

**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 AL CLIENTE EN EL RECREO
MARISQUERÍA LOS FICUS DE LA CIUDAD DE BAGUA
GRANDE, AMAZONAS, 2020.**

Autora:

Bach. Yenifer Marimar Limay Bautista

Asesora:

Mg. Erlita Llatas Becerra

Registro:(.....)

CHACHAPOYASS - PERÚ

2021

Dedicatoria

Dedico esta Tesis principalmente a Dios todopoderoso, creador del cielo y la tierra, por brindarme todo lo que vemos, darme la vida y la energía necesaria para culminar con mi carrera profesional y mis propósitos más deseados.

A mis padres quienes con su amor, entereza y esfuerzo de manera incondicional me han permitido consumir hoy un sueño más, gracias por inculcar en mí el ejemplo de la determinación y osadía, de no temer los infortunios porque Dios mi creador está conmigo persistentemente.

A mis hermanos y familiares por su cariño y amistad incondicional, durante el proceso de esta tesis, considerando que siempre puedo contar con ellos en todo momento y que me acompañan en todos mis sueños y metas, gracias.

Yenifer Marimar.

Agradecimiento

Mi agradecimiento a la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas, por engrandecerme como persona y profesional. Y en especial a mi Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas por admitirme extender mi formación académica obteniendo un alto discernimiento investigativo.

A mi asesora Mg. Erlita Llatas Becerra, educadora competente, sabias enseñanzas y apoyo constante brindado durante el proceso investigativo.

Finalmente agradezco a todos los trabajadores y administrador del recreo marisquería Los Ficus de la ciudad de Bagua Grande quienes me brindaron el apoyo y disposiciones de ejecución de la presente investigación.

Agradezco a mis amigos y cada una de las personas, por ser parte de mi vida, momentos alegres y tristes, y por brindarme su apoyo absoluto de alguna manera en el desarrollo de esta tesis, gracias por estar siempre ahí.

La autora.

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

DR. POLICARPIO CHAUCA VALQUI.

Rector

Dr. MIGUEL ÁNGEL BARRENA GURBILLON

Vicerrector Académico


Dra. FLOR TERESA GARCÍA HUAMÁN

Vicerrectora de Investigación

Mg. RICARDO RAFAEL ALVA CRUZ

Decano(e) de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Visto Bueno del Asesor de la Tesis

	UNTRM	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 (X), hace constar que ha asesorado la realización de la Tesis titulada Calidad de servicio de atención al cliente en el Recreo Mariqueria Los Fillos de la Ciudad de Puyo Grande, Amazonas, 2020. del egresado Llmay Bautista Yennifer Maribor de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas Escuela Profesional de Administración de Empresas de esta Casa Superior de Estudios.

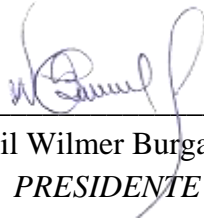
El suscrito da el Visto Bueno a la Tesis mencionada, dándole pase para que sea sometida a la revisión por el Jurado Evaluador, comprometiéndose a supervisar el levantamiento de observaciones que formulen en Acta en conjunto, y estar presente en la sustentación.

Chachapoyas, 13 de Mayo del 2021


Mg. Yelita Llatas Becerra
CLAD-18845

Firma y nombre completo del Asesor

Jurado Evaluador de la Tesis



Mg. Cecil Wilmer Burga Campos
PRESIDENTE



Dr. Adolfo Cacho Revilla
SECRETARIO



Mg. Elena Irene Bautista Reyes
VOCAL



ANEXO 3-O

CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD DE LA TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL

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

CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE EN EL RECREO MARISQUERÍA LOS FIGUS DE LA CIUDAD DE BAGUA GRANDE-AMAZONAS, 2020.

presentada por el estudiante () / egresado (x) YENIFER MARIMAR LIMAY BAUTISTA

de la Escuela Profesional de ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

con correo electrónico institucional ycaiferlimaybautista94@gmail.com

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

- La citada Tesis tiene 23 % de similitud, según el reporte del software Turnitin que se adjunta a la presente, el que es menor (x) / igual () al 25% de similitud que es el máximo permitido en la UNTRM.
- La citada Tesis tiene _____ % de similitud, según el reporte del software Turnitin que 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 corregir la redacción 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 el software Turnitin.

Chachapoyas, 24 de mayo del 2021



Mg. CPA. Adolfo Cacho Revilla
Docente FACEA - UNTRM

SECRETARIO



Mg. Walter Diego Cordero
Docente FACEA - UNTRM

PRESIDENTE



VOCAL

OBSERVACIONES:

.....
.....

Acta de Sustentación de la Tesis



UNTRM

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

ANEXO 3-Q

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL

En la ciudad de Chachapoyas, el día 11 de junio del año 2021, siendo las 9:00 horas, el aspirante Yenifer Marimar Limay Bautista, defiende en sesión pública presencial () / a distancia (X) la Tesis titulada: Calidad de servicio al cliente en el Recreo Marisquería los Ficus de la ciudad de Bagua Grande, Amazonas, 2020.

_____ teniendo como asesor a MBA. Erlita Llatas Becerra para obtener el Título Profesional de Administración de Empresas a ser otorgado por la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas; ante el Jurado Evaluador, constituido por:

Presidente: Mg. Cecil Wilmer Burga Campos

Secretario: Dr. Adolfo Cacho Revilla

Vocal: Mg. Elena Irene Bautista Reyes

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 9:47 horas del mismo día y fecha, el Jurado Evaluador concluye el acto de sustentación de la Tesis para obtener el Título Profesional.

SECRETARIO

VOCAL

PRESIDENTE

OBSERVACIONES:

Índice del Contenido

Dedicatoria,	ii
Agradecimiento	iii
Autoridades de la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas	iv
Visto Bueno del Asesor de la Tesis	v
Jurado Evaluador de la Tesis	vi
Constancia de Originalidad de la Tesis	vii
Acta de Sustentación de la Tesis	viii
Índice del Contenido	ix
Índice de Tablas	x
Índice de Figuras	xi
Resumen	xii
Abstrac	xiii
I. INTRODUCCIÓN	14
II. MATERIAL Y MÉTODOS	21
2.1 Tipo y diseño de investigación	21
2.2 Población, muestra y muestreo	21
2.3 Determinación de variables	23
2.4 Métodos.....	23
2,5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	24
2.6 Análisis de datos.....	26
III. RESULTADOS	26
3.1 Presentación y análisis	26
IV. DISCUSIÓN	34
V. CONCLUSIONES	37
VI. RECOMENDACIONES	39
VII.REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	40
ANEXOS	43

Índice de Tablas

Tabla 1.	Edades y sexo	26
Tabla 2.	Nivel de los elementos tangibles en el recreo marisquería Los Ficus en la ciudad de Bagua Grande, Amazonas, 2020	27
Tabla 3.	Nivel de la fiabilidad en el recreo marisquería Los Ficus en la ciudad de Bagua Grande, Amazonas, 2020	28
Tabla 4.	Nivel de la capacidad de respuesta en el recreo marisquería Los Ficus en la ciudad de Bagua Grande, Amazonas, 2020	29
Tabla 5.	Nivel de seguridad en el recreo marisquería Los Ficus en la ciudad de Bagua Grande, Amazonas, 2020	30
Tabla 6.	Nivel de empatía en el recreo marisquería Los Ficus en la ciudad de Bagua Grande, Amazonas, 2020	31
Tabla 7.	Nivel comparativo según dimensiones de la variable calidad de servicio al cliente en el Recreo Marisquería Los Ficus en la Ciudad de Bagua Grande, Amazonas, 2020	32

