

**UNIVERSIDAD NACIONAL
TORIBIO RODRÍGUEZ DE MENDOZA DE AMAZONAS**



**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS**

**TESIS PARA OBTENER
EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**CALIDAD DE SERVICIO EN EL RESTAURANT
POLLERÍA SOLYMAR E.I.R.L. DE LA CIUDAD DE
BAGUA GRANDE, PROVINCIA DE UTCUBAMBA,
REGIÓN DE AMAZONAS – 2020**

Autora:

Bach. Heyna Guevara Fernandez

Asesora:

Mg. Erlita Llatas Becerra

Registro: (.....)

CHACHAPOYAS – PERÚ

2021

Dedicatoria

A Dios por darme la salud, la vida y todas las fuerzas necesarias para seguir adelante luchando por mi sueño de convertirme en una profesional al servicio de la sociedad.

A mis padres **Elvia Fernandez Estela** y **Máximo Guevara Cieza** por estar conmigo en los momentos más difíciles de mi vida, brindándome su apoyo incondicional para que de esa manera pueda hacer realidad mis sueños sobre la realización de mi carrera profesional.

Heyna

Agradecimiento

Al Dr. Policarpio Chauca Valqui Rector de la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza – Amazonas, representante legal de esta casa superior de estudio por permitirme la realización de mi carrera como Administradora de Empresas al tomar la sabia decisión de permitir el funcionamiento de la sección Utcubamba.

Mg. Adm. Llatas Becerra Erlita, por su incondicional apoyo y paciencia en el desarrollo del presente informe de tesis, brindándome las asesorías correspondientes con el profesionalismo que le caracteriza.

Al Señor Saúl Ruiz Alarcón, gerente general de la empresa restaurant pollería Solymar E.I.R.L. por darme las facilidades en proporcionarme muy amablemente la información de la capacidad instalada de su empresa y la oportunidad de desarrollar mi informe de tesis.

Heyna

**Autoridades de la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de
Amazonas**

Dr. POLICARPIO CHAUCA VALQUI

Rector

Dr. MIGUEL ÁNGEL BARRENA GURBILLÓN

Vicerrector Académico

Dra. FLOR TERESA GARCÍA HUAMÁN

Vicerrectora de Investigación

Mg. RICARDO RAFAEL ALVA CRUZ

Decano de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Visto Bueno del Asesor de la Tesis



REGLAMENTO GENERAL
PARA EL OTORGAMIENTO DEL GRADO ACADÉMICO DE
BACHILLER, MAESTRO O DOCTOR Y DEL TÍTULO PROFESIONAL

ANEXO 3-K

VISTO BUENO DEL ASESOR DE TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL

El que suscribe el presente, docente de la UNTRM (Profesional externo (), hace constar que ha asesorado la realización de la Tesis titulada CALIDAD DE SERVICIO EN EL RESTAURANT POLLERÍA SOLYMAR E.I.R.L. DE LA CIUDAD DE BAGUA GRANDE, PROVINCIA DE UTCUBAMBA, REGIÓN DE AMAZONAS - 2020; del egresado HEYNA GUEMBA FERNÁNDEZ de la Facultad de CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS Escuela Profesional de ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS de esta Casa Superior de Estudios.

El suscrito da el Visto Bueno a la Tesis mencionada, dándole pase para que sea sometida a la revisión por el Jurado Evaluador, comprometiéndose a supervisar el levantamiento de observaciones que formulen en Acta en conjunto, y estar presente en la sustentación.

Chachapoyas, 01 de JULIO del 2021




Firma y nombre completo del Asesor

Mg. Erlita Llatas Becerra

CLAD-16845

Jurado Evaluador de la Tesis



Mg. Fernando Rogelio Sánchez Altamirano

PRESIDENTE



Ing. Patricia Escobedo Ocampo

SECRETARIA



Mg. Juana del Pilar Contreras Portocarrero

VOCAL

Constancia de Originalidad de la Tesis



ANEXO 3-0

CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD DE LA TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL

Los suscritos, miembros del Jurado Evaluador de la Tesis titulada:

Calidad de Servicio en el Restaurant Pollería Sullymar ERL de la Ciudad de Bueya Grande, Provincia de Utcubamba, Región Amazonas-2021

presentada por el estudiante ()egresado (X) Hayne Guenera Fernandez de la Escuela Profesional de Administración de Empresas con correo electrónico institucional haynaguenerafernandez@gmail.com

después de revisar con el software Turnitin el contenido de la citada Tesis, acordamos:

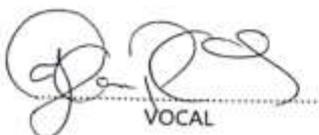
- a) La citada Tesis tiene 21 % de similitud, según el reporte del software Turnitin se adjunta a la presente, el que es menor (X) / igual () al 25% de similitud que máximo permitido en la UNTRM.
- b) La citada Tesis tiene % de similitud, según el reporte del software Turnitin se adjunta a la presente, el que es mayor al 25% de similitud que es el máximo permitido en la UNTRM, por lo que el aspirante debe revisar su Tesis para corrección de acuerdo al Informe Turnitin que se adjunta a la presente. Debe presentar al Presidente del Jurado Evaluador su Tesis corregida para nueva revisión con software Turnitin.



Chachapoyas, 17 de Agosto del 2021


SECRETARIO


PRESIDENTE


VOCAL

OBSERVACIONES:

.....
.....

Acta de Sustentación de la Tesis



ANEXO 3-Q

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL

En la ciudad de Chachapoyas, el día 24 de Setiembre del año 2021, siendo las 11:06 horas, el aspirante: Hayne Cuñera Fernández, defiende en sesión pública presencial () / a distancia (X) la Tesis titulada: Calidad de Servicio en el Restaurant Póllería Sulymaz EIRL. de la Ciudad de Boca Grande, Provincia de Leticia, Región Amazonas - 2020, teniendo como asesor a Mg. Erlitz Llares Bocanegra, para obtener el Título Profesional de Licenciada en Administración, a ser otorgado por la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas, ante el Jurado Evaluador, constituido por:

Presidente: Mg. Fernando R. Sánchez Altamirano
Secretario: Jr. Patricia Escobedo Campo
Vocal: Mg. Juane del Pilar Contreras Poncevarro

Procedió el aspirante a hacer la exposición de la Introducción, Material y métodos, Resultados, Discusión y Conclusiones, haciendo especial mención de sus aportaciones originales. Terminada la defensa de la Tesis presentada, los miembros del Jurado Evaluador pasaron a exponer su opinión sobre la misma, formulando cuantas cuestiones y objeciones consideraron oportunas, las cuales fueron contestadas por el aspirante.

Tras la intervención de los miembros del Jurado Evaluador y las oportunas respuestas del aspirante, el Presidente abre un turno de intervenciones para los presentes en el acto de sustentación, para que formulen las cuestiones u objeciones que consideren pertinentes.

Seguidamente, a puerta cerrada, el Jurado Evaluador determinó la calificación global concedida a la sustentación de la Tesis para obtener el Título Profesional; en términos de:

Aprobado (X) Desaprobado ()

Otorgada la calificación, el Secretario del Jurado Evaluador lee la presente Acta en esta misma sesión pública. A continuación se levanta la sesión.

Siendo las 11:59 horas del mismo día y fecha, el Jurado Evaluador concluye el acto de sustentación de la Tesis para obtener el Título Profesional.

[Firma]
SECRETARIO

[Firma]
VOCAL

[Firma]
PRESIDENTE

OBSERVACIONES:

Considera las observaciones hechas por los Miembros del Jurado

Índice del Contenido

Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Autoridades de la Universidad Nacional Toriobio Rodríguez de Mendoza de Amazonas	iv
Visto Bueno del Asesor de la Tesis	v
Jurado Evaluador de la Tesis.....	vi
Constancia de Orioginalidad de la Tesis.....	vii
Acta de Sustentación de la Tesis.....	viii
Índice del Contenido	ix
Índice de Tablas	xi
Índice de Figuras.....	xii
Resumen.....	xiii
Abstract.....	xiv
I. INTRODUCCIÓN.....	15
II. MATERIAL Y MÉTODOS	22
2.1. Diseño de investigación.....	22
2.2. Variable de estudio.....	22
2.3. Población, muestra y muestreo.....	24
2.4. Métodos, técnicas e instrumentos.....	25
2.5. Análisis de datos.....	25
III. RESULTADOS.....	27
3.1. Determinar el nivel de calidad de servicio en el restaurant pollería solymar E.I.R.L.....	27
3.2. Describir la calidad del servicio que brinda el restaurant pollería solymar E.I.R.L. en base a los elementos tangibles.....	27
3.3. Describir la calidad del servicio que brindan los colaboradores del restaurant pollería solymar E.I.R.L. en base a la dimensión de fiabilidad.....	28
3.4. Describir la calidad del servicio que brindan los colaboradores del restaurant pollería solymar E.I.R.L. en base a la dimensión de capacidad de respuesta.....	30
3.5. Describir la calidad del servicio que brindan los colaboradores del restaurant pollería solymar E.I.R.L. en base a la dimensión de seguridad.....	31
3.6. Describir la calidad del servicio que brindan los colaboradores del restaurant pollería solymar E.I.R.L. en base a la dimensión de empatía.....	32

