las Pollerías dl Distrito de Andahuaylas, Provincia de Andahuaylas, Región Apurímac, 2015*”. (Pág.110). Facultad de Ciencias de la Empresa, Escuela Profesional de Administración de Empresas – Universidad Nacional José María Arguedas.

- Observatorio Laboral Revista Venezolana, (2011). “*El Capital Humano en la Atención al Cliente y la Calidad De Servicio*”. Recuperado del sitio web: <http://servicio.bc.uc.edu.ve/faces/revista/lainet/lainetv4n8/art1.pdf>
- Pérez, (2014). Chiclayo – Perú. En su tesis titulada: “*La Calidad del Servicio al Cliente y su Influencia en los Resultados económicos y Financieros de la Empresa Campestre SAC – Chiclayo Periodo Enero a Septiembre 2011 y 2012*”. (Pág.103). Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Profesional de Contabilidad – Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo.
- Perú Travel Mart, (2017). “*Clasificación de Perú al Mundial Rusia 2018 impulsará demanda de viajes y restaurantes*”. Recuperado del sitio web: <http://www.portaldeturismo.pe/noticia/clasificacion-de-peru-al-mundial-rusia-2018-impulsara-demanda-de-viajes-y-restaurantes>
- Ramos & Romero, (2016). Tumbes – Perú. En su investigación denominada: “*Diseño de un Plan de Servicio para una Mejor Gestión Competitiva en las Empresas Hoteleras de la Región Tumbes – 2016*”. (Pág. 88). Facultad de Ciencias Económicas, Escuela Académico Profesional de Administración – Universidad Nacional de Tumbes.
- Sánchez, (2003). “*Las MYPES en Perú. Su importancia y Propuesta Tributaria*”. Recuperado del sitio web: <http://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/quipu/article/viewFile/5433/4665>
- Sánchez, (2014). Trujillo – Perú. En su investigación titulada: “*Capacitación en habilidades de atención al cliente para mejorar la calidad del servicio brindado en “El Restaurante Mar Picante” de la ciudad de Trujillo*”. (Pág.115). Facultad de Ciencias Económicas, Escuela Profesional de Administración – Universidad Privada Antenor Orrego.
- Sangüesa, Mateo & Ilzarbe, (2006). “*Teoría y Práctica de la Calidad*”. Recuperado del sitio web: https://books.google.com.pe/books?id=cUjBxymwhuQC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=true
- Setó, (2004). “*De la Calidad de Servicio a la Fidelidad del Cliente*”. Recuperado del sitio web: <https://books.google.com.pe/books?id=9Nk8sWMj0BcC&pg=PA23&dq=dimensiones+del+servicio&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjQyIO6->

qzXAhVDNSYKHY-
WDncQ6AEIRjAG#v=onepage&q=dimensiones%20del%20servicio&f=false

Sistema de Gestión de la Calidad, (2005). “*Según ISO 9001:2000*”. Recuperado del sitio web: <http://www.fomento.gob.es/nr/rdonlyres/23c12f31-2179-47c0-aa6b-9165529b74da/112631/iso90012000.pdf>

Texto Único Ordenado de la Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Empleo Decente, Ley MYPE. Recuperado del sitio web: http://www.mintra.gob.pe/archivos/file/normasLegales/DS_007_2008_TR.pdf

Tschohl, (2008). “*El arma secreta de la Empresa que alcanza la excelencia Servicio al Cliente técnicas, estrategias y una verdadera cultura para generar beneficios*”. Recuperado del sitio web: <http://www.pqs.pe/sites/default/files/2016/10/aprende-mas/libro-servicio-al-cliente-el-arma-secreta.pdf>

Velarde, (2017). “*Las MyPes que usan tecnología pueden llegar a duplicar sus ventas*”. Recuperado del sitio web: <http://larepublica.pe/economia/1101432-las-mypes-que-usan-tecnologia-pueden-llegar-a-duplicar-sus-ventas>

Wikipedia, (2017). “*Turnitin*”. Recuperado del sitio web: <https://es.wikipedia.org/wiki/Turnitin>

ANEXOS

ANEXO N° 01: CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Cuadro 5: Cronograma de Actividades

| ACTIVIDAD | DICIEMBRE-2017 | | | | | | | | | | ENERO-2018 | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|------------------------------------|----------------|----|----|----|----|----|----|----|----|----|------------|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|
| | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29 | 30 | 31 | 01 | 02 | 03 | 04 | 05 | 06 | 07 | 08 | 09 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 |
| TITULO DE LA INVESTIGACIÓN | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| INDICE | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| REVISIÓN DE LA LITERATURA | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| METODOLOGÍA | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ANEXOS | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| PRESENTACIÓN DEL PROYECTO DE TESIS | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

Fuente: Elaboración propia.

ANEXO N° 02: PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO

Cuadro 6: Presupuesto y Financiamiento

| RUBRO | CANTIDAD | DESCRIPCIÓN | PRECIO UNITARIO (S/.) | PRECIO TOTAL (S/.) |
|--|----------|--------------------------------|-----------------------|--------------------|
| RECURSOS HUMANOS (CURSO DE TITULACIÓN) | 1 | Matrícula | 200.00 | 200.00 |
| | 4 | Pensión | 615.00 | 2,460.00 |
| MATERIALES | 1 | Corrector | 2.00 | 2.00 |
| | 2 | Millar Hojas bond A4 | 11.00 | 22.00 |
| | 1 | Lápiz | 2.00 | 2.00 |
| | 2 | Lapiceros | 2.00 | 4.00 |
| | 1 | Resaltador | 3.50 | 3.50 |
| | 1 | Engrapador | 7.00 | 7.00 |
| | 1 | Grapas | 3.00 | 3.00 |
| SERVICIOS | 1 | Procesamiento informático | 50.00 | 50.00 |
| | 1 | Uso de Internet | 100.00 | 100.00 |
| | 1 | Refrigerio | 120.00 | 120.00 |
| | 1 | Fotocopias | 50.00 | 50.00 |
| | 4 | Impresiones | 20.00 | 80.00 |
| MOVILIDAD | 20 | Movilidad Interna y Fronteriza | 15.00 | 300.00 |
| TOTAL | | | | 3,403.50 |

Fuente: Elaboración propia

ANEXO N° 03: ENCUESTA

VARIABLE CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE

Estimado señor (a), la suscrita se encuentra realizando un trabajo de investigación denominado “Caracterización de la Calidad del Servicio al Cliente y Rentabilidad en las MyPes en el Sector Servicio, Rubro Restaurantes del Distrito de Pampas de Hospital – Tumbes, 2017”; por lo que, mucho agradeceré se sirva responder la siguiente encuesta marcando con una “X” en la casilla que mejor represente su opinión.

| ESCALA DE LIKERT | | | |
|------------------|---------|-------|-----------|
| MALO | REGULAR | BUENO | EXCELENTE |
| 1 | 2 | 3 | 4 |

| N° ORDEN | ITEMS | ESCALA DE LIKERT | | | |
|-------------------------------------|---|---------------------|---|---|---|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 |
| DIMENSIONES DE LA CALIDAD | | | | | |
| 1 | ¿Qué opinión le merece los atributos básicos contenidos en los alimentos brindados por esta empresa? | | | | |
| 2 | ¿Cómo calificaría las características frío/caliente presentadas en los alimentos? | | | | |
| 3 | ¿Con qué nivel de conformidad calificaría los puntos de cocción y sabor de los alimentos brindados por esta empresa? | | | | |
| 4 | ¿Con qué nivel de confianza consumiría los alimentos brindados por esta empresa? | | | | |
| 5 | ¿Con qué nivel de durabilidad calificaría la conservación de los alimentos consumidos en esta empresa? | | | | |
| 6 | ¿Con qué nivel de eficiencia calificaría la atención de su pedido? | | | | |
| 7 | ¿Cómo calificaría la presentación de los alimentos? | | | | |
| 8 | De acuerdo a la calidad percibida en los alimentos, ¿Cuáles son las probabilidades que nos recomiende a otras personas? | | | | |
| DIMENSIONES DE LOS SERVICIOS | | | | | |
| 9 | ¿Cómo calificaría los elementos tangibles de esta empresa: instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación? | | | | |
| 10 | ¿Cómo calificaría la capacidad de respuesta de la empresa con respecto al tiempo empleado para la atención del pedido y de entrega de los alimentos? | | | | |
| 11 | ¿Cómo calificaría las actitudes de profesionalidad y cortesía mostradas por los trabajadores durante la atención? | | | | |
| 12 | ¿Cómo calificaría el nivel de credibilidad de la empresa respecto a las características de los alimentos, tiempos y precios prometidos con relación a los reales? | | | | |
| 13 | De acuerdo a su experiencia, ¿Cómo calificaría la seguridad de esta empresa? | | | | |
| 14 | ¿Cómo calificaría la accesibilidad brindada por la empresa respecto a la absolución de dudas e inquietudes y los horarios de atención? | | | | |
| 15 | ¿Qué opinión le merece el tipo de comunicación que mantiene la empresa con su persona? | | | | |
| 16 | ¿Cómo calificaría la actitud de los trabajadores respecto a la atención individualizada y comprensión de sus necesidades como cliente? | | | | |

Muchas Gracias.