Índice de Figuras

Figura 1.	Edades y sexo	26
Figura 2.	Nivel de los elementos tangibles en el recreo marisquería Los Ficus en la ciudad de Bagua Grande, Amazonas, 2020	27
Figura 3.	Nivel de la fiabilidad en el recreo marisquería Los Ficus en la ciudad de Bagua Grande, Amazonas, 2020	28
Figura 4.	Nivel de la capacidad de respuesta en el recreo marisquería Los Ficus en la ciudad de Bagua Grande, Amazonas, 2020	29
Figura 5.	Nivel de seguridad en el recreo marisquería Los Ficus en la ciudad de Bagua Grande, Amazonas, 2020	30
Figura 6.	Nivel de empatía en el recreo marisquería Los Ficus en la ciudad de Bagua Grande, Amazonas, 2020	31
Figura 7.	Nivel comparativo según dimensiones de la variable calidad de servicio al cliente en el Recreo Marisquería Los Ficus en la Ciudad de Bagua Grande, Amazonas, 2020	33

Resumen

El presente informe de tesis tuvo como propósito Determinar la calidad de servicio al cliente en el Recreo Marisquería Los Ficus de la Ciudad de Bagua Grande, Amazonas, 2020. El estudio fue cuantitativo, de tipo descriptivo-simple con diseño no experimental. La muestra quedó instituida por 108 clientes. Para la recolección de datos se aplicó un cuestionario como instrumento de estudio de medición para la variable de estudio calidad de servicio al cliente, utilizando la escala de Likert, aplicado a los clientes del recreo marisquería Los Ficus. La validez y la confiabilidad del instrumento se obtuvo según el coeficiente de alfa de Cronbach y los resultados obtenidos fueron de 0,846 para dicho cuestionario, por lo tanto el instrumento es fiable y consistente. Para la evaluación de la investigación y poder cumplir con los objetivos propuestos. Los resultados representados en tablas y figuras estadísticas determinaron que la calidad de servicio al cliente muestra resultados de los clientes encuestados, quienes manifiestan que la calidad de servicio que brinda el recreo marisquería Los Ficus alcanza un nivel bueno, considerando que siempre y cuando concretan con sus perspectivas, enfatizando que los propietarios se centran en la parte de los elementos tangibles, confiabilidad; dejando de lado las otras dimensiones que consignan importancia como son la capacidad de respuesta, garantía y empatía, considerados de vital importancia para que la organización prevalezca.

Palabras claves: Calidad de servicio, elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía.

Abstract

The purpose of this thesis report was to determine the quality of customer service at Recreo Marisquería Los Ficus in the City of Bagua Grande, Amazonas, 2020. The study was quantitative, descriptive-simple with a non-experimental design. The sample was established by 108 clients. For data collection, a questionnaire was applied as a measurement study instrument for the study variable quality of customer service, using the Likert scale, applied to customers of the Los Ficus seafood restaurant. The validity and reliability of the instrument was obtained according to Cronbach's alpha coefficient and the results obtained were 0.846 for said questionnaire, therefore the instrument is reliable and consistent. For the evaluation of the investigation and to be able to fulfill the proposed objectives. The results represented in tables and statistical figures determined that the quality of customer service shows results of the surveyed customers, who state that the quality of service provided by the Los Ficus seafood recess reaches a good level, considering that as long as they specify with their perspectives, emphasizing that the owners focus on the part of the tangible elements, reliability; Leaving aside the other dimensions that are important, such as the ability to respond, guarantee and empathy, considered of vital importance for the organization to prevail.

Keywords: Quality of service, tangible elements, reliability, responsiveness, security and empathy.

I. INTRODUCCIÓN

La tesis titulada CALIDAD DE SERVICIO AL CLIENTE EN EL RECREO MARISQUERÍA LOS FICUS DE LA CIUDAD DE BAGUA GRANDE, AMAZONAS, 2020, se 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 el estudio está orientado a conocer el efecto de la experiencia de variar y brindar algunos gustos con platillos de marisquería, por lo que los clientes buscan donde ir a degustar platos de acuerdo a sus exigencias eligiendo así el recreo marisquería Los Ficus, porque se ubica en un lugar estratégico de la ciudad de Bagua Grande.

Ante la crecida constante de la universalización de la demanda se ha acentuado formidablemente la competitividad entre los diferentes sectores económicos, y, en tal sentido el rubro de recreos marisquerías, no es la excepción a estos cambios, por lo que la competencia se transforma creando propuestas progresivas con estrategias claras y precisas en dirección a los clientes con pluralidad de platillos, presentaciones y degustaciones disímiles. Por ello la disputa de persuadir y atraer nuevos consumidores ha propiciado a cuantiosos recreos marisquerías a optimizar la calidad de servicio porque el mercado cada vez se pone más inflexible.

Por tal motivo es esencial y exclusivo conocer la calidad de servicio de los clientes y por ende su satisfacción, porque un cliente satisfecho existe la probabilidad de regresar y recomendar, ya que corregir y mejorar de manera continua la mercancía y el servicio que resulta ser el meollo de la direccionalidad del logro de objetivos de la organización.

Según Carrete et al., (2011), indican que “la calidad en el servicio es definido como el tema más importante y más extensamente estudiado en el campo de los servicios, evaluar la calidad en el servicio es un proceso altamente complejo que funciona en varios niveles de abstracción”.

Zeithaml, Parasuraman y Berry (1990), afirman que “los grupos focales claramente apoyaron a la noción de que la clave para asegurar una buena calidad de servicio es cubrir y sobrepasar lo que los clientes esperan del servicio”.

Sin embargo, la calidad percibida por los clientes usualmente no guarda relación con el servicio que la empresa ofrece y promete; acentuando que desde ese momento el enfoque de la calidad en el servicio resulta ser irrelevante y en vez de conferir de una calidad objetiva, asentada en esquemas y patrones ceñidos por la empresa, se confiere de una calidad subjetiva es decir realizada y acentuada en la percepción del consumidor. Considerando que el Perú es uno de los países más diversos del mundo, multicultural, lleno de tradiciones y una laureada gastronomía, por lo que es preciso resaltar que es uno de los servicios más atractivos, el servicio gastronómico en recreos y marisquerías, recalcando que la calidad de servicio debería ser esencial en la empresa recreo marisquería Los Ficus de la ciudad de Bagua Grande.

Hechas las consideraciones anteriores se planteó la interrogante: ¿Cómo es la calidad de servicio al cliente en el Recreo Marisquería Los Ficus de la Ciudad de Bagua Grande, Amazonas, 2020?