IV. DISCUSIÓN.....	33
V. CONCLUSIONES.....	35
VI. RECOMENDACIONES	37
VII. REFERENCIA BIBLIOGRÁFICAS.....	38
ANEXOS.....	41

Índice de tablas

Tabla 1. Operacionalización de la variable.....	23
Tabla 2. Nivel de calidad de servicio en el restaurant Solymar	27
Tabla 3. Nivel de calidad de servicio en cuanto a la dimensión de tangibilidad	27
Tabla 4. Nivel de calidad de servicio en cuanto a la fiabilidad	28
Tabla 5. Calidad de servicio en cuanto a la dimensión capacidad de respuesta	30
Tabla 6. Calidad de servicio en cuanto a la seguridad.....	31
Tabla 7. Calidad del servicio en cuanto a empatía.....	32

Índice de figuras

Figura 1. Distribución porcentual en cuanto a la dimensión de tangibilidad	28
Figura 2. Distribución porcentual en cuanto a la dimensión fiabilidad.....	29
Figura 3. Distribución porcentual en cuanto a la dimensión capacidad de respuesta....	30
Figura 4. Distribución porcentual en cuanto a la seguridad.....	31
Figura 5. Distribución porcentual en cuanto a empatía	32

Resumen

La investigación titulada, calidad de servicio en el restaurant pollería Solymar E.I.R.L. de la ciudad de Bagua Grande, provincia de Utcubamba, región de Amazonas – 2020; para la cual se formuló la siguiente interrogante ¿Cuál es el nivel de la calidad de servicio en el restaurant pollería Solymar E.I.R.L., y para responder la pregunta se planteó el objetivo: Determinar el nivel de calidad de servicio en el restaurant pollería Solymar E.I.R.L. El tipo de investigación que se usó es no experimental, con un diseño descriptivo simple. El instrumento que fue usado es el cuestionario y fue aplicado a los 125 clientes que conforman la muestra del estudio. Según los resultados que se obtuvo aplicando el cuestionario en cuanto a cada dimensiones como seguridad 92%, empatía 88%, capacidad de respuesta 87%, tangibilidad 80% y fiabilidad 71% Por tanto, se concluye que, de acuerdo al objetivo general, se evidenció que el nivel de calidad de servicio es bueno, pero en una de sus dimensiones como la fiabilidad (71%) es que tienen el porcentaje más bajo por lo que tiene que seguir esforzándose y de esa manera cumplir las expectativas de los comensales.

Palabras Claves: calidad de servicio, fiabilidad, tangibilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía.

Abstract

The research entitled, quality of service in the restaurant pollería Solymar E.I.R.L. of the city of Bagua Grande, province of Utcubamba, Amazonas region - 2020; for which the following question was formulated: What is the level of quality of service in the restaurant pollería Solymar E.I.R.L, and to answer the question, the Objective: To determine the level of quality of service in the pollería Solymar restaurant. The type of research used was non-experimental, with a descriptive design. The instrument that was used is the questionnaire and it was applied to the 125 clients that make up the study sample. According to the results obtained by applying the questionnaire regarding each dimensions such as safety 92%, empathy 88%, response capacity 87%, tangibility 80% and reliability 71%. Therefore, it is concluded that, according to the general objective, evidence that the level of quality of service is good, but in one of its dimensions such as reliability (71%) is that they have the lowest percentage, so you have to keep striving and thus meet the expectations of the diners.

Keywords: quality of service, reliability, tangibility, responsiveness, security and empathy.

I. INTRODUCCIÓN

La tesis titulada calidad de servicio en el restaurant pollería Solymar E.I.R.L. de la ciudad de Bagua Grande, provincia de Utcubamba, región de Amazonas – 2020, ha realizado considerando que el estudio es de interés y coyuntura porque la calidad del servicio en el ámbito empresarial de las diferentes empresas ya sean grandes, medianas o pequeñas, es un elemento esencial en el momento propicio de brindar un servicio o producto al cliente. Por lo que es evidente que actualmente los consumidores son más rigurosos y por lo tanto las empresas buscan diferentes estrategias que permitan cubrir sus expectativas.

Solís (2017) manifiesta que las empresas que ofrecen servicios de alimentos ya sean restaurantes o juguerías, hoy en día se observa que la competencia en relación a sus precios de acuerdo a lo que ofrecen son bastante similares, por lo que actualmente se están preocupando mucho por mejorar, el precio no es lo que diferencia a una empresa si no la calidad de sus servicios y la atención que le puedan brindar a sus consumidores, ya que sus clientes no les interesa pagar más de lo que realmente cuesta con el único objetivo que sean atendidos como ellos desean.

Arana (2015) con el transcurrir de los años la calidad se ha venido considerando como una estrategia muy importante en sus negocios para las empresas nacionales. Pues es una herramienta que permite gestionar lineamientos específicos y además indicadores de calidad en relación al servicio que brindan es por ello que se ha vuelto una necesidad adoptar sistemas que estén orientados a la búsqueda constante de la calidad.

Según Carrete et al. (2011) define a la calidad de servicio como un tema que se estudia cada vez más en el campo de los servicios, la empresa debe evaluar la calidad de su servicio que ofrecen y además debe llevarse a cabo en todos los niveles de su empresa.

En la empresa Solymar E.I.R.L. cuyo giro principal es la venta y consumo de alimentos en la cual se desempeñan 9 colaboradores se ha observado una problemática latente ya que la empresa no ofrece reconocimientos, además de ello la descripción del platillo en la cartilla muchas veces no coincide con lo que realmente se le sirve al cliente, esto genera incomodidad y pérdida de tiempo, en las relaciones de trabajo existe una disconformidad entre trabajadores por el incumplimiento de sus funciones

y horarios esto sucede con mayor frecuencia con los meseros y azafatas, ya que el chef y ayudante de cocina son familiares del dueño por ende gozan de mayores privilegios.

Los **objetivos específicos** son: a). Describir la calidad del servicio que brinda el restaurant pollería Solymar E.I.R.L. en base a la dimensión de los elementos tangibles, b). Describir la calidad del servicio que brindan los colaboradores del restaurant pollería Solymar E.I.R.L. en base a la dimensión de fiabilidad, c). Describir la calidad del servicio que brindan los colaboradores del restaurant pollería Solymar E.I.R.L. en base a la dimensión de capacidad de respuesta, d). Describir la calidad del servicio que brindan los colaboradores del restaurant pollería Solymar E.I.R.L. en base a la dimensión de seguridad, e). Describir la calidad del servicio que brindan los colaboradores del restaurant pollería Solymar E.I.R.L. en base a la dimensión de empatía.

La investigación se **justifica** porque se abordó un tema de vital importancia considerando que la investigación permitió establecer información que sirvió como una herramienta académica para determinar la calidad de servicio al cliente en el restaurant pollería Solymar E.I.R.L. de la ciudad de Bagua Grande, considerando que los resultados servirá de base de datos para futuras investigaciones, como también al propietario y trabajadores del restaurant pollería Solymar E.I.R.L como un modelo a seguir a fin de mejorar la gestión en su empresa con el fin de optimizar la calidad de servicio.

Es evidente que la calidad de servicio al cliente es esencial en las empresas ya que de esa manera se logra tener clientes felices con ganas de volver y sobre todo recomendar el servicio y el producto (conocido como el marketing boca a boca). Teniendo en cuenta que los clientes y comensales son más exigentes y minuciosos, por tal motivo es preciso que las empresas realicen de manera habitual estimaciones de la calidad de servicio valorando la percepción de los clientes teniendo en cuenta que esta valoración contribuirá para que se mantengan dentro del mercado competitivo, estableciendo e implementando estrategias de mejoras, que ayuden y contribuyan a los propietarios del restaurant pollería Solymar E.I.R.L. a evidenciar las causas que repercute en el cliente en el momento de estar en el restaurant pollería Solymar E.I.R.L.