VARIABLE RENTABILIDAD

Estimado señor (a), la suscrita se encuentra realizando un trabajo de investigación denominado “Caracterización de la Calidad del Servicio al Cliente y Rentabilidad en las MyPes en el Sector Servicio, Rubro Restaurantes del Distrito de Pampas de Hospital – Tumbes, 2017”; por lo que, mucho agradeceré se sirva responder la siguiente encuesta marcando con una “X” en la casilla que mejor represente su opinión.

| ESCALA NOMINAL | |
|----------------|----|
| NO | SÍ |
| 1 | 2 |

| Nº ORDEN | ITEMS | ESCALA DE MEDICIÓN | |
|------------------------------------|--|-----------------------|---|
| | | 1 | 2 |
| DIMENSIONES DE LOS GASTOS | | | |
| 1 | ¿Las compras realizadas están orientadas únicamente al normal desarrollo de la empresa? | | |
| 2 | ¿Realiza gastos excesivos para mantener un considerable stock de insumos? | | |
| 3 | ¿Cuenta con servicios básicos como agua potable, energía eléctrica y teléfono? | | |
| 4 | ¿Realiza pagos de tributos a la SUNAT? | | |
| 5 | En lo que respecta a gastos por concepto de remuneración de personal, ¿Realiza alguno relacionado a servicios contables de su empresa? | | |
| 6 | ¿La empresa dota provisiones para la adquisición de maquinaria y equipo depreciados, así como el pago de deudas atrasadas? | | |
| 7 | ¿Realiza gastos relacionados al pago de cuotas o intereses por concepto de préstamos realizados con entidades financieras? | | |
| 8 | ¿La empresa presenta pérdidas/desperdicios de materia prima durante el desarrollo de sus actividades? | | |
| DIMENSIONES DE LOS INGRESOS | | | |
| 9 | ¿Los ingresos percibidos por su empresa están representados únicamente por las ventas realizadas? | | |
| 10 | ¿Los ingresos percibidos por su empresa son mayores a los gastos realizados? | | |
| 11 | ¿Su empresa dispone de estrategias de venta? | | |
| 12 | ¿Dispone de un stock de alimentos preparados para la atención del público en el momento que lo requiera? | | |
| 13 | ¿Los bienes tangibles empleados para la preparación de los alimentos son fabricados por la propia empresa? | | |
| 14 | ¿La empresa recibe aportaciones de parte de sus socios para el normal funcionamiento de sus actividades? | | |
| 15 | ¿Cuenta con ingresos por servicios de alquiler? | | |
| 16 | ¿Cuenta con ingresos por concepto de préstamos realizados a terceros? | | |

Muchas Gracias.

ANEXO N° 04: CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

YO..... *Rubén Edgardo Inante Carrillo*.....

Identificado con DNI..... *42734687*..... Carnet de Colegio N°..... *04004*.....

Con el grado de:..... *Maestro en Gestión Pública*.....

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el (los) instrumento (s) de recolección de datos encuesta, elaborado por la estudiante Br. DORIS PINTADO ALBERCA, para efecto de su aplicación a los sujetos de la población – muestra seleccionada para el trabajo de investigación titulado: TÍTULO: Caracterización de la Calidad del Servicio al Cliente y Rentabilidad en las MyPes en el Sector Servicio, Rubro Restaurantes del Distrito de Pampas de Hospital – Tumbes, 2017; que se encuentra realizando. Luego de hacer la revisión correspondiente se recomienda al estudiante tener en cuenta las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar los resultados.

Tumbes, Febrero del 2018

Rubén Edgardo Inante Carrillo
CLUB N° 04004

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

TÍTULO: Caracterización de la Calidad del Servicio al Cliente y Rentabilidad en las MYPES en el Sector Servicio, Rubro Restaurantes del Distrito de Pampas de Hospital – Tumbes, 2017.

AUTORA: Doris Pmtado Alberca.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE JUICIO POR EXPERTOS

| Orden | Pregunta | CRITERIOS DE EVALUACIÓN | | | | | | | |
|--|---|---------------------------------|----|---------------------------------|----|------------------------------|----|--|----|
| | | ¿Es pertinente con el concepto? | | ¿Necesita mejorar la redacción? | | ¿Es tendencioso aquiescente? | | ¿Se necesita más ítems para medir el concepto? | |
| | | SI | NO | SI | NO | SI | NO | SI | NO |
| CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE | | | | | | | | | |
| 10E | IDENTIFICAR LAS DIMENSIONES DE LA CALIDAD DE LOS ALIMENTOS BRINDADOS POR LAS MYPES EN EL SECTOR SERVICIO, RUBRO RESTAURANTES DEL DISTRITO DE PAMPAS DE HOSPITAL – TUMBES, 2017. | | | | | | | | |
| 1 | ¿Qué opinión le merece los atributos básicos contenidos en los alimentos brindados por esta empresa? | X | | | X | | X | | X |
| 2 | ¿Cómo calificaría las características frío/caliente presentadas en los alimentos? | X | | | X | | X | | X |
| 3 | ¿Con qué nivel de conformidad calificaría los puntos de cocción y sabor de los alimentos brindados por esta empresa? | X | | | X | | X | | X |
| 4 | ¿Con qué nivel de confianza consumiría los alimentos brindados por esta empresa? | X | | | X | | X | | X |
| 5 | ¿Con qué nivel de durabilidad calificaría la conservación de los alimentos consumidos en esta empresa? | X | | | X | | X | | X |
| 6 | ¿Con qué nivel de eficiencia calificaría la atención de su pedido? | X | | | X | | X | | X |
| 7 | ¿Cómo calificaría la presentación de los alimentos? | X | | | X | | X | | X |
| 8 | De acuerdo a la calidad percibida en los alimentos, ¿Cuáles son las probabilidades que nos recomiende a otras personas? | X | | | X | | X | | X |
| 20E | IDENTIFICAR LAS DIMENSIONES DEL SERVICIO AL CLIENTE BRINDADO POR LAS MYPES EN EL SECTOR SERVICIO, RUBRO RESTAURANTES DEL DISTRITO DE PAMPAS DE HOSPITAL – TUMBES, 2017. | | | | | | | | |
| 9 | ¿Cómo calificaría los elementos tangibles de esta empresa: instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación? | X | | | X | | X | | X |
| 10 | ¿Cómo calificaría la capacidad de respuesta de la empresa con respecto al tiempo empleado para la atención del pedido y de entrega de los alimentos? | X | | | X | | X | | X |
| 11 | ¿Cómo calificaría las actitudes de profesionalidad y cortesía mostradas por los trabajadores durante la atención? | X | | | X | | X | | X |
| 12 | ¿Cómo calificaría el nivel de credibilidad de la empresa respecto a las características de los alimentos, tiempos y precios prometidos con relación a los reales? | X | | | X | | X | | X |
| 13 | De acuerdo a su experiencia, ¿Cómo calificaría la seguridad de esta empresa? | X | | | X | | X | | X |
| 14 | ¿Cómo calificaría la accesibilidad brindada por la empresa respecto a la absolución de dudas e inquietudes y los horarios de atención? | X | | | X | | X | | X |
| 15 | ¿Qué opinión le merece el tipo de comunicación que mantiene la empresa con su persona? | X | | | X | | X | | X |
| 16 | ¿Cómo calificaría la actitud de los trabajadores respecto a la atención individualizada y comprensión de sus necesidades como cliente? | X | | | X | | X | | X |

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

TÍTULO: Caracterización de la Calidad del Servicio al Cliente y Rentabilidad en las MyPes en el Sector Servicio, Rubro Restaurantes del Distrito de Pampas de Hospital – Tumbes, 2017.