Se planteó como objetivo general Determinar la calidad de servicio al cliente en el Recreo Marisquería Los Ficus de la Ciudad de Bagua Grande, Amazonas, 2020. Y los objetivos específicos: Analizar la calidad de servicio al cliente en el Recreo Marisquería Los Ficus en la ciudad de Bagua Grande, Amazonas, 2020. Evaluar el nivel de la calidad de servicio al cliente en el Recreo Marisquería Los Ficus en la Ciudad de Bagua Grande, Amazonas, 2020.

Para la ejecución de esta tesis se procesó un cuestionario organizado y constituido en la escala de Likert, que se destinó a 108 clientes, de una población total de 300 clientes.

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 Recreo Marisquería Los Ficus de la Ciudad de Bagua Grande, considerando que es un caso práctico y que los resultados servirá de base de datos para futuras

investigaciones, como también al propietario y trabajadores del recreo marisquería como un modelo a seguir a fin de mejorar la gestión en su empresa con el motivo de optimar la calidad de servicio a los clientes y comensales.

Es evidente entonces que la calidad de servicio al cliente en nuestros tiempos se sustenta que toda empresa debe considerar tener clientes felices con ganas de volver y sobre todo recomendar el servicio y el producto. 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 recreo marisquería Los Ficus a evidenciar las causas que repercute en el cliente en el momento de estar en dicho recreo marisquería, además de incrementar la participación de mercado y posicionamiento en el diseño del cliente.

Los antecedentes que dieron consistencia y proporcionaron datos necesarios al estudio, se describen a continuación:

López (2018), en su tesis: “Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy’s de la ciudad de Guayaquil”, realizada en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil-Ecuador. El cual concluye que 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.

Sánchez (2017), desarrolló la tesis: “Evaluación de la calidad de servicio al cliente en el Restaurante Pizza Burger Diner de Gualan, Zacapa”, realizada en la Universidad Rafael Landívar-Zapaca. Concluyendo que el índice de calidad de servicio según las perspectivas de los consumidores no supera sus intereses, asimismo las brechas de insatisfacción son no satisfactorias, conllevando a todo esto la disconformidad de percepciones de los colaboradores y directivos en función a las expectativas de los clientes, enfatizando que los empleadores desconocen lo que los comensales necesitan.

Villalba (2016), en su estudio: “Análisis de calidad del servicio y atención al cliente en: Azuca Beach, Azuca Bistro, y Q restaurant y sugerencias de mejora”, realizado en la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Quito – Ecuador. Concluyo que el servicio al cliente es primordial en toda organización, ya que permite la obtención de grandes beneficios para la misma, siendo una ellas la ventaja competitiva dentro del mercado, sin embargo se identificaron debilidades como, la cordialidad, presencia y preparación de líquidos y la ligereza del servicio brindado de manera deficiente, considerando que estos signos de alerta y precaución para la empresa, las cuales requerimiento de manera inmediata para su tratamiento y obtengan estrategias esenciales para predisponer calidad en atención al cliente.

Dávila & Flores, M (2017), en su tesis: “Evaluación de la Calidad del Servicio en el Restaurante Turístico el Cántaro E.I.R.L. de Lambayeque”, realizada en la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Chiclayo – Perú. Concluyeron que mediante las percepciones de los clientes el restaurante cuenta con una infraestructura visiblemente buena, sin embargo, los clientes opinan que falta acoplar espacios vacíos para tener visión formidable, también manifiestan que la empresa brinda confianza, amabilidad y seguridad dimensiones indiscutibles de la calidad de servicio al cliente, de modo que determina la existencia de conformidad con el servicio brindado por ende es viable el servicio.

Cruz (2016), en su tesis: “La calidad de servicio y su incidencia en la satisfacción del cliente del restaurante la Huerta - Puno, periodo 2015”, realizada en la Universidad Nacional del Altiplano, Puno – Perú. Concluyendo que el restaurante brinda un servicio de nivel moderado de la calidad de servicio, de tal manera que se identificaron factores desfavorables que acontece en la satisfacción de los clientes, por lo que se recomienda prestar atención en estos factores en pro beneficio de la calidad de servicio brindado en el restaurante.

Tacunan (2016), en su investigación: “Caracterización de la calidad de servicio bajo el modelo SERVPERF en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro restaurantes en el distrito de Huari, 2014”, realizado en la Universidad Católica Los Ángeles Chimbote, Huaraz – Perú. Concluyendo mediante la percepción de los clientes que existe un nivel deficiente de calidad de servicio

brindado en relación a lo que presenta el restaurante, relacionando a todo esto que el servicio es aceptable pero no eficiente.

Tafur (2017), en su tesis: “Calidad del servicio y nivel de satisfacción del cliente de la empresa Elizabeth Salón & Spa de la ciudad de Chachapoyas, 2017”, realizada en la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas-Chachapoyas. El cual concluye que la percepción de las clientes encuentra satisfacción en el spa tanto con el servicio brindado y el producto utilizado, sin embargo es preciso el planteamiento de una propuesta de manera mejorada con la finalidad de seguir brindados niveles altos de satisfacción a los clientes.

Navarro (2018), en su tesis: “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”, realizada en la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas-Chachapoyas. Quien concluye que la calidad del servicio influye en la satisfacción del cliente de la empresa claro en la ciudad de Chachapoyas, por lo que los resultados arrojan que la calidad de servicio es relativamente alta, sin embargo, no es conformidad absoluta para los clientes por lo que es preciso contar con estrategias que contribuyan obtener mejores resultados en beneficio de la empresa y de los clientes.

Las bases teóricas que respaldan a la variable de estudio se explican a continuación:

A. La calidad de servicio

Según Deming (1989), “la calidad es un grado predecible de uniformidad y fiabilidad a bajo coste, adecuado a las necesidades del mercado, la manera de conseguir una mayor calidad es mejorando el producto y el servicio a las especificaciones para reducir la variabilidad en el diseño de los procesos productivos”.

García, (2001), define que “la calidad más aceptada en la actualidad es la que compara las expectativas de los clientes con su percepción del servicio, este concepto de calidad se focaliza más hacia la visión del cliente”.

Parasuraman et al. (1990), “creadores del modelo SERVQUAL, este modelo fue desarrollado como resultado de una investigación hecha en diferentes tipos de servicios”, quienes definen que:

“La calidad de servicio como un desajuste entre las expectativas previas al consumo del servicio y la percepción del servicio prestado y ésta puede ser medida a partir de la diferencia entre ambos conceptos, cuanto mayor sea la diferencia entre la percepción del servicio y las expectativas, mayor será la calidad”.

❖ **Dimensiones de la motivación**

Las dimensiones de la variable calidad de servicio se encuentra fundamentada en la teoría de los autores Zeithaml, Parasuraman & Berry (1990), quienes crearon el modelo SERVQUAL está basado en un modelo de evaluación del cliente sobre la calidad del servicio.

1. Elementos tangibles.

Zeithaml, Parasuraman & Berry (1990), indican que “los elementos tangibles son, la apariencia de las instalaciones físicas, equipo, personal y materiales para comunicaciones en una empresa”. Sus indicadores son los siguientes; material exterior visualmente atractivo, material interno visualmente atractivo, presentación y variedad de los productos y apariencia pulcra y limpia de los empleados.