1.1. Antecedentes internacionales.

López (2018), su tesis fue calidad del servicio y la satisfacción de los clientes del restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil, se planteó como objetivo determinar la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes. Fue una investigación no experimental descriptiva. El instrumento utilizado fue el cuestionario, la misma que se aplicó a la muestra, concluyó que: Se encontró que un 70% de los clientes se sienten completamente satisfechos, y un 30% de ellos se sienten insatisfechos, pues sienten que no merecen el trato que les brindan además perciben que la empresa cuenta con poco personal y hace que el servicio de atención demore. El servicio al cliente es significativo, ya que conlleva a la notoriedad o pérdida para cualquier empresa, señalando también que es importante que el cliente al marcharse después de consumir quede satisfecho.

Chacón (2014), en su tesis servicio al cliente en los restaurantes del municipio de San Pedro de la Laguna. Tuvo por objetivo identificar el servicio al cliente que se ofrece en los restaurantes de ese lugar, se usó el diseño de investigación descriptiva. Para la obtención de información utilizó como técnica la encuesta y como instrumento el cuestionario, lo cual fue aplicado a su muestra a los grupos de interés de los 8 restaurantes, concluyó que: Los clientes opinan que los restaurantes brindan un servicio regular y además recomiendan que se debe mejorar en relación a uniforme de su personal, y trato al momento de la atención ya que esto les hará diferenciarse de los demás restaurantes. Los propietarios deben mantener y mejorar los servicios sanitarios, ya que a este factor los clientes lo califican con un deficiente.

Alpizar (2015), en su tesis estudio de mercado para determinar el nivel de satisfacción del cliente en estelares mueblerías México, se planteó el objetivo de medir el nivel de satisfacción de los clientes. Fue una investigación no experimental descriptiva. El instrumento utilizado fue el cuestionario, finalmente concluyó que: Los clientes se sienten satisfechos (93%) con respecto a la calidad del servicio, precios y garantías. Existen clientes (7%) que no se sienten satisfechos con relación a los productos y servicios que ofrece.

1.2. Antecedentes nacionales.

Ñahuirima (2016), realizó su investigación en calidad de servicio y satisfacción del cliente de las pollerías del distrito de Andahuaylas, provincia de Andahuaylas, región Apurímac, 2016, se planteó como objetivo determinar la relación entre ambas variables. Fue una investigación correlacional. El instrumento utilizado fue el cuestionario como instrumento la cual le sirvió para la obtención de información, posteriormente se concluyó que: La calidad de servicio que tienen las pollerías se relaciona de forma significativa con la satisfacción del cliente. Afirmó que la variable de evidencia física y la satisfacción del cliente tienen una relación significativa, ya que esto repercute en la percepción que tienen los clientes del lugar. Después de relacionar ambas variables se pudo notar que hay un 99% de nivel confianza, y esto repercute que las pollerías brindan un buen servicio al cliente y esto hace que se sientan completamente satisfechos.

Tafur (2015), en su tesis calidad de servicio y la relación con la satisfacción del cliente de Starbucks Cefee del distrito de Santa Anita, Lima, se planteó el objetivo de determinar la relación entre ambas variables. Fue una investigación no experimental descriptiva correlacional. El instrumento utilizado fue el cuestionario, el mismo que se aplicó a una muestra de 196 clientes, según los resultados se concluyó que: La relación que existe entre ambas variables de estudio es directa y positiva, ya que los clientes alegan que se encuentran satisfechos por el servicio que les brindan al momento de adquirir el producto. Que el indicador de fiabilidad de la calidad de servicio tiene un 36.7% de relación con la satisfacción del cliente y que si no se atiende a tiempo este indicador pues tendrá una tendencia a disminuir.

Dalmau & García (2015), en su investigación sobre la calidad del servicio del restaurante Wallqa de la ciudad de Lima se planteó como objetivo general evaluar la calidad del servicio del restaurante Wallqa, dicha investigación es de tipo cuantitativo, utilizó como técnica la encuesta y como instrumento el cuestionario que le sirvió para la recolección de información, la cual después de haber realizado sus análisis concluyó que: Los elementos tangibles son los que presentan menor satisfacción pues no existe un estacionamiento apropiado para los vehículos y además está la dimensión de capacidad de respuesta que también tiene la menor

satisfacción y esto es debido a la demora de atención a sus clientes y en la entrega de pedido. A pesar de estar bajo en dos indicadores mencionados anteriormente pues el reto de indicadores evaluados hace que el restaurante cumpla con las expectativas de los clientes y de esta forma eleve su calidad de servicio, y que si esto se sigue mejorando aún más podría llegar a convertirse en un restaurante de 5 tenedores.

1.3. Antecedentes locales.

Navarro (2018), realiza su investigación titulada "evaluación de la calidad del servicio y su incidencia en la satisfacción de los clientes de la empresa claro en la ciudad de Chachapoyas – 2016", se planteó el objetivo de determinar la influencia entre las dos variables con respecto a la asistencia que brinda en su centro de atención y ventas, para su investigación utilizó la investigación descriptiva-no experimental, el instrumento que se usó para la recolección de datos fue el cuestionario que se aplicó a una muestra de 151 clientes, después de haber realizado el análisis, concluyó que: La relación entre ambas variables es relativamente alta (4.22), lo que significa que aún hay factores que se debe ir mejorando, ya que los clientes no se sienten completamente satisfechos, por lo que la investigación le sirvió para que la empresa para generar estrategias que puedan contribuir a la obtención de mejores resultados en favor de la empresa. Los clientes toman bastante importancia a los elementos tangibles ya que lo toman como uno de los factores más importantes dentro de la satisfacción de los clientes. Finalmente se pudo apreciar que la empresa de claro brinda un nivel aceptable de calidad de servicio al cliente, pues analizar las variables de fiabilidad, empatía, seguridad, entre otros, les ha permitido verificar las estrategias que venía aplicando y además generar nuevas estrategias que le permitan fidelizar su cliente.

1.4. Base teórica que respalda a la variable de estudio:

Quispe (2015) la calidad de servicio es fundamental para todo tipo de organización y funciona como una forma de garantía para los consumidores, pues esta permite alcanzar las metas y los objetivos que cada empresa se traza, pues que nuestros clientes se sientan completamente satisfechos ayuda que la empresa mejore en la imagen que tienen de ella, y al tener mayor reputación o posicionamiento en el

mercado pues va tener mayores utilidades que se ve reflejado en la rentabilidad de la misma empresa

Brindar un servicio de calidad involucra todo un proceso y que cuando cualquier etapa falle se verá reflejado al final en la respuesta de los clientes, pues los principales actores en todo este proceso son los empleados o trabajadores de una empresa, ya que de ellos depende directamente o indirectamente que un cliente se sienta satisfecho es decir mientras más fiable sea el servicio que se brinda pues mejor será la imagen que tengan los clientes de la empresa, y esto también es una buena forma de poder captar a los clientes potenciales que están en búsqueda de un servicio adecuado.

La calidad de servicio empresarial según Alfonso (2014) encuentra sustento científico en el modelo Servqual que afirma que es una técnica que va permitir evaluar el nivel de calidad de servicios que una empresa ofrece y que un cliente siempre espera ya sea de forma consciente o inconsciente; por ello que a este modelo se le considera como una importante fuente de información que las organizaciones necesitan conocer para poder medir el nivel de satisfacción de sus consumidores, para ello se tiene que proponer nuevas estrategias con la intención de tener contentos y felices a los clientes. Pues mantener satisfechos a los consumidores es muy importante para cualquier organización es por ello que han iniciado a ver diferentes maneras para ir creciendo en este aspecto, el brindar un buen servicio a los clientes es estar a la vanguardia con las demás empresas, y poder retener a los clientes y atrayendo nuevos consumidores.

Para ello es importante que la empresa pueda manejar las quejas de sus clientes ya que estas permiten generar estrategias en pro de mejorar el servicio brindado, muchas veces los clientes son los que ven el problema del mal servicio, pero muchas también son los que brindan una solución, que hay que tener en cuenta al momento de elaborar el plan de mejora.

1.5. Dimensiones de la calidad de servicio:

Según (Martínez 2013), el modelo Servqual, puede ser evaluada teniendo en cuenta las siguientes dimensiones:

Tangibilidad. – Esta dimensión se refiere que la calidad del servicio no es algo que se puede tener una muestra y dárselo al cliente para que emita su opinión, si no que las empresas lo que pueden hacer es diseñar en el cliente un modo de pensar que es bueno, es decir crear expectativas en el usuario antes de que pueda hacer uso del servicio. Por lo que decimos que el servicio no es algo tangible sino es intangible.

Fiabilidad. – Es la capacidad que una empresa tiene al prestar un servicio, este debe mostrar confiabilidad y seguridad al momento que el cliente llega al local.