AUTORA: Doris Pintado Alberca.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE JUICIO POR EXPERTOS

| Orden | Pregunta | CRITERIOS DE EVALUACIÓN | | | | | | | |
|---------------------|---|---------------------------------|----|---------------------------------|----|-----------------------------|----|--------------------------------------|----|
| | | ¿Es pertinente con el concepto? | | ¿Necesita mejorar la redacción? | | ¿Es tendencioso aqiescente? | | ¿Se necesita más ítems para medir el | |
| | | SI | NO | SI | NO | SI | NO | SI | NO |
| RENTABILIDAD | | | | | | | | | |
| 30E | CONOCER LOS GASTOS ORDINARIOS Y EXTRAORDINARIOS REALIZADOS POR LAS MYPES EN EL SECTOR SERVICIO, RUBRO RESTAURANTES DEL DISTRITO DE PAMPAS DE HOSPITAL – TUMBES, 2017. | | | | | | | | |
| 17 | ¿Las compras realizadas están orientadas únicamente al normal desarrollo de la empresa? | X | | | X | | X | | X |
| 18 | ¿Realiza gastos excesivos para mantener un considerable stock de insumos? | X | | | X | | X | | X |
| 19 | ¿Cuenta con servicios básicos como agua potable, energía eléctrica y teléfono? | X | | | X | | X | | X |
| 20 | ¿Realiza pagos de tributos a la SUNAT? | X | | | X | | X | | X |
| 21 | En lo que respecta a gastos por concepto de remuneración de personal, ¿Realiza alguno relacionado a servicios contables de su empresa? | X | | | X | | X | | X |
| 22 | ¿La empresa dota provisiones para la adquisición de maquinaria y equipo depreciados, así como el pago de deudas atrasadas? | X | | | X | | X | | X |
| 23 | ¿Realiza gastos relacionados al pago de cuotas o intereses por concepto de préstamos realizados con entidades financieras? | X | | | X | | X | | X |
| 24 | ¿La empresa presenta pérdidas/desperdicios de materia prima durante el desarrollo de sus actividades? | X | | | X | | X | | X |
| 40E | CONOCER LOS INGRESOS ORDINARIOS Y EXTRAORDINARIOS PERCIBIDOS POR LAS MYPES EN EL SECTOR SERVICIO, RUBRO RESTAURANTES DEL DISTRITO DE PAMPAS DE HOSPITAL – TUMBES, 2017. | | | | | | | | |
| 25 | ¿Los ingresos percibidos por su empresa están representados únicamente por las ventas realizadas? | X | | | X | | X | | X |
| 26 | ¿Los ingresos percibidos por su empresa son mayores a los gastos realizados? | X | | | X | | X | | X |
| 27 | ¿Su empresa dispone de estrategias de venta? | X | | | X | | X | | X |
| 28 | ¿Dispone de un stock de alimentos preparados para la atención del público en el momento que lo requiera? | X | | | X | | X | | X |
| 29 | ¿Los bienes tangibles empleados para la preparación de los alimentos son fabricados por la propia empresa? | X | | | X | | X | | X |
| 30 | ¿La empresa recibe aportaciones de parte de sus socios para el normal funcionamiento de sus actividades? | X | | | X | | X | | X |
| 31 | ¿Cuenta con ingresos por servicios de alquiler? | X | | | X | | X | | X |
| 32 | ¿Cuenta con ingresos por concepto de préstamos realizados a terceros? | X | | | X | | X | | X |



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

YO Galvani Guerrero Garcia

Identificado con DNI 45101586 Carnet de Colegio N° 09883

Con el grado de: Magister en dirección de posgrado en la organización

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el (los) instrumento (s) de recolección de datos encuesta, elaborado por la estudiante Br. DORIS PINTADO ALBERCA, para efecto de su aplicación a los sujetos de la población – muestra seleccionada para el trabajo de investigación titulado: TÍTULO: Caracterización de la Calidad del Servicio al Cliente y Rentabilidad en las MyPes en el Sector Servicio, Rubro Restaurantes del Distrito de Pampas de Hospital – Tumbes, 2017; que se encuentra realizando. Luego de hacer la revisión correspondiente se recomienda al estudiante tener en cuenta las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar los resultados.

Tumbes, Febrero del 2018

Mg. DPO. Galvani Guerrero Garcia
CLAD: 09883

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

TÍTULO: Caracterización de la Calidad del Servicio al Cliente y Rentabilidad en las MyPes en el Sector Servicio, Rubro Restaurantes del Distrito de Pampas de Hospital – Tumbes, 2017.

AUTORA: Doris Pintado Alberca.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE JUICIO POR EXPERTOS

| Orden | Pregunta | CRITERIOS DE EVALUACIÓN | | | | | | | |
|-------|--|---------------------------------|----|---------------------------------|----|------------------------------|----|--|----|
| | | ¿Es pertinente con el concepto? | | ¿Necesita mejorar la redacción? | | ¿Es tendencioso aquiescente? | | ¿Se necesita más ítems para medir el concepto? | |
| | | SI | NO | SI | NO | SI | NO | SI | NO |
| | CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE | | | | | | | | |
| 1OE | IDENTIFICAR LAS DIMENSIONES DE LA CALIDAD DE LOS ALIMENTOS BRINDADOS POR LAS MYPES EN EL SECTOR SERVICIO, RUBRO RESTAURANTES DEL DISTRITO DE PAMPAS DE HOSPITAL – TUMBES, 2017. | | | | | | | | |
| 1 | ¿Qué opinión le merece los atributos básicos contenidos en los alimentos brindados por esta empresa? | X | | | X | | X | | X |
| 2 | ¿Cómo calificaría las características frío/caliente presentadas en los alimentos? | X | | | X | | X | | X |
| 3 | ¿Con qué nivel de conformidad calificaría los puntos de cocción y sabor de los alimentos brindados por esta empresa? | X | | | X | | X | | X |
| 4 | ¿Con qué nivel de confianza consumiría los alimentos brindados por esta empresa? | X | | | X | | X | | X |
| 5 | ¿Con qué nivel de durabilidad calificaría la conservación de los alimentos consumidos en esta empresa? | X | | | X | | X | | X |
| 6 | ¿Con qué nivel de eficiencia calificaría la atención de su pedido? | X | | | X | | X | | X |
| 7 | ¿Cómo calificaría la presentación de los alimentos? | X | | | X | | X | | X |
| 8 | De acuerdo a la calidad percibida en los alimentos, ¿Cuáles son las probabilidades que nos recomiende a otras personas? | X | | | X | | X | | X |
| 2OE | IDENTIFICAR LAS DIMENSIONES DEL SERVICIO AL CLIENTE BRINDADO POR LAS MYPES EN EL SECTOR SERVICIO, RUBRO RESTAURANTES DEL DISTRITO DE PAMPAS DE HOSPITAL – TUMBES, 2017. | | | | | | | | |
| 9 | ¿Cómo calificaría los elementos tangibles de esta empresa: instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación? | X | | | X | | X | | X |
| 10 | ¿Cómo calificaría la capacidad de respuesta de la empresa con respecto al tiempo empleado para la atención del pedido y de entrega de los alimentos? | X | | | X | | X | | X |
| 11 | ¿Cómo calificaría las actitudes de profesionalidad y cortesía mostradas por los trabajadores durante la atención? | X | | | X | | X | | X |
| 12 | ¿Cómo calificaría el nivel de credibilidad de la empresa respecto a las características de los alimentos, tiempos y precios prometidos con relación a los reales? | X | | | X | | X | | X |
| 13 | De acuerdo a su experiencia, ¿Cómo calificaría la seguridad de esta empresa? | X | | | X | | X | | X |
| 14 | ¿Cómo calificaría la accesibilidad brindada por la empresa respecto a la absolución de dudas e inquietudes y los horarios de atención? | X | | | X | | X | | X |
| 15 | ¿Qué opinión le merece el tipo de comunicación que mantiene la empresa con su persona? | X | | | X | | X | | X |
| 16 | ¿Cómo calificaría la actitud de los trabajadores respecto a la atención individualizada y comprensión de sus necesidades como cliente? | X | | | X | | X | | X |

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

TÍTULO: Caracterización de la Calidad del Servicio al Cliente y Rentabilidad en las MyPes en el Sector Servicio, Rubro Restaurantes del Distrito de Pampas de Hospital – Tumbes, 2017.