2. Fiabilidad.

Zeithaml, Parasuraman & Berry (1990), indican que “la fiabilidad es la capacidad para brindar el servicio prometido en forma precisa y digna de confianza”. En el caso del recreo marisquería Los Ficus es la forma de realizar el servicio de atención al cliente y la entrega de los platillos a los consumidores, calidad o estado del producto, cumplimiento del precio y/o plazo de entrega en el tiempo indicado, etc. Sus indicadores son los siguientes; realiza bien su trabajo a la 1º vez, concluye en el tiempo prometido, servicio de calidad, informa el término del servicio.

3. Capacidad de respuesta.

Zeithaml, Parasuraman & Berry (1990), indican que “ la capacidad de respuesta tiene que ver con la buena disposición para ayudar a los clientes a proporcionarles un servicio expedito”. Sus indicadores son los siguientes; ayudar a los clientes, lenguaje adecuado, tiempo de atención de los pedidos y realiza el servicio con rapidez.

4. Seguridad.

Zeithaml, Parasuraman & Berry (1990), indican que “ la seguridad tiene que ver con el conocimiento y cortesía de los empleados, así como su capacidad para transmitir seguridad y confianza”.

Sus indicadores son los siguientes; trasmite amabilidad a los clientes, transmiten confianza, alimentos son de calidad para su preparación y conocimiento suficiente.

5. Empatía.

Zeithaml, Parasuraman & Berry (1990), indican que “ la empatía tiene que ver con el cuidado y atención individualizada que la empresa proporciona a sus clientes”. Sus indicadores son los siguientes; se preocupa por el interés del cliente, atención personalizada, actitud de amabilidad de parte del personal y comprende las necesidades específicas de sus clientes.

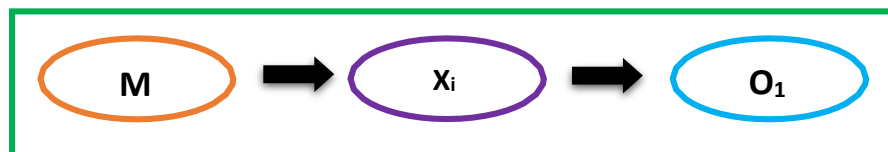
II. MATERIAL Y MÉTODOS

2.1. Tipo y diseño de investigación

El tipo de investigación fue descriptiva: Porque su único objetivo será reunir información y hechos que se producen en el Recreo Marisquería Los Ficus de la Ciudad de Bagua Grande, Amazonas, 2020.

No experimental: Según Hernández, Fernández & Baptista (2012), manifiestan que “el estudio es no experimental porque no se manipuló deliberadamente la variable en estudio, solo se observó los fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos”. Considerando que en esta investigación solo se observaron los fenómenos identificados de la calidad de servicio al cliente en el Recreo Marisquería Los Ficus de la Ciudad de Bagua Grande, Amazonas, 2020.

El esquema del diseño de la presente investigación es el siguiente:



Donde:

M: Muestra de la investigación.

Xi: Calidad de servicio al cliente.

O1: Resultado de la medición.

2.2. Población, muestra y muestreo

2.2.1. Población

Según Bernal (2010), define que “la población como la totalidad de elementos o individuos que tengan ciertas características similares y sobre las cuales se deseará hacer inferencia”. En este estudio la población estuvo conformado por 300 clientes que

acudieron al recreo marisquería Los Ficus en 10 días, a los cuales se les aplicó el instrumento estadístico.

2.2.2. Muestra

Para Vara (2012), “la muestra es el conjunto de casos extraídos de la población, seleccionados por algún método racional, siempre parte de la población”. A efectos que se llevó a cabo el presente estudio, la muestra de estudio estuvo conformada por los 108 clientes, que se obtuvo de la siguiente manera, aplicando la fórmula de población finita, para luego ajustar la muestra:

$$n = \frac{N \times Z_{\alpha}^2 \times p \times q}{e^2 \times (N - 1) + Z_{\alpha}^2 \times p \times q}$$

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * P * q}{d^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * P * q}$$

$$n = \frac{(300) * (1.96)^2 * 0.5 * 0.5}{(0.05)^2 * (300 - 1) + (1.96)^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = 168.6984015 \rightarrow 169 \text{ clientes.}$$

“La muestra se representó por 169 clientes las cuales podrán responder al cuestionario manifestado en la investigación. Donde $n/N > E$, donde se procedió al ajuste de muestra” (Carrasco, 2013).

$$\frac{n}{N} = \frac{169}{300} = 0.5633$$

Entonces 0.5633 es mayor que 0.05 en tal sentido se debe ajustar la muestra de acuerdo a la fórmula siguiente:

Dónde:

n_0 : Muestra ajustada

n : Muestra inicial

$$n_0 = \frac{n}{1 + \frac{n - 1}{N}}$$

N: Población

$$n_0 = \frac{169}{1 + \frac{169-1}{300}}$$

$$n_0 = 108.333$$

2.2.3. Muestreo

Según Vara (2012), el muestreo es “el proceso de extraer una muestra a partir de una población, por lo que en la presente investigación el tipo de muestreo que servirá para el desarrollo del estudio”, en este caso se utilizó un muestreo probabilístico aleatorio simple.

2.3. Determinación de variables

2.3.1. Variable de estudio: Calidad de servicio al cliente.

2.4. Métodos

Método descriptivo: Según Abreu (2014), “esté método buscará un conocimiento inicial de la realidad que se produce de la observación directa del investigador y del conocimiento que se obtendrá mediante la lectura o estudio de las informaciones aportadas por otros autores”. Este método descriptivo demandó la interpretación de la información siguiendo algunos requisitos del objeto de estudio sobre el cual se llevó a cabo la investigación.

Método deductivo: De acuerdo con Bernal (2010), define “el método deductivo es como la lógica que, partiendo de casos particulares, se elevará a deducciones o conocimientos generales”, por lo que en la investigación permitió la elaboración de teorías científicas, utilizándose en la revisión de las bases teorías y la presentación del informe final de la investigación.

Método inductivo: De acuerdo con Hernández & Méndez (2012), “este método se aplica en los principios descubiertos a casos particulares a partir de una relación de criterios”, por lo que permitió procesar, analizar e

interpretar los datos obtenidos de los instrumentos que se aplicarán en el estudio que sirvieron en la investigación.

Método analítico: Según Made & Nicolas (2006), este método se utilizó para analizar los datos que se recogieron de la presente investigación en la etapa de revisión de las bases teóricas e inferencia de la información del estudio, considerando que este método fue un procedimiento que parte de la separación de las partes esenciales del todo o del objeto de estudio para conocer sus funciones y elementos que comprenderán el todo.

2.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

2.5.1. Técnicas

La técnica aplicada para recolectar datos de la investigación fue la encuesta y el análisis documental con el fin de recopilar información relevante de los aspectos referentes a la variable de estudio.

2.5.2. Instrumentos

Los instrumentos para recolectar datos fueron el cuestionario y la guía de análisis documental. El primero para determinar el estado de la calidad de servicio al cliente del recreo marisquería Los Ficus, frente a los diferentes procesos de la calidad. El segundo para recolectar información mediante la exploración y análisis de datos acerca de las tendencias del mercado meta.