Seguridad. – Cuando un cliente tiene algún problema pues confía en una empresa que buscará las mejores soluciones, además implica que la empresa tiene credibilidad, es íntegra, confiable y honesta, es por ello que toda empresa debe tener cuidado no solo en lo que le interesa al cliente, sino que también debe mostrar su preocupación que el cliente se encuentre completamente satisfechos, esta dimensión es muy importante para que la empresa logre conseguir la confianza y lealtad de un cliente, además atrae a clientes potenciales por el buen concepto que se tiene al momento de brindar el servicio.

Capacidad de respuesta. – Hace referencia a las actitudes que el personal de una empresa muestra al momento de la atención de los clientes, esta dimensión es muy importante al momento de cumplir con los compromisos que la empresa asume, ya que debe cumplirlos en el tiempo establecido; además se tienen en cuenta el tiempo que demora en resolver sus dudas o problemas presentados por el cliente, o en todo caso al momento de prestar un servicio.

Empatía. – Es la disposición que tiene una organización para ofrecer a los usuarios cuidado y atención personalizada, esta dimensión es importante para conseguir lealtad de los clientes por lo que significa acercarse al cliente con un trato humano, como propietario de la organización debe ponerse en el lugar del cliente y ver cómo es que le gustaría que lo atendieran de esa manera sería lo más práctico para enmendar los errores.

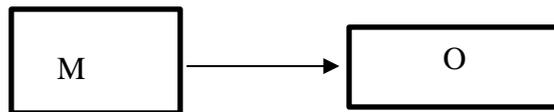
1.6. Hipótesis

Espinoza (2018) manifiesta que en investigaciones descriptivas con una sola variable la hipótesis va de manera implícita.

II. MATERIAL Y MÉTODOS

2.1. Diseño de investigación

Según vara (2012), es una investigación no experimental. Con un diseño de investigación descriptivo simple ya que busca describir de manera precisa la realidad empresarial, por lo que en esta investigación describe la variable problema. En la investigación se realizó la observación de la variable para describir la realidad problemática en la que se encontró la empresa, apoyándose de la base teórica y la aplicación del cuestionario. Cuyo diagrama es:



Dónde:

M = Muestra

O = Observación de la variable - calidad de servicio

2.2. Variable de estudio: Calidad de servicio

2.2.1. Operacionalización de la variable

Tabla 1

Operacionalización de la variable

Variables	Dimensiones	Indicadores	Instrumento
Calidad de servicio	Tangibilidad	Cartel publicitario	Cuestionario
		Mobiliario y equipos	
		Instalaciones	
		Pregunta –respuesta	
	Fiabilidad	Información	
		Tiempos	
		Precios	
	Capacidad de respuesta	Solución de problema	
		Capacidad de escucha	
		Tiempo adecuado	
		Confianza	
	Seguridad	Integridad	
		Conocimiento	
		Amabilidad	
Empatía	Atención personalizada		
	Compromiso con el cliente		

Fuente: *Adaptado de la revista perspectivas (scielo.org.bo) versión on-line ISSN 1994-3733. Editor: Osvaldo Gutiérrez Andrade*

2.3. Población, muestra y muestreo

López (2014) cuando se habla de **población** hace referencia al conjunto de personas que integran una investigación, en esta investigación la población estuvo conformada por 350 comensales que acuden regularmente en una semana de 7 días, de lunes a domingos al restaurant pollería Solymar E.I.R.L.; según dato oficial de gerencia en el periodo 2020.

Para Toledo (2016) una **muestra** forma parte de la población por lo que la muestra y de la presente investigación es de 125 clientes a los cuales se aplicó el instrumento del cuestionario, obtenido mediante la aplicación de la fórmula:

$$n = \frac{N \times Z_a^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z_a^2 \times p \times q}$$

Donde:

n = tamaño de muestra que queremos calcular

N= tamaño de la población

Z= 1.96 al cuadrado (si la seguridad es del 95%)

p = proporción esperada (en este caso = 0.5)

q = 1 – p (en este caso 1- 0.5 = 0.5)

d = precisión (7%).

$$n = \frac{350 \times 1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}{0.07^2 \times (350 - 1) + 1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}$$

n= 125

→ 125 comensales

El tipo de **muestreo** probabilístico que se usó fue el aleatorio simple tal como lo define Morphol (2017) donde cada elemento de la población tiene la misma probabilidad de ser seleccionado. Por lo que de los 350 clientes se seleccionaron aleatoriamente a 125 comensales como población objetiva.

2.4. Métodos, técnicas e instrumentos

De acuerdo con Sampiere (2010) el **método descriptivo** en la cual lo que se busca es describir las características y los perfiles de los clientes del restaurante para posteriormente someterlo a un análisis, este método se aplicó para mostrar con precisión de cada una de las dimensiones del estudio, el procesamiento de los datos y las respectivas conclusiones.

De acuerdo a Jorna (2014) el **método analítico** fue usado para descomponer cada una de las dimensiones y luego partiendo de este análisis, realizar la síntesis para reconstruir y explicar. Este método se ha utilizado para el analizar los datos obtenidos de los comensales del restaurant pollería Solymar E.I.R.L.

Se utilizó la **técnica** de encuesta que, según Malhotra (2014) define como una técnica que permite obtener información que se basa en el interrogatorio dirigido al encuestado y que se realiza a través de preguntas con respecto a la variable de estudio.

El **instrumento** que se usó fue el cuestionario que según Hernández, Fernández, Baptista (2010) nos indica que es utilizado por los investigadores para poder recolectar la información y se realiza mediante preguntas respecto a la variable de estudio; la encuesta se aplicará a los clientes del restaurant pollería Solymar, así como a varones y mujeres mayores de 18 años a más.

2.5. Análisis de datos

Se utilizó la estadística descriptiva para recoger, almacenar, ordenar, realizar tablas y figuras para calcular parámetros básicos sobre el conjunto de datos. Para el análisis y tabulación de datos se utilizó el programa de excel 2013 es allí donde se realizó el conteo de las encuestas realizando una base de datos para luego ser procesados, una vez realizado el procesamiento de los resultados se analiza,

interpreta y representa los datos, por medio de tablas, figuras a partir de los datos recolectados, con el propósito de simplificar el análisis de las dimensiones de la variable de estudio, por lo que el cuestionario fue analizado en tablas que ayudaron en la interpretación, las cuales sirvieron para el análisis de resultados y permitió desarrollar las discusiones, conclusiones.

III. RESULTADOS

3.1. Determinar el nivel de calidad de servicio en el restaurant pollería Solymar E.I.R.L.

Tabla 2

Nivel de calidad de servicio en el restaurant pollería Solymar E.I.R.L.

	Tangibilidad	Fiabilidad	Seguridad	Capacidad de respuesta	Empatía
Deficiente	2%	2%	0%	1%	1%
Regular	18%	27%	8%	12%	11%
Buena	80%	71%	92%	87%	88%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

Nota: Datos tomados del cuestionario

Se constata que el nivel de la calidad de servicio en todas sus dimensiones es bueno manteniéndose en ese nivel en un rango de 71% a 92%. En el nivel regular se mantiene en un rango de 8% a 27% y solo un pequeño porcentaje indica que es deficiente manteniéndose en el rango entre 0% y 2% en la mayoría de sus dimensiones.

3.2. Describir la calidad del servicio que brinda el restaurant pollería Solymar E.I.R.L. en base a la dimensión de los elementos tangibles.

Tabla 3

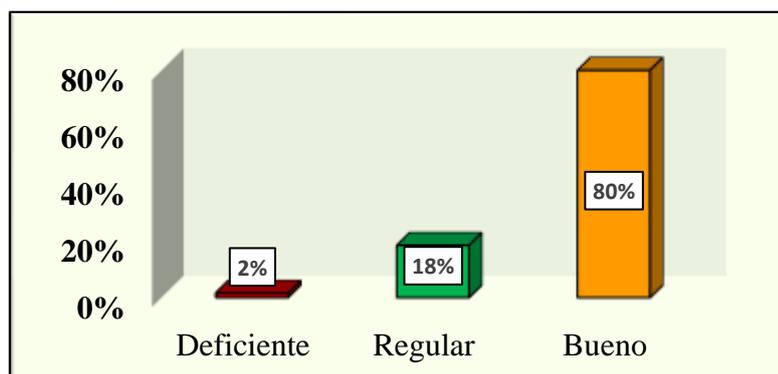
Nivel de calidad de servicio en cuanto a la dimensión de Tangibilidad

Indicador	Fi	%
Deficiente	2	2%
Regular	23	18%
Bueno	100	80%
Total	125	100%

Nota: Datos tomados del cuestionario

Figura 1

Distribución porcentual en cuanto a la dimensión de tangibilidad.



Nota: La figura muestra el porcentaje de aceptación en cuanto a la tangibilidad.