AUTORA: Doris Pintado Alberca.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE JUICIO POR EXPERTOS

| Orden | Pregunta | CRITERIOS DE EVALUACIÓN | | | | | | | |
|---------------------|---|---------------------------------|----|---------------------------------|----|------------------------------|----|--------------------------------------|----|
| | | ¿Es pertinente con el concepto? | | ¿Necesita mejorar la redacción? | | ¿Es tendencioso aquiescente? | | ¿Se necesita más ítems para medir el | |
| | | SI | NO | SI | NO | SI | NO | SI | NO |
| RENTABILIDAD | | | | | | | | | |
| 30E | CONOCER LOS GASTOS ORDINARIOS Y EXTRAORDINARIOS REALIZADOS POR LAS MYPES EN EL SECTOR SERVICIO, RUBRO RESTAURANTES DEL DISTRITO DE PAMPAS DE HOSPITAL – TUMBES, 2017. | | | | | | | | |
| 17 | ¿Las compras realizadas están orientadas únicamente al normal desarrollo de la empresa? | X | | | X | | X | | X |
| 18 | ¿Realiza gastos excesivos para mantener un considerable stock de insumos? | X | | | X | | X | | X |
| 19 | ¿Cuenta con servicios básicos como agua potable, energía eléctrica y teléfono? | X | | | X | | X | | X |
| 20 | ¿Realiza pagos de tributos a la SUNAT? | X | | | X | | X | | X |
| 21 | En lo que respecta a gastos por concepto de remuneración de personal, ¿Realiza alguno relacionado a servicios contables de su empresa? | X | | | X | | X | | X |
| 22 | ¿La empresa dota provisiones para la adquisición de maquinaria y equipo depreciados, así como el pago de deudas atrasadas? | X | | | X | | X | | X |
| 23 | ¿Realiza gastos relacionados al pago de cuotas o intereses por concepto de préstamos realizados con entidades financieras? | X | | | X | | X | | X |
| 24 | ¿La empresa presenta pérdidas/desperdicios de materia prima durante el desarrollo de sus actividades? | X | | | X | | X | | X |
| 40E | CONOCER LOS INGRESOS ORDINARIOS Y EXTRAORDINARIOS PERCIBIDOS POR LAS MYPES EN EL SECTOR SERVICIO, RUBRO RESTAURANTES DEL DISTRITO DE PAMPAS DE HOSPITAL – TUMBES, 2017. | | | | | | | | |
| 25 | ¿Los ingresos percibidos por su empresa están representados únicamente por las ventas realizadas? | X | | | X | | X | | X |
| 26 | ¿Los ingresos percibidos por su empresa son mayores a los gastos realizados? | X | | | X | | X | | X |
| 27 | ¿Su empresa dispone de estrategias de venta? | X | | | X | | X | | X |
| 28 | ¿Dispone de un stock de alimentos preparados para la atención del público en el momento que lo requiera? | X | | | X | | X | | X |
| 29 | ¿Los bienes tangibles empleados para la preparación de los alimentos son fabricados por la propia empresa? | X | | | X | | X | | X |
| 30 | ¿La empresa recibe aportaciones de parte de sus socios para el normal funcionamiento de sus actividades? | X | | | X | | X | | X |
| 31 | ¿Cuenta con ingresos por servicios de alquiler? | X | | | X | | X | | X |
| 32 | ¿Cuenta con ingresos por concepto de préstamos realizados a terceros? | X | | | X | | X | | X |



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

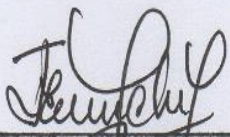
YO *Edita Jerid Periche Castro*

Identificado con DNI *41799950* Carnet de Colegio N° *04038*

Con el grado de: *Mg. en Educ. con mención en docencia y gestión educativa.*

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el (los) instrumento (s) de recolección de datos encuesta, elaborado por la estudiante Br. DORIS PINTADO ALBERCA, para efecto de su aplicación a los sujetos de la población – muestra seleccionada para el trabajo de investigación titulado: TÍTULO: Caracterización de la Calidad del Servicio al Cliente y Rentabilidad en las MyPes en el Sector Servicio, Rubro Restaurantes del Distrito de Pampas de Hospital – Tumbes, 2017; que se encuentra realizando. Luego de hacer la revisión correspondiente se recomienda al estudiante tener en cuenta las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar los resultados.

Tumbes, Febrero del 2018


Mg. Lic. Adm. *Edita Jerid Periche Castro*
CLAD-04038

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

TÍTULO: Caracterización de la Calidad del Servicio al Cliente y Rentabilidad en las MyPes en el Sector Servicio, Rubro Restaurantes del Distrito de Pampas de Hospital – Tumbes, 2017.

AUTORA: Doris Pintado Alberca.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE JUICIO POR EXPERTOS

| Orden | Pregunta | CRITERIOS DE EVALUACIÓN | | | | | | | |
|--|--|---------------------------------|----|---------------------------------|----|------------------------------|----|--|----|
| | | ¿Es pertinente con el concepto? | | ¿Necesita mejorar la redacción? | | ¿Es tendencioso aquiescente? | | ¿Se necesita más ítems para medir el concepto? | |
| | | SI | NO | SI | NO | SI | NO | SI | NO |
| CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE | | | | | | | | | |
| 10E | IDENTIFICAR LAS DIMENSIONES DE LA CALIDAD DE LOS ALIMENTOS BRINDADOS POR LAS MYPES EN EL SECTOR SERVICIO, RUBRO RESTAURANTES DEL DISTRITO DE PAMPAS DE HOSPITAL – TUMBES, 2017. | | | | | | | | |
| 1 | ¿Qué opinión le merece los atributos básicos contenidos en los alimentos brindados por esta empresa? | X | | | X | | X | | X |
| 2 | ¿Cómo calificaría las características frío/caliente presentadas en los alimentos? | X | | | X | | X | | X |
| 3 | ¿Con qué nivel de conformidad calificaría los puntos de cocción y sabor de los alimentos brindados por esta empresa? | X | | | X | | X | | X |
| 4 | ¿Con qué nivel de confianza consumiría los alimentos brindados por esta empresa? | X | | | X | | X | | X |
| 5 | ¿Con qué nivel de durabilidad calificaría la conservación de los alimentos consumidos en esta empresa? | X | | | X | | X | | X |
| 6 | ¿Con qué nivel de eficiencia calificaría la atención de su pedido? | X | | | X | | X | | X |
| 7 | ¿Cómo calificaría la presentación de los alimentos? | X | | | X | | X | | X |
| 8 | De acuerdo a la calidad percibida en los alimentos, ¿Cuáles son las probabilidades que nos recomiende a otras personas? | X | | | X | | X | | X |
| 20E | IDENTIFICAR LAS DIMENSIONES DEL SERVICIO AL CLIENTE BRINDADO POR LAS MYPES EN EL SECTOR SERVICIO, RUBRO RESTAURANTES DEL DISTRITO DE PAMPAS DE HOSPITAL – TUMBES, 2017. | | | | | | | | |
| 9 | ¿Cómo calificaría los elementos tangibles de esta empresa: instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación? | X | | | X | | X | | X |
| 10 | ¿Cómo calificaría la capacidad de respuesta de la empresa con respecto al tiempo empleado para la atención del pedido y de entrega de los alimentos? | X | | | X | | X | | X |
| 11 | ¿Cómo calificaría las actitudes de profesionalidad y cortesía mostradas por los trabajadores durante la atención? | X | | | X | | X | | X |
| 12 | ¿Cómo calificaría el nivel de credibilidad de la empresa respecto a las características de los alimentos, tiempos y precios prometidos con relación a los reales? | X | | | X | | X | | X |
| 13 | De acuerdo a su experiencia, ¿Cómo calificaría la seguridad de esta empresa? | X | | | X | | X | | X |
| 14 | ¿Cómo calificaría la accesibilidad brindada por la empresa respecto a la absolución de dudas e inquietudes y los horarios de atención? | X | | | X | | X | | X |
| 15 | ¿Qué opinión le merece el tipo de comunicación que mantiene la empresa con su persona? | X | | | X | | X | | X |
| 16 | ¿Cómo calificaría la actitud de los trabajadores respecto a la atención individualizada y comprensión de sus necesidades como cliente? | X | | | X | | X | | X |

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

TÍTULO: Caracterización de la Calidad del Servicio al Cliente y Rentabilidad en las MyPes en el Sector Servicio, Rubro Restaurantes del Distrito de Pampas de Hospital – Tumbes, 2017.