2.6. Análisis de datos

Para el análisis y poder tabular los datos se utilizó el programa de Excel 2013 para luego procesarlas en el programa estadístico del SPSS 22. Después de realizar el procesamiento de los resultados se analizó, interpretó y representó los datos, por medio de tablas, figuras y /o medidas de resumen 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 y recomendaciones.

2.6.1. Confiabilidad del instrumento

Se concretó por medio de la prueba estadística o coeficiente Alfa de Cronbach el mismo que dio un alto grado de confiabilidad de ,846 demostrando la confiabilidad del instrumento para la recolección de información en campo.

Confiabilidad del instrumento: calidad de servicio al cliente

Resumen del procesamiento de los casos

		N	%
Casos	Válidos	20	100,0
	Excluidos ^a	0	,0
	Total	20	100.0

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procesamiento.

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,846	20

III. RESULTADOS

3.1. Presentación y análisis

A continuación, se presenta el resultado encontrado en el análisis descriptivo de los datos generales.

3.1.1. Edades y sexo

Tabla 1

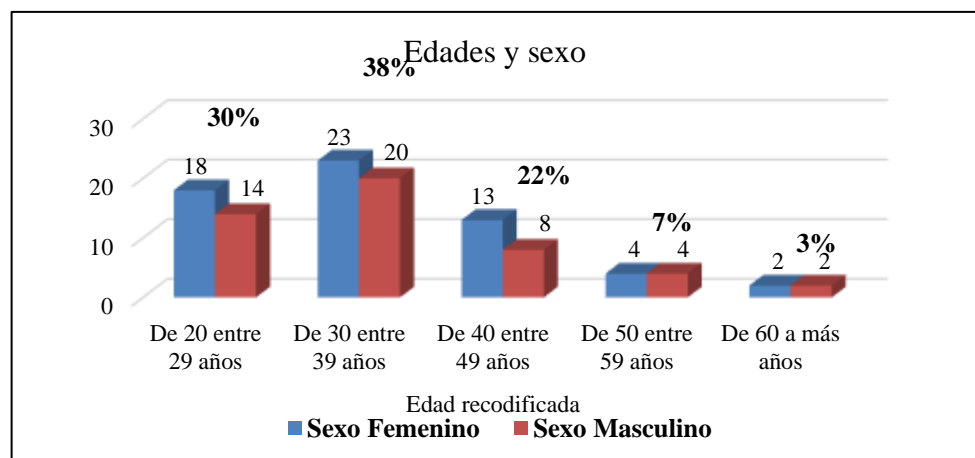
Edades y sexo de los clientes.

		Sexo		Total
		Femenino	Masculino	
Edad recodificada	De 20 entre 29 años	18	14	32
	De 30 entre 39 años	23	20	43
	De 40 entre 49 años	13	8	21
	De 50 entre 59 años	4	4	8
	De 60 a más años	2	2	4
Total		60	48	108

Fuente: Cuestionario de la calidad de Servicio dirigido a los clientes del recreo marisquería Los Ficus de la ciudad de Bagua Grande, Amazonas, 2020.

Figura 1

Edades y sexo de los clientes.



Fuente: Tabla 1.

En la tabla y figura 1 nos muestra que la población comprendida entre las edades de 30 a 39 años son los que concurren con mayor frecuencia al recreo marisquería Los Ficus de la ciudad de Bagua Grande, donde nos muestra equivalente al 30% de clientes encuestados entre mujeres y varones.

3.1.2. Análisis de la calidad de servicio al cliente en el Recreo Marisquería Los Ficus en la ciudad de Bagua Grande según sus dimensiones

A continuación, se presenta el resultado del primer objetivo específico: Analizar la calidad de servicio al cliente en el Recreo Marisquería Los Ficus en la ciudad de Bagua Grande, Amazonas, 2020.

3.1.2.1. Elementos tangibles en el recreo marisquería Los Ficus

Tabla 2

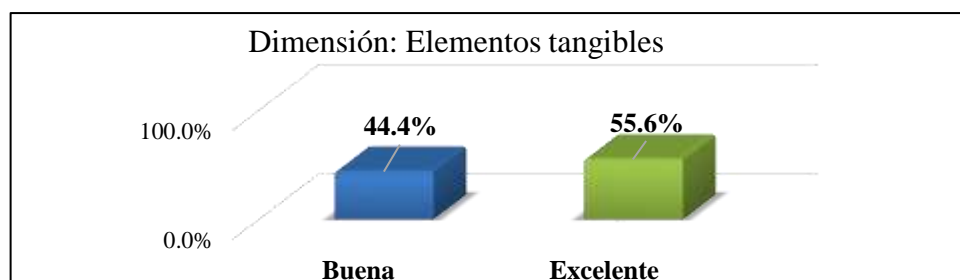
Nivel de los elementos tangibles en el recreo marisquería Los Ficus en la ciudad de Bagua Grande, Amazonas, 2020.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Buena	48	44.4%	44.4%	44.4
	Excelente	60	55.6%	55.6%	100.0
Total		108	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario.

Figura 2.

Nivel de los elementos tangibles en el recreo marisquería Los Ficus en la ciudad de Bagua Grande, Amazonas, 2020.



Fuente: Tabla 2.

Según la tabla y figura 2 nos indican que el 55.6% de los clientes afirman que los elementos tangibles perciben un nivel excelente con respecto que lucen visualmente atractivos mientras un 44.4% manifiesta que los elementos tangibles tienen nivel bueno de en lucir visualmente atractivos. En conclusión, el mayor porcentaje de clientes afirma que los elementos tangibles en el recreo marisquería Los Ficus indican que tiene un nivel excelente, es decir los elementos tangibles se encuentran limpias y atractivas para los clientes.

3.1.2.2. Fiabilidad en el recreo marisquería Los Ficus

Tabla 3

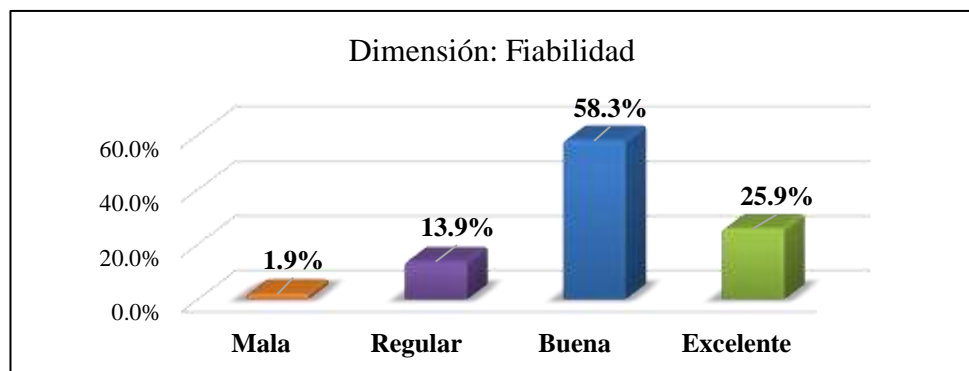
Nivel de fiabilidad en el recreo marisquería Los Ficus en la ciudad de Bagua Grande, Amazonas, 2020.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Mala	2	1.9%	1.9%	1.9%
	Regular	15	13.9%	13.9%	15.7%
	Buena	63	58.3%	58.3%	74.1%
	Excelente	28	25.9%	25.9%	100.0%
Total		108	100%	100%	

Fuente: Cuestionario.