Fuente: Elaboración propia tabla 3

En la tabla 3 se puede constatar que de los 125 encuestados del restaurant pollería Solymar E.I.R.L., el 80% considera que los carteles publicitarios, el mobiliario, equipo y las instalaciones de la empresa son visualmente atractivos (ver anexo 8.1), sin embargo, el 18% dicen que es regular, y lo otro 2% dice que es deficiente; lo que demuestra que la empresa en mención tiene una aceptación alta porque ha superado el 50%, de igual manera tiene que seguir esforzándose para llegar a un 98 %.

3.3. Describir la calidad del servicio que brindan los colaboradores del restaurant pollería Solymar E.I.R.L. en base a la dimensión de fiabilidad.

Tabla 4

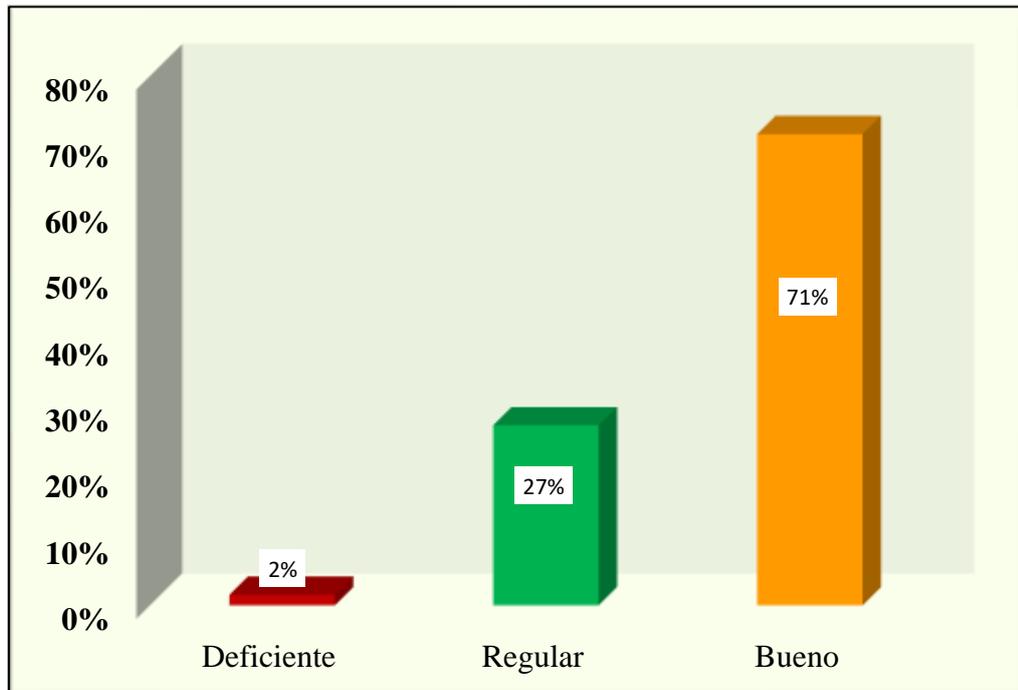
Nivel de calidad de servicio en cuanto a la fiabilidad

Indicador	Fi	%
Deficiente	2	2%
Regular	34	27%
Bueno	89	71%
Total	125	100%

Nota: Datos tomados del cuestionario

Figura 2

Distribución porcentual en cuanto a la dimensión fiabilidad.



Nota: La figura muestra el porcentaje de aceptabilidad en cuanto a la fiabilidad.

Fuente: Elaboración propia tabla 4

En la tabla 4 se constata que de los 125 clientes encuestado de la empresa restaurante pollería Solymar E.I.R.L. de la ciudad de Bagua Grande, el 71% considera que la empresa resuelve sus dudas, cumple con los tiempos promeditos, los colaboradores brindan información detallada de los platos que ofrecen y los precios están acorde a la calidad del producto (ver anexo 8.2), mientras que el 27% indican que es regular, y el 2% consideran que es deficiente lo que demuestra que la empresa en mención en cuanto a la fiabilidad es buena ya que supera el 50% de la misma forma se tiene que esforzar para lograr el 98%.

3.4. Describir la calidad del servicio que brindan los colaboradores del restaurant pollería Solymar E.I.R.L. en base a la dimensión de capacidad de respuesta.

Tabla 5

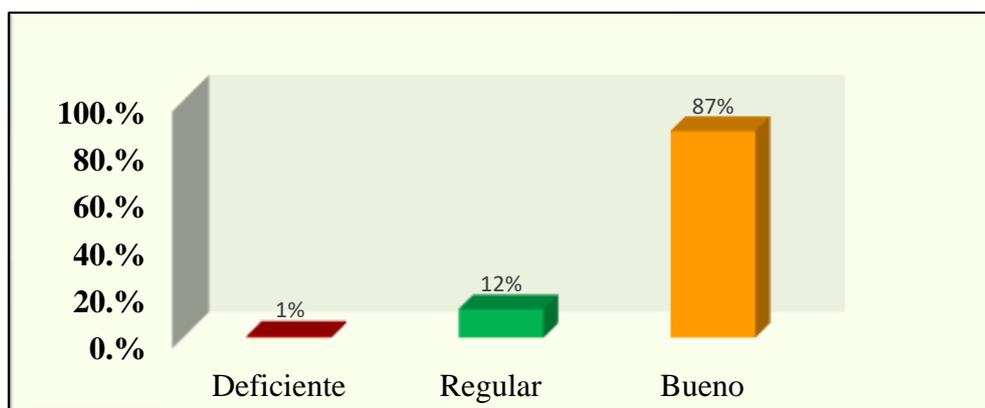
Calidad de servicio en cuanto a la dimensión capacidad de respuesta

Indicador	fi	%
Deficiente	1	1%
Regular	15	12%
Bueno	109	87%
Total	125	100%

Nota: Datos tomados del cuestionario

Figura 3

Distribución porcentual en cuanto a la dimensión capacidad de respuesta



Nota: La figura muestra el porcentaje de aceptación en cuanto a la capacidad de respuesta. Fuente: Elaboración propia tabla 5.

En la tabla 5 se constata que de los 125 clientes encuestados de la empresa restaurant pollería Solymar E.I.R.L. de la ciudad de Bagua Grande, el 87% considera que la empresa resuelve los inconvenientes, los colaboradores están atentos a responden a cualquier inquietud de manera eficiente (ver anexo 8.3), mientras que el 12% indican que es regular, y el 1% consideran que es deficiente lo que demuestra que la empresa en mención en cuanto a la capacidad de respuesta es buena ya que supera el 50% de la misma forma se tiene que esforzar para lograr el 99% .

3.5. Describir la calidad del servicio que brindan los colaboradores del restaurant pollería Solymar E.I.R.L. en base a la dimensión de seguridad.

Tabla 6

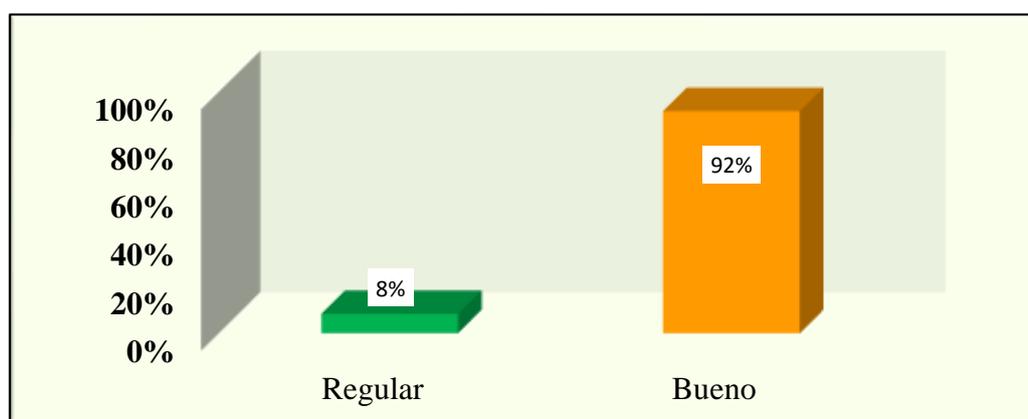
Calidad de servicio en cuanto a la seguridad

Indicador	Fi	%
Regular	10	8%
Bueno	115	92%
Total	125	100%

Nota: Datos tomados del cuestionario

Figura 4

Distribución porcentual en cuanto a la seguridad



Nota: La figura muestra el porcentaje de aceptación en cuanto a la Seguridad.

Fuente: Elaboración propia tabla 6.