AUTORA: Doris Pintado Alberca.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE JUICIO POR EXPERTOS

| Orden | Pregunta | CRITERIOS DE EVALUACIÓN | | | | | | | |
|---------------------|---|---------------------------------|----|---------------------------------|----|------------------------------|----|--------------------------------------|----|
| | | ¿Es pertinente con el concepto? | | ¿Necesita mejorar la redacción? | | ¿Es tendencioso aquiescente? | | ¿Se necesita más ítems para medir el | |
| | | SI | NO | SI | NO | SI | NO | SI | NO |
| RENTABILIDAD | | | | | | | | | |
| 3OE | CONOCER LOS GASTOS ORDINARIOS Y EXTRAORDINARIOS REALIZADOS POR LAS MYPES EN EL SECTOR SERVICIO, RUBRO RESTAURANTES DEL DISTRITO DE PAMPAS DE HOSPITAL – TUMBES, 2017. | | | | | | | | |
| 17 | ¿Las compras realizadas están orientadas únicamente al normal desarrollo de la empresa? | X | | | X | | X | | X |
| 18 | ¿Realiza gastos excesivos para mantener un considerable stock de insumos? | X | | | X | | X | | X |
| 19 | ¿Cuenta con servicios básicos como agua potable, energía eléctrica y teléfono? | X | | | X | | X | | X |
| 20 | ¿Realiza pagos de tributos a la SUNAT? | X | | | X | | X | | X |
| 21 | En lo que respecta a gastos por concepto de remuneración de personal, ¿Realiza alguno relacionado a servicios contables de su empresa? | X | | | X | | X | | X |
| 22 | ¿La empresa dota provisiones para la adquisición de maquinaria y equipo depreciados, así como el pago de deudas atrasadas? | X | | | X | | X | | X |
| 23 | ¿Realiza gastos relacionados al pago de cuotas o intereses por concepto de préstamos realizados con entidades financieras? | X | | | X | | X | | X |
| 24 | ¿La empresa presenta pérdidas/desperdicios de materia prima durante el desarrollo de sus actividades? | X | | | X | | X | | X |
| 4OE | CONOCER LOS INGRESOS ORDINARIOS Y EXTRAORDINARIOS PERCIBIDOS POR LAS MYPES EN EL SECTOR SERVICIO, RUBRO RESTAURANTES DEL DISTRITO DE PAMPAS DE HOSPITAL – TUMBES, 2017. | | | | | | | | |
| 25 | ¿Los ingresos percibidos por su empresa están representados únicamente por las ventas realizadas? | X | | | X | | X | | X |
| 26 | ¿Los ingresos percibidos por su empresa son mayores a los gastos realizados? | X | | | X | | X | | X |
| 27 | ¿Su empresa dispone de estrategias de venta? | X | | | X | | X | | |
| 28 | ¿Dispone de un stock de alimentos preparados para la atención del público en el momento que lo requiera? | X | | | X | | X | | X |
| 29 | ¿Los bienes tangibles empleados para la preparación de los alimentos son fabricados por la propia empresa? | X | | | X | | X | | X |
| 30 | ¿La empresa recibe aportaciones de parte de sus socios para el normal funcionamiento de sus actividades? | X | | | X | | X | | X |
| 31 | ¿Cuenta con ingresos por servicios de alquiler? | X | | | X | | X | | X |
| 32 | ¿Cuenta con ingresos por concepto de préstamos realizados a terceros? | X | | | X | | X | | X |

ANEXO N° 05: VALIDACIÓN Y CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO

| ESCALA DE VALIDACIÓN DE JUICIO POR EXPERTOS | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---------------------------------|----|-----------|----|-----------|----|-------|---------------------------------|----|-----------|----|-----------|----|-------|-------------------------------|----|-----------|----|-----------|----|----|--|-----------|-----------|----------------------------|-------|-------|
| TÍTULO: CARACTERIZACIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE Y RENTABILIDAD EN LAS MYPES EN EL SECTOR SERVICIO, RUBRO RESTAURANTES DEL DISTRITO DE PAMPAS DE HOSPITAL – TUMBES, 2017 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| AUTORA: PINTADO ALBERCA, DORIS | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Orden | Pregunta | CRITERIOS DE EVALUACIÓN | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | ¿Es pertinente con el concepto? | | | | | | | ¿Necesita mejorar la redacción? | | | | | | | ¿Es tendencioso asquiescente? | | | | | | | ¿Se necesita más ítems para medir el concepto? | | | | | |
| | | Experto 1 | | Experto 2 | | Experto 3 | | | Experto 1 | | Experto 2 | | Experto 3 | | | Experto 1 | | Experto 2 | | Experto 3 | | | Experto 1 | Experto 2 | Experto 3 | | TOTAL | |
| | | SI | NO | SI | NO | SI | NO | TOTAL | SI | NO | SI | NO | SI | NO | TOTAL | SI | NO | SI | NO | SI | NO | SI | NO | SI | NO | SI | NO | TOTAL |
| VARIABLE 01: | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 10E | Identificar las Dimensiones de la Calidad de los Alimentos brindados por las MYPES en el Sector Servicio, rubro Restaurantes del Distrito de Pampas de Hospital – Tumbes, 2017. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | ¿Qué opinión le merece los atributos básicos contenidos en los alimentos brindados por esta empresa? | 1 | | 1 | | 1 | | | | 1 | | 1 | | 1 | | | | 1 | | 1 | | 1 | | | | 1 | | 12 |
| 2 | ¿Cómo calificaría las características frío/caliente presentadas en los alimentos? | 1 | | 1 | | 1 | | | | 1 | | 1 | | 1 | | | | 1 | | 1 | | 1 | | | | 1 | | 12 |
| 3 | ¿Con qué nivel de conformidad calificaría los puntos de cocción y sabor de los alimentos brindados por esta empresa? | 1 | | 1 | | 1 | | | | 1 | | 1 | | 1 | | | | 1 | | 1 | | 1 | | | | 1 | | 12 |
| 4 | ¿Con qué nivel de confianza consumiría los alimentos brindados por esta empresa? | 1 | | 1 | | 1 | | | | 1 | | 1 | | 1 | | | | 1 | | 1 | | 1 | | | | 1 | | 12 |
| 5 | ¿Con qué nivel de durabilidad calificaría la conservación de los alimentos consumidos en esta empresa? | 1 | | 1 | | 1 | | | | 1 | | 1 | | 1 | | | | 1 | | 1 | | 1 | | | | 1 | | 12 |
| 6 | ¿Con qué nivel de eficiencia calificaría la atención de su pedido? | 1 | | 1 | | 1 | | | | 1 | | 1 | | 1 | | | | 1 | | 1 | | 1 | | | | 1 | | 12 |
| 7 | ¿Cómo calificaría la presentación de los alimentos? | 1 | | 1 | | 1 | | | | 1 | | 1 | | 1 | | | | 1 | | 1 | | 1 | | | | 1 | | 12 |
| 8 | De acuerdo a la calidad percibida en los alimentos, ¿Cuáles son las probabilidades que nos recomiende a otras personas? | 1 | | 1 | | 1 | | | | 1 | | 1 | | 1 | | | | 1 | | 1 | | 1 | | | | 1 | | 12 |
| 20E | Identificar las Dimensiones del Servicio al Cliente brindado por las MYPES en el Sector Servicio, rubro Restaurantes del Distrito de Pampas de Hospital – Tumbes, 2017. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 9 | ¿Cómo calificaría los elementos tangibles de esta empresa: instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación? | 1 | | 1 | | 1 | | | | 1 | | 1 | | 1 | | | | 1 | | 1 | | 1 | | | | 1 | | 12 |
| 10 | ¿Cómo calificaría la capacidad de respuesta de la empresa con respecto al tiempo empleado para la atención del pedido y de entrega de los alimentos? | 1 | | 1 | | 1 | | | | 1 | | 1 | | 1 | | | | 1 | | 1 | | 1 | | | | 1 | | 12 |
| 11 | ¿Cómo calificaría las actitudes de profesionalidad y cortesía mostradas por los trabajadores durante la atención? | 1 | | 1 | | 1 | | | | 1 | | 1 | | 1 | | | | 1 | | 1 | | 1 | | | | 1 | | 12 |
| 12 | ¿Cómo calificaría el nivel de credibilidad de la empresa respecto a las características de los alimentos, tiempos y precios prometidos con relación a los reales? | 1 | | 1 | | 1 | | | | 1 | | 1 | | 1 | | | | 1 | | 1 | | 1 | | | | 1 | | 12 |
| 13 | De acuerdo a su experiencia, ¿Cómo calificaría la seguridad de esta empresa? | 1 | | 1 | | 1 | | | | 1 | | 1 | | 1 | | | | 1 | | 1 | | 1 | | | | 1 | | 12 |
| 14 | ¿Cómo calificaría la accesibilidad brindada por la empresa respecto a la abolición de dudas e inquietudes y los horarios de atención? | 1 | | 1 | | 1 | | | | 1 | | 1 | | 1 | | | | 1 | | 1 | | 1 | | | | 1 | | 12 |
| 15 | ¿Qué opinión le merece el tipo de comunicación que mantiene la empresa con su persona? | 1 | | 1 | | 1 | | | | 1 | | 1 | | 1 | | | | 1 | | 1 | | 1 | | | | 1 | | 12 |
| 16 | ¿Cómo calificaría la actitud de los trabajadores respecto a la atención individualizada y comprensión de sus necesidades como cliente? | 1 | | 1 | | 1 | | | | 1 | | 1 | | 1 | | | | 1 | | 1 | | 1 | | | | 1 | | 12 |
| 30E | Conocer los Gastos Ordinarios y Extraordinarios realizados por las MYPES en el Sector Servicio, rubro Restaurantes del Distrito de Pampas de Hospital – Tumbes, 2017. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 17 | ¿Las compras realizadas están orientadas únicamente al normal desarrollo de la empresa? | 1 | | 1 | | 1 | | | | 1 | | 1 | | 1 | | | | 1 | | 1 | | 1 | | | | 1 | | 12 |
| 18 | ¿Realiza gastos excesivos para mantener un considerable stock de insumos? | 1 | | 1 | | 1 | | | | 1 | | 1 | | 1 | | | | 1 | | 1 | | 1 | | | | 1 | | 12 |
| 19 | ¿Cuenta con servicios básicos como agua potable, energía eléctrica y teléfono? | 1 | | 1 | | 1 | | | | 1 | | 1 | | 1 | | | | 1 | | 1 | | 1 | | | | 1 | | 12 |
| 20 | ¿Realiza pagos de tributos a la SUNAT? | 1 | | 1 | | 1 | | | | 1 | | 1 | | 1 | | | | 1 | | 1 | | 1 | | | | 1 | | 12 |
| 21 | En lo que respecta a gastos por concepto de remuneración de personal, ¿Realiza alguno relacionado a servicios contables de su empresa? | 1 | | 1 | | 1 | | | | 1 | | 1 | | 1 | | | | 1 | | 1 | | 1 | | | | 1 | | 12 |
| 22 | ¿La empresa dota provisiones para la adquisición de maquinaria y equipo depreciados, así como el pago de deudas atrasadas? | 1 | | 1 | | 1 | | | | 1 | | 1 | | 1 | | | | 1 | | 1 | | 1 | | | | 1 | | 12 |
| 23 | ¿Realiza gastos relacionados al pago de cuotas e intereses por concepto de préstamos realizados con entidades financieras? | 1 | | 1 | | 1 | | | | 1 | | 1 | | 1 | | | | 1 | | 1 | | 1 | | | | 1 | | 12 |
| 24 | ¿La empresa presenta pérdidas/depósitos de materia prima durante el desarrollo de sus actividades? | 1 | | 1 | | 1 | | | | 1 | | 1 | | 1 | | | | 1 | | 1 | | 1 | | | | 1 | | 12 |
| 40E | Conocer los Ingresos Ordinarios y Extraordinarios percibidos por las MYPES en el Sector Servicio, rubro Restaurantes del Distrito de Pampas de Hospital – Tumbes, 2017. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 25 | ¿Los ingresos percibidos por su empresa están representados únicamente por las ventas realizadas? | 1 | | 1 | | 1 | | | | 1 | | 1 | | 1 | | | | 1 | | 1 | | 1 | | | | 1 | | 12 |
| 26 | ¿Los ingresos percibidos por su empresa son mayores a los gastos realizados? | 1 | | 1 | | 1 | | | | 1 | | 1 | | 1 | | | | 1 | | 1 | | 1 | | | | 1 | | 12 |
| 27 | ¿Su empresa dispone de estrategias de venta? | 1 | | 1 | | 1 | | | | 1 | | 1 | | 1 | | | | 1 | | 1 | | 1 | | | | 1 | | 12 |
| 28 | ¿Dispone de un stock de alimentos preparados para la atención del público en el momento que lo requiera? | 1 | | 1 | | 1 | | | | 1 | | 1 | | 1 | | | | 1 | | 1 | | 1 | | | | 1 | | 12 |
| 29 | ¿Los bienes tangibles empleados para la preparación de los alimentos son fabricados por la propia empresa? | 1 | | 1 | | 1 | | | | 1 | | 1 | | 1 | | | | 1 | | 1 | | 1 | | | | 1 | | 12 |
| 30 | ¿La empresa recibe aportaciones de parte de sus socios para el normal funcionamiento de sus actividades? | 1 | | 1 | | 1 | | | | 1 | | 1 | | 1 | | | | 1 | | 1 | | 1 | | | | 1 | | 12 |
| 31 | ¿Cuenta con ingresos por servicios de alquiler? | 1 | | 1 | | 1 | | | | 1 | | 1 | | 1 | | | | 1 | | 1 | | 1 | | | | 1 | | 12 |
| 32 | ¿Cuenta con ingresos por concepto de préstamos realizados a terceros? | 1 | | 1 | | 1 | | | | 1 | | 1 | | 1 | | | | 1 | | 1 | | 1 | | | | 1 | | 12 |
| TOTAL | | 32 | | 32 | | 32 | | | | 32 | | 32 | | 32 | | | | 32 | | 32 | | 32 | | | | 32 | | 384 |
| Escala evaluativa | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Escala evaluativa EXCELENTE | | 3 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Escala evaluativa BUENO | | 2 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Escala evaluativa DEFICIENTE | | 1 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Nivel | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Escala evaluativa | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ¿Es pertinente con el concepto? | | 3 | | Excelente | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 96/32 = 3 | | |
| ¿Necesita mejorar la redacción? | | 3 | | Excelente | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 96/32 = 3 | | |
| ¿Es tendencioso asquiescente? | | 3 | | Excelente | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 96/32 = 3 | | |
| ¿Se necesita más ítems para medir el concepto? | | 3 | | Excelente | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 96/32 = 3 | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | Escala Evaluativa 12/4 = 3 | | |