Figura 3

Nivel de fiabilidad en el recreo marisquería Los Ficus en la ciudad de Bagua Grande, Amazonas, 2020.



Fuente: Tabla 3.

Según la tabla y figura 3 nos indican que el 1.9% de los clientes afirman que el recreo marisquería Los Ficus brindan una fiabilidad mala, el 13.9% afirman que brindan una fiabilidad regular, el 58.3% brindan una fiabilidad buena, mientras un 25.9% manifiesta que brindan una fiabilidad excelente. En conclusión, el mayor porcentaje de clientes afirma que el recreo marisquería Los Ficus de la ciudad de Bagua Grande tienen una fiabilidad de nivel buena.

3.1.2.3. Capacidad de respuesta en el recreo marisquería Los Ficus

Tabla 4

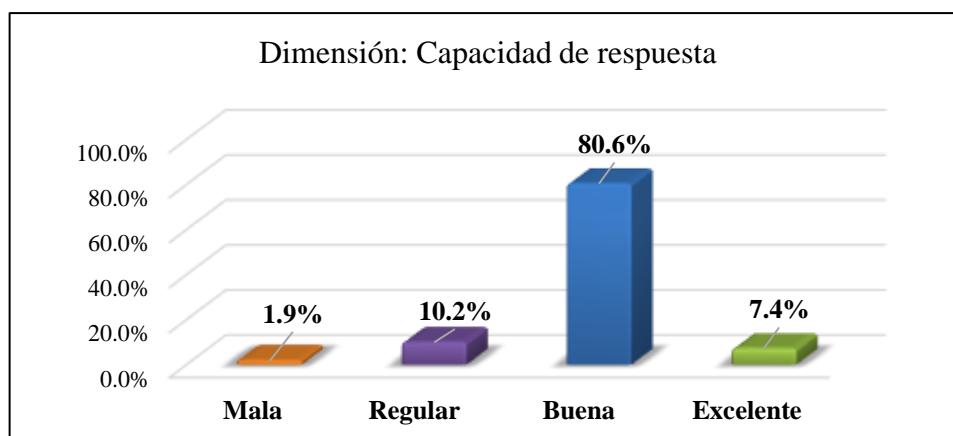
Nivel de capacidad de respuesta en el recreo marisquería Los Ficus en la ciudad de Bagua Grande, Amazonas, 2020.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Mala	2	1.9%	1.9%	1.9%
	Regular	11	10.2%	10.2%	15.7%
	Buena	87	80.6%	80.6%	74.1%
	Excelente	8	7.4%	7.4%	100.0%
Total		108	100%	100%	

Fuente: Cuestionario.

Figura 4

Nivel de capacidad de respuesta en el recreo marisquería Los Ficus en la ciudad de Bagua Grande, Amazonas, 2020.



Fuente: Tabla 4.

Según la tabla y figura 4 nos indican que el 1.9% de los clientes afirman que el recreo marisquería Los Ficus brindan una capacidad de respuesta de nivel mala, el 10.2% afirman que brindan capacidad de respuesta regular, el 80.6% brindan capacidad de respuesta buena, mientras un 7.4% manifiesta que brindan capacidad de respuesta excelente. En conclusión, el mayor porcentaje de clientes afirma que el recreo marisquería Los Ficus de la ciudad de Bagua Grande tienen una capacidad de respuesta de nivel buena, sin embargo, esta no resulta ser excelente.

3.1.2.4. Seguridad en el recreo marisquería Los Ficus

Tabla 5.

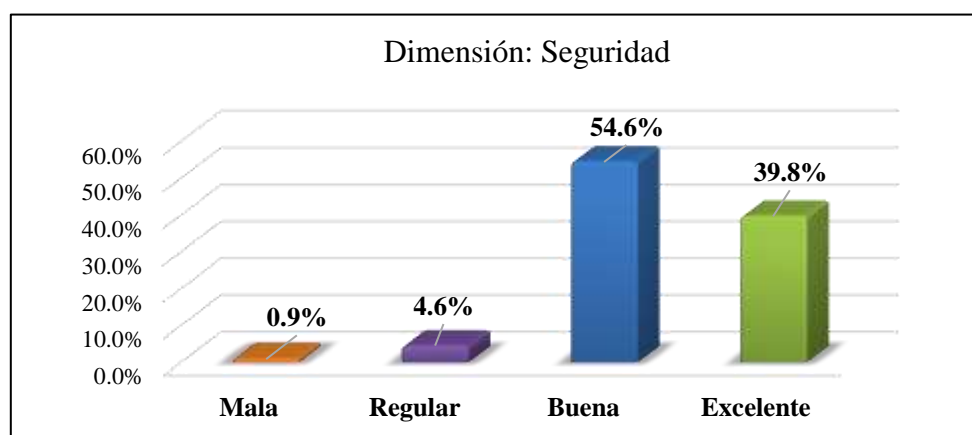
Nivel de seguridad en el recreo marisquería Los Ficus en la ciudad de Bagua Grande, Amazonas, 2020.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Mala	1	0.9%	0.9%	0.9%
	Regular	5	4.6%	4.6%	5.6%
	Buena	59	54.6%	54.6%	60.2%
	Excelente	43	39.8%	39.8%	100.0%
Total		108	100%	100%	

Fuente: Cuestionario.

Figura 5

Nivel de seguridad en el recreo marisquería Los Ficus en la ciudad de Bagua Grande, Amazonas, 2020.



Fuente: Tabla 5.

Según la tabla y figura 5 nos indican que el 0.9% de los clientes afirman que el recreo marisquería Los Ficus brindan seguridad de nivel mala, el 4.6% afirman que brindan seguridad regular, el 54.6% brindan seguridad buena, mientras un 39.8% manifiesta que brindan seguridad de nivel excelente. En conclusión, el mayor porcentaje de clientes afirma que el recreo marisquería Los Ficus de la ciudad de Bagua Grande tienen seguridad de nivel buena, sintiendo seguridad de parte de los clientes en todo lo que consumen.