En la tabla 6 se constata que de los 125 clientes encuestados de la empresa restaurant pollería Solymar E.I.R.L. de la ciudad de Bagua Grande, el 92% considera que los colaboradores de la empresa les generaron confianza al momento de pedir la cuenta y mostraron conocimiento para responder a sus dudas presentadas por el cliente (ver anexo 8.4), mientras que el 8% es regular, lo que demuestra que la empresa en mención en cuanto a la seguridad es buena ya que supera el 50%.

3.6. Describir la calidad del servicio que brindan los colaboradores del restaurant pollería Solymar E.I.R.L. en base a la dimensión de empatía.

Tabla 7

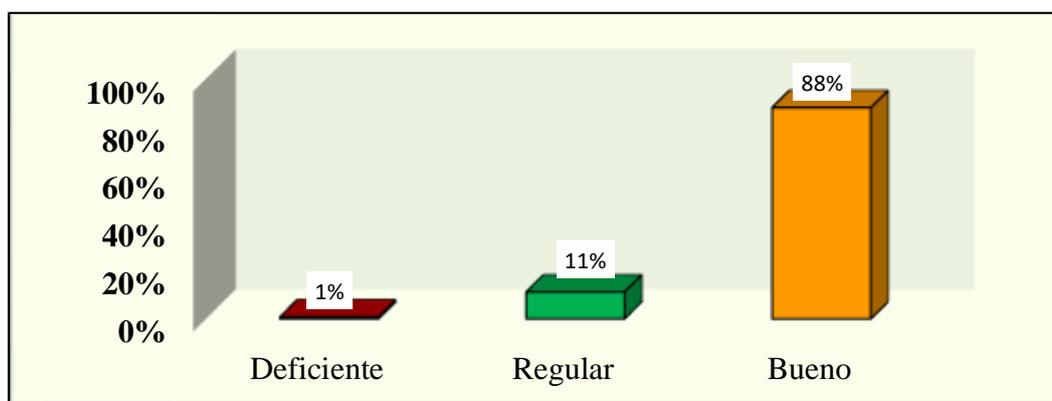
Calidad del servicio en cuanto a empatía

Indicador	Fi	%
Deficiente	1	1%
Regular	14	11%
Bueno	110	88%
Total	125	100%

Nota: Datos tomados del cuestionario

Figura 5

Distribución porcentual en cuanto a empatía



Nota: La figura muestra el porcentaje de aceptación en cuanto a empatía. Fuente: Elaboración propia tabla 7.

En la tabla 7 se constata que de los 125 clientes encuestados del restaurant pollería Solymar E.I.R.L. de la ciudad de Bagua Grande, el 88% considera que los colaboradores de la empresa se muestran siempre atentos a sus deseos y necesidades, ofreciendo un servicio personalizado, velando siempre por los intereses de sus clientes (ver anexo 8.5); mientras que el 11% considera que es regular, y lo otro 1% considera que es deficiente lo que demuestra que la empresa en mención en cuanto a la empatía es buena ya que supera el 50%.

IV. DISCUSIÓN

López (2018) investigó la relación entre calidad del servicio y la satisfacción de los clientes del restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil" afirma la importancia que una empresa realice constantemente la evaluación de la calidad de sus servicios que ofrece, pues este le permite identificar factores relevantes como maquinaria, equipo; la respuesta inmediata, el trato personalizado, entre otros, de ahí que concluyó que, existe un 70% de clientes satisfechos y un 30% insatisfechos. En relación a la dimensión de los elementos tangibles en el restaurant pollería Solymar en la cual hay 80% de clientes satisfechos porque la empresa cuenta con el mobiliario, equipo e instalaciones que tiene la empresa son visualmente atractivos.

Tafur (2015) investigó la relación entre la calidad de servicio y la relación con la satisfacción del cliente de Starbucks Coffee del distrito de Santa Anita, Lima, concluyó que existe una relación entre ambas variables de un promedio de 36.7%, con una tendencia a bajar, se concluyó que, si no existe confianza, y tampoco la habilidad para prestar el servicio; la satisfacción del cliente tiende a disminuir, y en lo que corresponde a la dimensión de fiabilidad los clientes del restaurant pollería Solymar manifiesta que de acuerdo a los resultados obtenidos el 71% considera que la empresa resuelve sus dudas, cumple con los tiempos prometidos, los colaboradores brindan información detallada de los platos que ofrecen y los precios están acorde a la calidad del producto , mientras que el 27% indican que es regular, y el 2% consideran que es deficiente lo que demuestra que la empresa en mención en cuanto a la fiabilidad es buena ya que supera el 50% de la misma forma se tiene que esforzar para lograr el 98% y de esa manera brindar un servicio de excelencia.

Ñahuirima (2016) investigó la calidad de servicio y satisfacción del cliente de las pollerías del distrito de Andahuaylas, provincia de Andahuaylas, región Apurímac, concluyó que, la relación que hay entre ambas variables es de positiva alta (nivel de confianza 99%). Lo relacionamos con la dimensión de capacidad de respuesta, la cual establece que según los resultados obtenidos el 87% considera que la empresa resuelve los inconvenientes, los colaboradores están atentos a responder ante cualquier inquietud de manera eficiente, mientras que el 12% indican que es regular, y el 1% consideran que es deficiente. En la dimensión de seguridad se determina que de acuerdo a los resultados obtenidos por los encuestados el 92% considera que los colaboradores de la empresa les generan confianza

al momento de pedir la cuenta además muestran conocimiento para responder a sus dudas presentadas por el cliente, mientras que el 8% es regular.

V. CONCLUSIONES

De acuerdo al objetivo general, se evidenció que el nivel de calidad de servicio en el restaurant pollería Solymar E.I.R.L es buena.

De acorde al objetivo específico en cuanto a la dimensión de tangibilidad el 80% consideran que los carteles publicitarios, el mobiliario, equipo y las instalaciones de la empresa son visualmente atractivos, mientras que el 18% dicen que es regular, y lo otro 2% dice que es deficiente; lo que demuestra que la empresa en mención tiene una alta aceptación porque ha superado el 50%.

En la dimensión de fiabilidad, se constató que requieren mayor atención para optimizar un servicio de calidad, al liderar con el 71% considera un nivel de bueno, ya que la empresa resuelve sus dudas, cumple con los tiempos prometidos, los colaboradores brindan información detallada de los platos que ofrecen y los precios están acorde a la calidad del producto , mientras que el 27% indican que es regular, y el 2% consideran que es deficiente lo que demuestra que la empresa en mención en cuanto a la fiabilidad es buena ya que supera el 50% de la misma forma se tiene que esforzar para lograr el 98% y de esa manera brindar un servicio de excelencia.

En cuanto a la dimensión de capacidad de respuesta tiene un porcentaje de 87% que lo consideran buena, ya que considera que la empresa resuelve los inconvenientes, los colaboradores están atentos a responden a cualquier inquietud de manera eficiente, mientras que el 12% indican que es regular, y el 1% consideran que es deficiente lo que demuestra que la empresa en mención en cuanto a la capacidad de respuesta es buena ya que supera el 50% de la misma forma se tiene que esforzar para lograr el 99%, esto se puede mediante charlas motivacionales a los colaboradores u otras estrategias.

En la dimensión seguridad se constató que 92% consideran una buena calidad de servicio ya que considera que los colaboradores de la empresa les generan confianza al momento de pedir la cuenta además muestran conocimiento para responder a sus dudas presentadas por el cliente, mientras que el 8% es regular, lo que demuestra que la empresa en mención en cuanto a la seguridad es buena ya que supera el 50% y los clientes se sienten muy a gustos y satisfechos.

En la dimensión empatía el 88% de los encuestados consideran que el servicio es de buena calidad es decir la empresa cuenta con una buena aceptabilidad ya que la empatía es muy importante para la lealtad de sus clientes. Es por ello que se considera que los colaboradores de la empresa se muestran siempre atentos a sus deseos y necesidades, ofreciendo un servicio personalizado, velando siempre por los intereses de sus clientes; mientras que el 11% considera que es regular, y lo otro 1% considera que es deficiente lo que demuestra que la empresa prevalece con un porcentaje aceptable de 88% de preferencia.

VI. RECOMENDACIONES

Al culminar la investigación se recomienda lo siguiente:

A los restaurantes de la ciudad de Bagua Grande, lo cual a la fecha no se ha realizado un estudio basado en las cinco dimensiones de la calidad de servicio deben tomar en cuenta, ya que este modelo sugiere mejorar la calidad de servicio y de esa manera lograr la lealtad del cliente y por tanto la imagen de la empresa.

Al propietario del restaurant pollería Solymar se recomienda tener en cuenta los resultados del trabajo de investigación para tener en cuenta el nivel de calidad de servicio, para que posteriormente se implementen estrategias de atención al cliente para seguir mejorando principalmente en la dimensión de fiabilidad el cual tiene un porcentaje de aceptación bajo.