| RESUMEN LIBRO DE CÓDIGOS APLICADOS A LOS CLIENTES | | | | | | | | | |
|---|---|-----------|----|----------|------|-------------|-------|---|--------|
| AUTORA | PINTADO ALBERCA, DORIS | | | MEDICIÓN | 1-68 | TOTAL | TOTAL | % | TOTAL% |
| Nº | ITEM S | | | | | | | | |
| 1 | ¿Qué opinión le merece los atributos básicos contenidos en los alimentos brindados por esta empresa? | EXCELENTE | 6 | 6 | 68 | 8.82352941 | 100 | | |
| | | BUENO | 37 | 37 | | 54.41176471 | | | |
| | | REGULAR | 24 | 24 | | 35.29411765 | | | |
| | | MALO | 1 | 1 | | 1.47058824 | | | |
| 2 | ¿Cómo calificaría las características frío/caliente presentadas en los alimentos? | EXCELENTE | 6 | 6 | 68 | 8.82352941 | 100 | | |
| | | BUENO | 40 | 40 | | 58.82352941 | | | |
| | | REGULAR | 21 | 21 | | 30.88235294 | | | |
| | | MALO | 1 | 1 | | 1.47058824 | | | |
| 3 | ¿Con qué nivel de conformidad calificaría los puntos de cocción y sabor de los alimentos brindados por esta empresa? | EXCELENTE | 8 | 8 | 68 | 11.76470588 | 100 | | |
| | | BUENO | 37 | 37 | | 54.41176471 | | | |
| | | REGULAR | 22 | 22 | | 32.35294118 | | | |
| | | MALO | 1 | 1 | | 1.47058824 | | | |
| 4 | ¿Con qué nivel de confianza consumiría los alimentos brindados por esta empresa? | EXCELENTE | 10 | 10 | 68 | 14.70588235 | 100 | | |
| | | BUENO | 36 | 36 | | 52.94117647 | | | |
| | | REGULAR | 22 | 22 | | 32.35294118 | | | |
| | | MALO | 0 | 0 | | 0.00000000 | | | |
| 5 | ¿Con qué nivel de durabilidad calificaría la conservación de los alimentos consumidos en esta empresa? | EXCELENTE | 7 | 7 | 68 | 10.29411765 | 100 | | |
| | | BUENO | 42 | 42 | | 61.76470588 | | | |
| | | REGULAR | 19 | 19 | | 27.94117647 | | | |
| | | MALO | 0 | 0 | | 0.00000000 | | | |
| 6 | ¿Con qué nivel de eficiencia calificaría la atención de su pedido? | EXCELENTE | 11 | 11 | 68 | 16.17647059 | 100 | | |
| | | BUENO | 33 | 33 | | 48.52941176 | | | |
| | | REGULAR | 24 | 24 | | 35.29411765 | | | |
| | | MALO | 0 | 0 | | 0.00000000 | | | |
| 7 | ¿Cómo calificaría la presentación de los alimentos? | EXCELENTE | 10 | 10 | 68 | 14.70588235 | 100 | | |
| | | BUENO | 36 | 36 | | 52.94117647 | | | |
| | | REGULAR | 22 | 22 | | 32.35294118 | | | |
| | | MALO | 0 | 0 | | 0.00000000 | | | |
| 8 | De acuerdo a la calidad percibida en los alimentos, ¿Cuáles son las probabilidades que nos recomiende a otras personas? | EXCELENTE | 8 | 8 | 68 | 11.76470588 | 100 | | |
| | | BUENO | 38 | 38 | | 55.88235294 | | | |
| | | REGULAR | 21 | 21 | | 30.88235294 | | | |
| | | MALO | 1 | 1 | | 1.47058824 | | | |
| SERVICIO | | | | | | | | | |
| 9 | ¿Cómo calificaría los elementos tangibles de esta empresa: instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación? | EXCELENTE | 8 | 8 | 68 | 11.76470588 | 100 | | |
| | | BUENO | 41 | 41 | | 60.29411765 | | | |
| | | REGULAR | 18 | 18 | | 26.47058824 | | | |
| | | MALO | 1 | 1 | | 1.47058824 | | | |
| 10 | ¿Cómo calificaría la capacidad de respuesta de la empresa con respecto al tiempo empleado para la atención del pedido y de entrega de los alimentos? | EXCELENTE | 5 | 5 | 68 | 7.35294118 | 100 | | |
| | | BUENO | 38 | 38 | | 55.88235294 | | | |
| | | REGULAR | 25 | 25 | | 36.76470588 | | | |
| | | MALO | 0 | 0 | | 0.00000000 | | | |
| 11 | ¿Cómo calificaría las actitudes de profesionalidad y cortesía mostradas por los trabajadores durante la atención? | EXCELENTE | 5 | 5 | 68 | 7.35294118 | 100 | | |
| | | BUENO | 34 | 34 | | 50.00000000 | | | |
| | | REGULAR | 29 | 29 | | 42.64705882 | | | |
| | | MALO | 0 | 0 | | 0.00000000 | | | |
| 12 | ¿Cómo calificaría el nivel de credibilidad de la empresa respecto a las características de los alimentos, tiempos y precios prometidos con relación a los reales? | EXCELENTE | 6 | 6 | 68 | 8.82352941 | 100 | | |
| | | BUENO | 37 | 37 | | 54.41176471 | | | |
| | | REGULAR | 25 | 25 | | 36.76470588 | | | |
| | | MALO | 0 | 0 | | 0.00000000 | | | |
| 13 | De acuerdo a su experiencia, ¿Cómo calificaría la seguridad de esta empresa? | EXCELENTE | 10 | 10 | 68 | 14.70588235 | 100 | | |
| | | BUENO | 35 | 35 | | 51.47058824 | | | |
| | | REGULAR | 23 | 23 | | 33.82352941 | | | |
| | | MALO | 0 | 0 | | 0.00000000 | | | |
| 14 | ¿Cómo calificaría la accesibilidad brindada por la empresa respecto a la absolución de dudas e inquietudes y los horarios de atención? | EXCELENTE | 9 | 9 | 68 | 13.23529412 | 100 | | |
| | | BUENO | 40 | 40 | | 58.82352941 | | | |
| | | REGULAR | 18 | 18 | | 26.47058824 | | | |
| | | MALO | 1 | 1 | | 1.47058824 | | | |
| 15 | ¿Qué opinión le merece el tipo de comunicación que mantiene la empresa con su persona? | EXCELENTE | 2 | 2 | 68 | 2.94117647 | 100 | | |
| | | BUENO | 35 | 35 | | 51.47058824 | | | |
| | | REGULAR | 29 | 29 | | 42.64705882 | | | |
| | | MALO | 2 | 2 | | 2.94117647 | | | |
| 16 | ¿Cómo calificaría la actitud de los trabajadores respecto a la atención individualizada y comprensión de sus necesidades como cliente? | EXCELENTE | 3 | 3 | 68 | 4.41176471 | 100 | | |
| | | BUENO | 35 | 35 | | 51.47058824 | | | |
| | | REGULAR | 29 | 29 | | 42.64705882 | | | |
| | | MALO | 1 | 1 | | 1.47058824 | | | |