3.1.2.5. Empatía en el recreo marisquería Los Ficus

Tabla 6

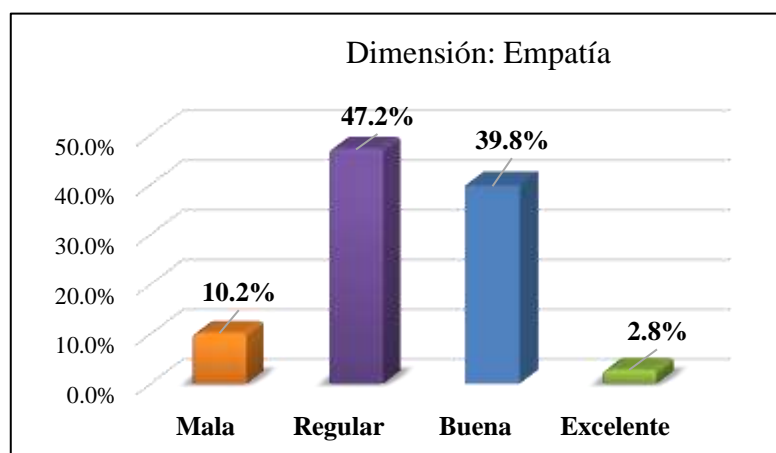
Nivel de empatía en el recreo marisquería Los Ficus en la ciudad de Bagua Grande, Amazonas, 2020.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Mala	11	10.2%	10.2%
	Regular	51	47.2%	57.4%
	Buena	43	39.8%	97.2%
	Excelente	3	2.8%	100.0%
Total	108	100%	100%	

Fuente: Cuestionario

Figura 6

Nivel de empatía en el recreo marisquería Los Ficus en la ciudad de Bagua Grande, Amazonas, 2020.



Fuente: Tabla 6.

Según la tabla y figura 6 nos indican que el 10.2% de los clientes afirman que el recreo marisquería Los Ficus brindan empatía de nivel mala, el 47.2% afirman que brindan empatía regular, el 39.8% brindan empatía buena, mientras un 2.8% manifiesta que brindan empatía de nivel excelente. En conclusión, el mayor porcentaje de clientes afirma que el recreo marisquería Los Ficus de la ciudad de Bagua Grande tienen empatía regular, es decir el personal que está en contacto con los clientes de a veces muestra interés en las necesidades de los clientes.

3.1.3. Análisis comparativo de las dimensiones de la calidad de servicio al cliente

A continuación, se presenta el resultado del segundo objetivo específico: Evaluar el nivel de la calidad de servicio al cliente en el Recreo Marisquería Los Ficus en la Ciudad de Bagua Grande, Amazonas, 2020.

Tabla 7

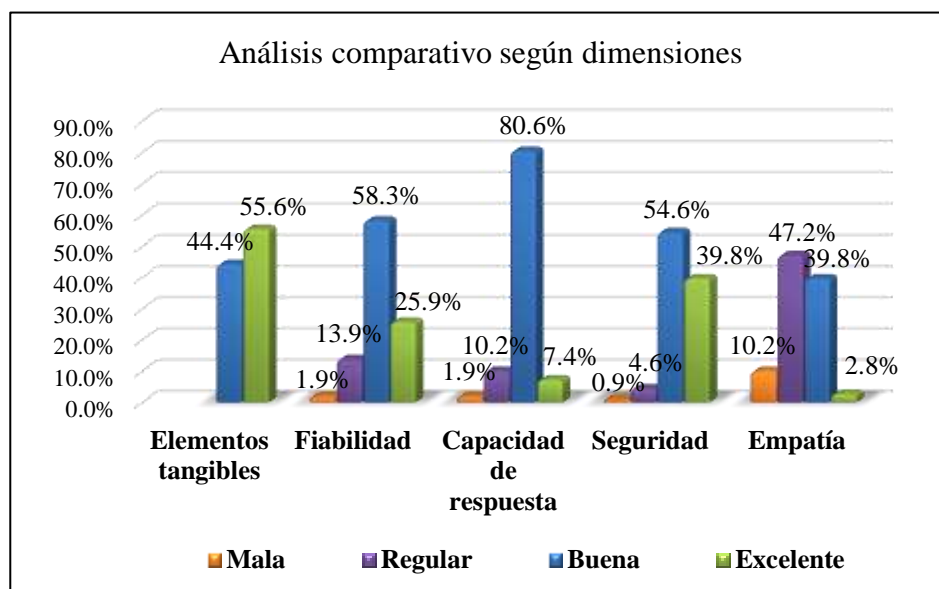
Nivel comparativo según dimensiones de la variable calidad de servicio al cliente en el Recreo Marisquería Los Ficus en la Ciudad de Bagua Grande, Amazonas, 2020.

	Dimensiones	Elementos tangibles	Fiabilidad	Capacidad de respuesta	Seguridad	Empatía
Nivel	Mala	0%	1.9%	1.9%	0.9%	10.2%
	Regular	0%	13.9%	10.2%	4.6%	47.2%
	Buena	44%	58.3%	80.6%	54.6%	39.8%
	Excelente	56%	25.9%	7.4%	39.8%	2.8%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fuente: Cuestionario

Figura 7.

Nivel comparativo según dimensiones de la variable calidad de servicio al cliente en el Recreo Marisquería Los Ficus en la Ciudad de Bagua Grande, Amazonas, 2020.



Fuente: Tabla 7.

Según la tabla y figura 7 nos indican que el recreo marisquería Los Ficus de la ciudad de Bagua Grande, en la dimensión elementos tangibles el mayor porcentaje prevalece el nivel excelente con 55.6% afirmando que los elementos tangibles lucen visualmente atractivos, es decir se encuentran limpias y atractivas para los clientes. En la dimensión fiabilidad el mayor porcentaje prevalece el nivel bueno con 58.3% afirmando que son confiables. En la dimensión capacidad de respuesta el mayor porcentaje prevalece el nivel bueno con 80.6%, sin embargo, esta no resulta ser excelente. En la dimensión seguridad el mayor porcentaje prevalece el nivel bueno con 54.6%, afirmando que los clientes sienten seguridad en todo lo que consumen. En la dimensión empatía el mayor porcentaje prevalece el nivel regular con 47.2%, afirmando que los clientes del recreo marisquería Los Ficus de la ciudad de Bagua Grande tienen empatía regular, es decir el personal que está en contacto con los clientes a veces muestra interés en las necesidades de los clientes.

IV. DISCUSIÓN

La presente investigación hace referencia a la calidad de servicio al cliente en el Recreo Marisquería Los Ficus de la Ciudad de Bagua Grande, Amazonas, 2020, considerando que la investigación desarrollada es de gran importancia, la calidad en el servicio al cliente es un pilar trascendental que es preciso y conveniente consumir dentro de cada empresa; sin atañer el tamaño, organización y ámbito de ordenamientos, demostrando capacidad competitiva de cada competencia, ya que al ser la primera imagen que se da a los clientes ayuda a mantenerse en la preferencia de los mismos, y si se llega a alterar pueden convertirse en una amenaza. Si bien es cierto, en muchas circunstancias el empleado no adecuado dentro de las organizaciones, de manera errónea afectan al desarrollo y crecimiento de las mismas, por consiguiente es esencial precisar la calidad de servicio al cliente, para poder establecer de manera idónea la manera más favorable de llevarlo a cabo todo el proceso de calidad, por lo que en la investigación se precisaron las dimensiones de la calidad de servicio al cliente que intervienen en esta investigación son los elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía.

Según los autores Parasuraman, Zeithmal y Berry (1988), “consideran que la calidad de servicio consiste en la discrepancia ente deseos de los usuarios acerca del servicio y la percepción del servicio recibido”.