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alfonso, Y. (2014) *Teoría de la evaluación del servicio al cliente*. Lima, Perú.
<https://www.gestiopolis.com/teoria-de-la-evaluacion-del-servicio-al-cliente>
- Alpizar, L. (2015) Estudio de mercado para determinar el nivel de satisfacción del cliente en estelaris mueblerías, 2015. México,
<http://hdl.handle.net/20.500.11799/62621>
- Arana, et al. (2015). Calidad en Restaurant clasificados por tenedores según Reglamento de Restaurantes en el Perú.
http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/12118/ARANA_ARBOCCO_CALIDAD_RESTAURANTES.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Batista, et al. (2010). Cuestionario escala Likert.
[https://scholar.google.com.pe/scholar?q=fern%C3%A1ndez+baptista+\(2010\)+escala+likert&hl=es&as_sdt=0&as_vis=1&oi=scholar](https://scholar.google.com.pe/scholar?q=fern%C3%A1ndez+baptista+(2010)+escala+likert&hl=es&as_sdt=0&as_vis=1&oi=scholar)
- Carrete, et al. (2011). Servir con calidad en México.
<https://books.google.com.pe/books?id=zPkHTf2u8VAC&printsec=frontcoverdq=Servir+con+calidad+en+Mexico&hl=es&sa=X&ei=wmHZVKeSB4SfNtTSgPgO&ved=0CBsQ6AEwAA#v=onepage&q=Servir%20con%20calidad%20en%20Mexico&f=false>
- Chacón, E. (2014) Servicio al cliente en los restaurantes del municipio de San Pedro.
[https://www.google.com/search?q=Chacón+\(2014\)&rlz=1C1SQJL_esPE832PE833&oq=Chacón+\(2014\)&aqs=chrome.69i57j0.1263j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF8](https://www.google.com/search?q=Chacón+(2014)&rlz=1C1SQJL_esPE832PE833&oq=Chacón+(2014)&aqs=chrome.69i57j0.1263j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF8)
- Dalmau, P. (2015). Evaluación de la calidad del servicio utilizando el modelo Servqual.
<http://erp.uladech.edu.pe/archivos/03/03012/documentos/repositorio/2015/32/20/082301/20150720121225.pdf>
- Espinoza, F. (2018). La hipótesis en la investigación. Lima, Perú.
https://www.researchgate.net/publication/322701262_La_hipotesis_en_la_investigacion
- Hernández, S. (2010). Metodología de la investigación. 5ta Edición.
<https://institutoprofesionalmr.org/wpcontent/uploads/2018/04/He>

rn%C3%A1ndez-Fern%C3%A1ndez-Baptista-2010-Metodologia-de-la-
Investigacion-5ta-edicion.pdf

- Jorda, G. (2014). Método Analítico. Artículo Sometido 24.09.2013. Aprobado 03.04.2014 <https://www.scielo.br/pdf/rae/v56n1/0034-7590-rae-56-01-0101.pdf>
- José, M. (2013). Dimensiones de la calidad de servicio modelo sercual. Rev. chil. ing. vol.27 no.4 Arica dic. 2019.https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-33052019000400668&lng=es&nrm=iso
- López, M. (2018). Calidad del servicio y la satisfacción de los clientes del restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil. <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/9867>
- López, P. (2014). Población, muestra y muestreo. Lima, Perú. http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-02762004000100012
- Malhotra, K. (2008). Investigación de Mercados. 5° ed. Edit. Pearson Educación. México.https://www.academia.edu/16550490/Investigacion_de_Mercados_5ta_Edicion_Naresh_K_Malhotra
- Morphol, j. (2017). Muestreo aleatorio simple. Artículo 35(1):227-232, 2017. <https://scielo.conicyt.cl/pdf/ijmorphol/v35n1/art37.pdf>
- Ñahuirima, Y. (2016). Calidad de servicio y satisfacción del cliente de las pollerías del distrito de Andahuaylas, región Apurímac. https://www.academia.edu/34845870/Yanina_Nahuirima_Tesis_Titulo_2016
- Quispe, Y. (2015). Calidad de servicio y satisfacción del usuario. <file:///C:/Users/Usuario/Downloads/DialnetCalidadDeServicioYSatisfaccionDelUsuarioEnElHospit-7437230.pdf>
- Solís, H. (2017). ¿Mejora de la calidad de servicio en una empresa de alimentos los Olivos.<http://repositorio.uwiener.edu.pe/bitstream/handle/123456789/913/TITULO%20%20Sol%C3%ADs%20Rivera%2C%20Haydee.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Tafur, E. (2015). Nivel de satisfacción en los servicios del restaurante, bar, snack cabaña y cafetería del golf y country club de Trujillo. <http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/uss/2707/carolina-soledad-coronel-arce%20TESIS.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Toledo, N. (2016). Población y muestra.
<https://core.ac.uk/download/pdf/80531608.pdf>.
- Vera, A. (2017). El instrumento más utilizado es el SERVQUAL.
[https://www.bing.com/search?q=Vera+\(2017\)%2C+la+calidad+en+el+servicio%2C+el+instrumento+m%C3%A1s+utilizado+es+el+SERVQUAL&cvid=9c16622b66ed4b84a6e2100af0373eb4&FORM=ANNTA1&PC=HCTS](https://www.bing.com/search?q=Vera+(2017)%2C+la+calidad+en+el+servicio%2C+el+instrumento+m%C3%A1s+utilizado+es+el+SERVQUAL&cvid=9c16622b66ed4b84a6e2100af0373eb4&FORM=ANNTA1&PC=HCTS)
- Vara, A. (2012). Tipos y diseños de investigación.
<http://florfanyasantacruz.blogspot.com/2015/10/tipos-y-diseno-de-investigacion.html>

ANEXOS

Anexo 1. Cuestionario



UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRÍGUEZ DE MENDOZA DE AMAZONAS

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

OBJETIVO: Recoger información sobre la calidad de servicio que brinda el restaurant pollería Solymar E.I.R.L.

INDICACIONES: Estimado señor(a), joven y señorita le presentamos una lista de preguntas relacionadas a la calidad de servicio que brinda el restaurant pollería Solymar E.I.R.L. de la ciudad de Bagua Grande. Dicha información será de suma ayuda para la empresa y para el desarrollo de la tesis. Es por ello que se le pide contestar con total discreción de acuerdo a su percepción.

I.- Datos generales del encuestado

1.- Sexo

a) Masculino

b) Femenino

2.- Edad

18-29 años

30-39 años

40 a más años

II.- Calidad de servicio

Sugerencias: Es de suma importancia conocer su opinión respecto a la calidad de servicio que brinda el restaurant pollería Solymar E.I.R.L. de la ciudad de Bagua Grande, se evaluarán diferentes aspectos a los que usted debe marcar con una x la respuesta que crea que es conveniente las mismas que serán registradas teniendo en cuenta la siguiente escala:

Escala de valorización del ítem	Muy malo	Malo	Regular	Bueno	Muy bueno
	1	2	3	4	5

Ítem de cada dimensión	Escala				
	1	2	3	4	5
Dimensión 1.- Tangibilidad					
1.- El cartel publicitario dentro y fuera de la empresa es visualmente atractiva.					
2.- El mobiliario y equipo de la empresa son modernas.					
3.- Las instalaciones de la empresa (baños, caja, primer y segundo nivel), son limpias y visualmente atractivas.					
Dimensión 2.- Fiabilidad					
4.- La empresa, resuelve de forma inmediata alguna duda.					
5.- Los colaboradores de la empresa, brindan información detallada de los platos que ofrecen.					
6.- La empresa, cumple con los tiempos prometidos.					
7.- Qué le parece a usted los precios, a la calidad del producto que ofrece la empresa.					

Dimensión 3.- Capacidad de respuesta					
8.- Alguna vez usted ha tenido inconvenientes en su pedido y la empresa mostró un sincero interés en solucionarlo.					
9.- Los colaboradores de la empresa nunca están demasiado ocupados para responder a cualquier inquietud.					
10.- Los colaboradores de la empresa le ofrecieron un servicio rápido.					
Dimensión 4.- Seguridad					
11.- El comportamiento de los colaboradores de la empresa le transmitieron confianza.					
12.- Al momento de pedir la cuenta usted confió en la integridad de los colaboradores de la empresa.					
13.- Los colaboradores de la empresa mostraron conocimiento para responder a sus preguntas.					
Dimensión 4.- Empatía					
14.- Los colaboradores de la empresa, se mostraron siempre atentos a sus deseos y necesidades.					
15.- Cree usted que la empresa le ofreció una atención personalizada.					
16.- La empresa se preocupó por sus intereses al momento de estar en sus instalaciones.					