LIBRO DE CÓDIGOS APLICADOS A LOS GERENTES

| AUTORA: PINTADO ALBERCA, DORIS | | | | | | | | | | | | | | | |
|---------------------------------------|--|-----------------|--------------------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|-----------|-----------|--------------|-----------|
| GASTOS | | MEDICIÓN | ENCUESTADOS | | | | | | | | | | | TOTAL | |
| N° | ITEM'S | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | | 12 |
| 17 | ¿Las compras realizadas están orientadas únicamente al normal desarrollo de la empresa? | SÍ | 1 | | 1 | 1 | | 1 | | 1 | | 1 | | 1 | 8 |
| | | NO | | 1 | | | 1 | | 1 | | 1 | | 1 | | 5 |
| 18 | ¿Realiza gastos excesivos para mantener un considerable stock de insumos? | SÍ | 1 | | 1 | | 1 | | 1 | | 1 | | | | 5 |
| | | NO | | 1 | | 1 | | 1 | | 1 | | 1 | 1 | 1 | 8 |
| 19 | ¿Cuenta con servicios básicos como agua potable, energía eléctrica y teléfono? | SÍ | | | 1 | | 1 | | 1 | | 1 | 1 | 1 | 1 | 7 |
| | | NO | 1 | 1 | | 1 | | 1 | | 1 | | | 1 | | 6 |
| 20 | ¿Realiza pagos de tributos a la SUNAT? | SÍ | 1 | | 1 | | | | 1 | 1 | | | 1 | 1 | 6 |
| | | NO | | 1 | | 1 | 1 | 1 | | | 1 | 1 | 1 | | 7 |
| 21 | En lo que respecta a gastos por concepto de remuneración de personal, ¿Realiza alguno relacionado a servicios contables de su empresa? | SÍ | 1 | | 1 | | | | 1 | | 1 | | 1 | 1 | 6 |
| | | NO | | 1 | | 1 | 1 | 1 | | 1 | | 1 | | 1 | 7 |
| 22 | ¿La empresa dota provisiones para la adquisición de maquinaria y equipo depreciados, así como el pago de deudas atrasadas? | SÍ | | | 1 | | | | 1 | | 1 | | 1 | | 4 |
| | | NO | 1 | 1 | | 1 | 1 | 1 | | 1 | | 1 | | 1 | 9 |
| 23 | ¿Realiza gastos relacionados al pago de cuotas o intereses por concepto de préstamos realizados con entidades financieras? | SÍ | 1 | | 1 | | 1 | | 1 | | 1 | | | 1 | 6 |
| | | NO | | 1 | | 1 | | 1 | | 1 | | 1 | 1 | | 7 |
| 24 | ¿La empresa presenta pérdidas/desperdicios de materia prima durante el desarrollo de sus actividades? | SÍ | 1 | | 1 | | 1 | | 1 | 1 | 1 | | 1 | | 7 |
| | | NO | | 1 | | 1 | | 1 | | | | 1 | | 1 | 6 |
| INGRESOS | | | | | | | | | | | | | | | |
| 25 | ¿Los ingresos percibidos por su empresa están representados únicamente por las ventas realizadas? | SÍ | 1 | | 1 | | 1 | 1 | 1 | | 1 | | 1 | 1 | 8 |
| | | NO | | 1 | | 1 | | | | 1 | | 1 | | 1 | 5 |
| 26 | ¿Los ingresos percibidos por su empresa son mayores a los gastos realizados? | SÍ | | | 1 | | 1 | | 1 | | 1 | | 1 | | 5 |
| | | NO | 1 | 1 | | 1 | | 1 | | 1 | | 1 | 1 | 1 | 8 |
| 27 | ¿Su empresa dispone de estrategias de venta? | SÍ | 1 | | 1 | 1 | 1 | | 1 | 1 | 1 | | 1 | 1 | 9 |
| | | NO | | 1 | | | | | 1 | | | 1 | | 1 | 4 |
| 28 | ¿Dispone de un stock de alimentos preparados para la atención del público en el momento que lo requiera? | SÍ | | | 1 | | 1 | | | | 1 | | 1 | | 5 |
| | | NO | 1 | 1 | | 1 | | 1 | 1 | 1 | | 1 | | 1 | 8 |
| 29 | ¿Los bienes tangibles empleados para la preparación de los alimentos son fabricados por la propia empresa? | SÍ | | 1 | | | | | | | | | | | 1 |
| | | NO | 1 | | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 12 |
| 30 | ¿La empresa recibe aportaciones de parte de sus socios para el normal funcionamiento de sus actividades? | SÍ | | | 1 | | | | 1 | | | | 1 | | 3 |
| | | NO | 1 | 1 | | 1 | 1 | 1 | | 1 | 1 | 1 | | 1 | 10 |
| 31 | ¿Cuenta con ingresos por servicios de alquiler? | SÍ | | | 1 | | 1 | | 1 | | | | 1 | | 5 |
| | | NO | 1 | 1 | | 1 | | 1 | | 1 | | 1 | | 1 | 8 |
| 32 | ¿Cuenta con ingresos por concepto de préstamos realizados a terceros? | SÍ | 1 | | 1 | | 1 | | 1 | | 1 | | 1 | | 6 |
| | | NO | | 1 | | 1 | | 1 | | 1 | | 1 | | 1 | 7 |

| RESUMEN LIBRO DE CÓDIGOS APLICADOS A LOS GERENTES | | | | | | | |
|---|--|----------|------|-------|-------|-------------|--------|
| AUTORA: | PINTADO ALBERCA, DORIS | | | | | | |
| GASTOS | | MEDICIÓN | 1-13 | TOTAL | TOTAL | % | TOTAL% |
| N° | ITEM'S | | | | | | |
| 17 | ¿Las compras realizadas están orientadas únicamente al normal desarrollo de la empresa? | SÍ | 8 | 8 | 13 | 61.53846154 | 100 |
| | | NO | 5 | 5 | | 38.46153846 | |
| 18 | ¿Realiza gastos excesivos para mantener un considerable stock de insumos? | SÍ | 5 | 5 | 13 | 38.46153846 | 100 |
| | | NO | 8 | 8 | | 61.53846154 | |
| 19 | ¿Cuenta con servicios básicos como agua potable, energía eléctrica y teléfono? | SÍ | 7 | 7 | 13 | 53.84615385 | 100 |
| | | NO | 6 | 6 | | 46.15384615 | |
| 20 | ¿Realiza pagos de tributos a la SUNAT? | SÍ | 6 | 6 | 13 | 46.15384615 | 100 |
| | | NO | 7 | 7 | | 53.84615385 | |
| 21 | En lo que respecta a gastos por concepto de remuneración de personal, ¿Realiza alguno relacionado a servicios contables de su empresa? | SÍ | 6 | 6 | 13 | 46.15384615 | 100 |
| | | NO | 7 | 7 | | 53.84615385 | |
| 22 | ¿La empresa dota provisiones para la adquisición de maquinaria y equipo depreciados, así como el pago de deudas atrasadas? | SÍ | 4 | 4 | 13 | 30.76923077 | 100 |
| | | NO | 9 | 9 | | 69.23076923 | |
| 23 | ¿Realiza gastos relacionados al pago de cuotas o intereses por concepto de préstamos realizados con entidades financieras? | SÍ | 6 | 6 | 13 | 46.15384615 | 100 |
| | | NO | 7 | 7 | | 53.84615385 | |
| 24 | ¿La empresa presenta pérdidas/desperdicios de materia prima durante el desarrollo de sus actividades? | SÍ | 7 | 7 | 13 | 53.84615385 | 100 |
| | | NO | 6 | 6 | | 46.15384615 | |
| INGRESOS | | | | | | | |
| 25 | ¿Los ingresos percibidos por su empresa están representados únicamente por las ventas realizadas? | SÍ | 8 | 8 | 13 | 61.53846154 | 100 |
| | | NO | 5 | 5 | | 38.46153846 | |
| 26 | ¿Los ingresos percibidos por su empresa son mayores a los gastos realizados? | SÍ | 5 | 5 | 13 | 38.46153846 | 100 |
| | | NO | 8 | 8 | | 61.53846154 | |
| 27 | ¿Su empresa dispone de estrategias de venta? | SÍ | 9 | 9 | 13 | 69.23076923 | 100 |
| | | NO | 4 | 4 | | 30.76923077 | |
| 28 | ¿Dispone de un stock de alimentos preparados para la atención del público en el momento que lo requiera? | SÍ | 5 | 5 | 13 | 38.46153846 | 100 |
| | | NO | 8 | 8 | | 61.53846154 | |
| 29 | ¿Los bienes tangibles empleados para la preparación de los alimentos son fabricados por la propia empresa? | SÍ | 1 | 1 | 13 | 7.692307692 | 100 |
| | | NO | 12 | 12 | | 92.30769231 | |
| 30 | ¿La empresa recibe aportaciones de parte de sus socios para el normal funcionamiento de sus actividades? | SÍ | 3 | 3 | 13 | 23.07692308 | 100 |
| | | NO | 10 | 10 | | 76.92307692 | |
| 31 | ¿Cuenta con ingresos por servicios de alquiler? | SÍ | 5 | 5 | 13 | 38.46153846 | 100 |
| | | NO | 8 | 8 | | 61.53846154 | |
| 32 | ¿Cuenta con ingresos por concepto de préstamos realizados a terceros? | SÍ | 6 | 6 | 13 | 46.15384615 | 100 |
| | | NO | 7 | 7 | | 53.84615385 | |

ANEXO N° 07: ALBÚN FOTOGRÁFICO



Foto 1: Encuesta aplicada a Cliente de Restaurante "El Carejo"



Foto 2: Encuesta aplicada a Sra. Candida Oviedo Morales - Propietaria del Restaurante "Las Mellizas"

INFORME FINAL DE TESIS

por Doris Pintado Alberca

Fecha de entrega: 09-may-2018 12:40p.m. (UTC-0500)

Identificador de la entrega: 961433825

Nombre del archivo: PINTADO_ALBERCA_DORIS_-_INFORME_DE_TESIS_FINAL.docx (1.38M)

Total de palabras: 23650

Total de caracteres: 145938

INFORME FINAL DE TESIS

INFORME DE ORIGINALIDAD



FUENTES PRIMARIAS

| | | |
|----------|--|-----------|
| 1 | www.redalyc.org Fuente de Internet | 1% |
| 2 | issuu.com Fuente de Internet | 1% |
| 3 | repositorio.autonoma.edu.pe Fuente de Internet | 1% |
| 4 | repositorio.utn.edu.ec Fuente de Internet | 1% |
| 5 | www.powershow.com Fuente de Internet | 1% |
| 6 | www.repositorioacademico.usmp.edu.pe Fuente de Internet | 1% |
| 7 | Submitted to Universidad Jaime Bausate y Meza Trabajo del estudiante | 1% |
| 8 | tesis.usat.edu.pe Fuente de Internet | 1% |