Anexo 2. Constancia de validación del instrumento.

Quien suscribe: ALEX JAVIER SÁNCHEZ PANTALEÓN, con DNI N°. 47080698. De profesión: Economista, Mediante la presente hace constar que las técnicas e instrumentos para la recolección de datos del trabajo de grado titulado:

Calidad de servicio en el restaurant pollería Solymar E.I.R.L. de la ciudad de Bagua Grande, provincia de Utcubamba, región de Amazonas – 2020.

Realizado por: Bachiller en Administración de Empresas

Heyna Guevara Fernandez. Aspirante a obtener su título profesional de: **Licenciada en Administración de Empresas**, reúne los requisitos suficientes, necesarios para ser válidos y son aptos para alcanzar los objetivos que se plantean en la investigación.

Atentamente.



Nombre: Alex Javier Sánchez Pantaleón

DNI: 47080698

Anexo 3. Constancia de validación de instrumento de investigación

Quien suscribe: **Juan Alberto Avalos Hubeck**, con DNI N° 16705290 de profesión: Contador Público, mediante la presente hace constar que las técnicas e instrumentos para la recolección de datos del trabajo de grado titulado:

Calidad de servicio en el restaurant pollería Solymar E.I.R.L. de la ciudad de Bagua Grande, provincia de Utcubamba, región de Amazonas – 2020.

Realizado por: Bachiller en Administración de Empresas

Heyna Guevara Fernandez. Aspirante a obtener su título profesional de: **Licenciada en Administración de Empresas**, reúne los requisitos suficientes, necesarios para ser válidos y son aptos para alcanzar los objetivos que se plantean en la investigación.

Atentamente.



Mg. CPC. Juan Alberto Avalos Hubeck

DNI: 16705290

Anexo 4. Constancia de validación de instrumento de investigación

Quien suscribe: **Mg. Lic. Jorge Bautista Núñez**, con DNI N° **27424465** de profesión: **Licenciado en Estadística**, mediante la presente hace constar que las técnicas e instrumentos para la recolección de datos del trabajo de grado titulado:

Calidad de servicio en el restaurant pollería Solymar E.I.R.L. de la ciudad de Bagua Grande, provincia de Utcubamba, región de Amazonas – 2020.

Realizado por: Bachiller en Administración de Empresas

Heyna Guevara Fernandez. Aspirante a obtener su título profesional de: **Licenciada en Administración de Empresas**, reúne los requisitos suficientes, necesarios para ser válidos y son aptos para alcanzar los objetivos que se plantean en la investigación.

Atentamente.



Lic. Jorge Bautista Núñez
COLSPE EP S.A.
COLEGIO DE ESTADÍSTICOS DEL PERÚ

Nombre: Jorge Bautista Núñez

DNI: 27424465

Anexo 5. Ficha de validación 01

Título: Calidad de servicio en el restaurant pollería Solymar E.I.R.L. de la ciudad de Bagua Grande, provincia de Utcubamba, región de Amazonas – 2020.

CRITERIOS																				
Ítem	Coherencia					Pertinencia					Independencia					Impacto				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
1					X					X					X					X
2					X					X					X					X
3					X					X					X					X
4					X					X					X					X
5					X					X					X					X
6					X					X					X					X
7					X					X					X					X
8					X					X					X					X
9					X					X					X					X
10					X					X					X					X

Grado Académico : Magister

Lugar y Fecha : Bagua Grande, 13 de noviembre de 2020.

Firma :



Anexo 6. Ficha de validación 02

Título: Calidad de servicio en el restaurant pollería Solymar E.I.R.L. de la ciudad de Bagua Grande, provincia de Utcubamba, región de Amazonas – 2020.

CRITERIOS																				
Ítem	Coherencia					Pertinencia					Independencia					Impacto				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
1					X					X					X					X
2					X					X					X					X
3					X					X					X					X
4					X					X					X					X
5					X					X					X					X
6					X					X					X					X
7					X					X					X					X
8					X					X					X					X
9					X					X					X					X
10					X					X					X					X

Grado Académico : Maestro en tributación y asesoría fiscal

Lugar y Fecha : Bagua Grande, 13 de noviembre de 2020

Firma :



Anexo 7. Ficha de validación 03

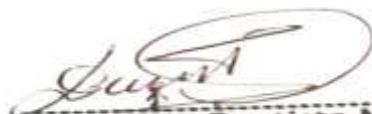
Título: Calidad de servicio en el restaurant pollería Solymar E.I.R.L. de la ciudad de Bagua Grande, provincia de Utcubamba, región de Amazonas – 2020.

CRITERIOS																				
Ítem	Coherencia					Pertinencia					Independencia					Impacto				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
1					X					X					X					X
2					X					X					X					X
3					X					X					X					X
4					X					X					X					X
5					X					X					X					X
6					X					X					X					X
7					X					X					X					X
8					X					X					X					X
9					X					X					X					X
10					X					X					X					X

Grado académico: Magíster

Lugar y Fecha : Bagua Grande, 19 de noviembre de 2020.

Firma :



Lic. Jorge Bautista Núñez
COESPE N° 393
COLEGIO DE ESTADÍSTICOS DEL PERÚ

Anexo 8. Tablas de distribución de frecuencias de los indicadores de cada dimensión.

Anexo 8.1. Dimensión tangibilidad										
Ítem	Muy malo		Malo		Regular		Bueno		Muy bueno	
	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%
1.- El cartel publicitario dentro y fuera de la empresa es visualmente atractiva.	1	1%	1	1%	10	8%	35	28%	78	62%
2.- El mobiliario y equipo de la empresa son modernas.	0	0	3	2%	20	20%	46	37%	51	41%
3.- Las instalaciones de la empresa (baños, caja, primer y segundo nivel), son limpias y visualmente atractivas.	0	0	7	6%	21	17%	31	25%	66	53%

Anexo 8.2. Dimensión fiabilidad										
Ítem	Muy malo		Malo		Regular		Bueno		Muy bueno	
	fi	%	fi	%	Fi	%	fi	%	fi	%
1.- La empresa, resuelve de forma inmediata alguna duda.	3	2.4%	24	19.2%	36	28.8%	62	49.6%	0	0%
2.- Los colaboradores de la empresa, brindan información detallada de los platos que ofrecen.	1	0.8%	2	1.6%	41	32.8%	58	46.4%	23	18.4%
3.- La empresa, cumple con los tiempos prometidos.	1	0.8%	4	3.2%	36	28.8%	41	32.8%	43	34.4%
4.- Qué le parece a usted los precios, a la calidad del producto que ofrece la empresa.	1	0.8%	5	4.0%	33	26.4%	23	18.4%	63	50.4%

Anexo 8.3. Dimensión capacidad de respuesta										
Ítem	Muy malo		Malo		Regular		Bueno		Muy bueno	
	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%
1.- Alguna vez usted ha tenido inconvenientes en su pedido y la empresa mostró un sincero interés en solucionarlo.	0	0%	2	1.6%	15	12%	57	45.6%	51	40.8%
2.- Los colaboradores de la empresa nunca están demasiado ocupados para responder a cualquier inquietud.	0	0%	2	1.6%	21	16.8%	39	31.2%	63	50.4%
3.- Los colaboradores de la empresa le ofrecieron un servicio rápido.	0	0%	5	4.0%	25	20.0	36	28.8	59	47.2%

Anexo 8.4. Dimensión seguridad										
Ítem	Muy malo		Malo		Regular		Bueno		Muy bueno	
	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%	Fi	%
1.- El comportamiento de los colaboradores de la empresa le transmitieron confianza.	0	0%	0	0%	20	16%	68	54.4%	37	29.6%
2.- Al momento de pedir la cuenta usted confió en la integridad de los colaboradores de la empresa.	0	0%	0	0%	9	7.2%	39	31.2%	77	61.6%
3.- Los colaboradores de la empresa mostraron conocimiento para responder a sus preguntas.	0	0%	0	0%	21	17%	31	25%	66	53%

Anexo 8.5. Dimensión empatía										
Ítem	Muy malo		Malo		Regular		Bueno		Muy bueno	
	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%	Fi	%
1.- Los colaboradores de la empresa, se mostraron siempre atentos a sus deseos y necesidades.	0	0%	1	0.8%	21	16.8%	63	50.4%	40	32%
2.- Cree usted que la empresa le ofreció una atención personalizada.	1	0.8%	2	1.6%	19	15.2%	40	32%	63	50.4%
3.- La empresa se preocupó por sus intereses al momento de estar en sus instalaciones.	1	0.8%	4	3.2%	22	17.6%	36	28.8%	62	49.6%