Parasuraman et al., (1994), mencionan que:

“Las dimensiones a considerar dentro de la medición de la calidad, tradicionalmente se ha tenido en cuenta dos grandes tipos, por un lado las dimensiones intangibles, relativas a la interacción entre empleados y usuarios o como se presenta el servicio, como la fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía; y por otro lado las dimensiones tangibles, aspectos físicos del servicio o qué se ofrecen en la prestación del servicio”.

A continuación, se discuten los resultados proporcionados de acuerdo con la revisión bibliográfica y los objetivos planteados.

Los resultados obtenidos que se presentan del cuestionario desarrollado con una escala de Likert, la investigación fue realizada en el Recreo Marisquería Los Ficus de la Ciudad de Bagua Grande, con una muestra ajustada de 108 clientes.

En la investigación se determinó la calidad de servicio al cliente en el Recreo Marisquería Los Ficus de la Ciudad de Bagua Grande, Amazonas, 2020, alcanzando resultados con mayor porcentaje de clientes quienes afirman que el recreo marisquería Los Ficus de la ciudad de Bagua Grande tienen resultado de nivel regular y bueno, sin embargo la calidad de servicio no es excelente, es decir el personal que está en contacto con los clientes no muestra excelencia de interés en las necesidades de los clientes, de tal forma que esto indica que no se está prestando la debida atención la calidad de servicio brindado en su totalidad por parte del recreo marisquería Los Ficus, implicando que no cumple al 100% las necesidades de los clientes.

La variable calidad de servicio al cliente alcanzaron los siguientes datos, en la dimensión elementos tangibles el mayor porcentaje prevalece el nivel excelente con 55.6% afirmando que los elementos tangibles lucen visualmente atractivos, es decir se encuentran limpias y atractivas para los clientes. En la dimensión fiabilidad el mayor porcentaje prevalece el nivel bueno con 58.3% afirmando que tienen nivel bueno en confiables, enfatizando que son fiables en la solución de problemas que se presentan durante la atención, sin embargo, no tiene excelencia. En la dimensión capacidad de respuesta el mayor porcentaje prevalece el nivel bueno con 80.6%, considerando que los empleados cumplen en comunicar a los clientes en cuanto tiempo estará su carta de pedido y la disposición de ayudar a los clientes, sin embargo, esta no resulta ser excelente. En la dimensión seguridad el mayor porcentaje prevalece el nivel bueno con 54.6%, afirmando que los clientes sienten seguridad en todo lo que consumen y la seguridad de comportamiento y actitudes de los empleados en relación a los clientes. En la dimensión empatía el mayor porcentaje prevalece el nivel regular con 47.2%, afirmando que los clientes del recreo marisquería Los Ficus de la ciudad de Bagua Grande tienen empatía regular, es decir el personal que está en contacto con los clientes a veces muestra interés en las necesidades de los clientes, no brindando atención personalizada por parte de los empleados hacia los clientes.

Sobre la base de las consideraciones anteriores, se desprende que la calidad de servicio al cliente es una cultura, una forma de ser, de vivir, de actuar. La calidad existe cuando los componentes humanos de la organización manejan, intervienen y cultivan una sucesión de principios y valores cuyo fin último es la satisfacción de las necesidades del cliente. Lograr una cultura de calidad de servicio requiere que en cada recurso humano que integra la organización, se dé un cambio y el desarrollo de una serie de valores y actitudes. Una actitud lógica en relación con el enfoque orientado al consumidor, es ponerse siempre en el lugar de los demás; esto implica escuchar las opiniones del cliente, actuar en una forma que se resuelvan sus problemas y se satisfagan sus expectativas.

Según Pizzo (2013), menciona que:

“La calidad de servicio es el hábito desarrollado y practicado por una organización para interpretar las necesidades y expectativas de sus clientes y ofrecerles, en consecuencia, un servicio accesible, adecuado, ágil, flexible, apreciable, útil, oportuno, seguro y confiable, aún bajo situaciones imprevistas o ante errores, de tal manera que el cliente se sienta comprendido, atendido y servido personalmente, con dedicación y eficacia, y sorprendido con mayor valor al esperado, proporcionando en consecuencia mayores ingresos y menores costos para la organización”.

Parasuraman, Zeithaml, y Berry (1988), mencionan que “la calidad de servicio se basa en el paradigma de la disconformidad y es el resultado de comparar la percepción por el servicio recibido versus la expectativa del consumidor”.

V. CONCLUSIONES

- 1) En relación al objetivo general se determinó que la calidad de servicio al cliente que brinda el recreo marisquería Los Ficus, los resultados obtenidos según la percepción de los clientes encuestados manifiestan que tienen un nivel bueno, por lo que se puede decir que el servicio es de calidad ya que da cumplimiento de las expectativas de los clientes considerando que los mayores porcentajes en las 5 dimensiones de la variable de estudio se encuentran en las alternativas casi siempre y siempre, sin embargo la calidad de servicio al cliente no es de nivel excelente, ya que descuidan aspectos primordiales que conllevan a la organización al crecimiento y desarrollo competitivo.
- 2) En relación al primer objetivo específico se analizó la calidad de servicio al cliente en el Recreo Marisquería Los Ficus en la ciudad de Bagua Grande, la aplicación de la encuesta permitió identificar las diferentes percepciones que tienen los clientes y afirman que se percibe seguridad, amabilidad y confianza con sus colaboradores y clientes, enfatizando que el recreo marisquería cuenta con elementos tangibles que lucen visiblemente atractivos alcanzando un nivel excelente 55.6%, es decir se encuentran limpias y atractivas para los clientes. De acuerdo a la dimensión fiabilidad el mayor porcentaje prevalece el nivel bueno con 58.3% afirmando que son confiables. En la dimensión capacidad de respuesta el mayor porcentaje prevalece el nivel bueno con 80.6%, sin embargo, esta no resulta ser excelente. En la dimensión seguridad el mayor porcentaje prevalece el nivel bueno con 54.6%, afirmando que los clientes sienten seguridad en todo lo que consumen. En la dimensión empatía el mayor porcentaje prevalece el nivel regular con 47.2%, afirmando que los clientes del recreo marisquería Los Ficus de la ciudad de Bagua Grande tienen empatía regular, es decir el personal que está en contacto con los clientes a veces muestra interés en las necesidades de los clientes.
- 3) En relación al segundo objetivo específico se evaluó el nivel de la calidad de servicio al cliente en el Recreo Marisquería Los Ficus en la Ciudad de Bagua Grande, Amazonas, 2020, en donde se concluye que la calidad de servicio al cliente en el recreo marisquería se encuentra en un nivel bueno sobre la prestación del servicio al cliente, debido a algunas mejoras que vienen realizando para

atender mejor a sus clientes, considerando una atención personalizada, repercutiendo en los ingresos de la empresa y esta pueda lograr la fidelización de sus clientes, por ende podemos decir que la calidad del servicio al cliente es de nivel bueno considerando que esto influye en el nivel de satisfacción de los clientes en la ciudad de Bagua Grande.

- 4) En relación a la dimensión seguridad, se concluye que las medidas sanitarias de lucha contra el COVID-19, son indispensables para la protección de la vida y salud de trabajadores y clientes.

VI. RECOMENDACIONES

- 1) Se le sugiere al dueño y administrador del recreo marisquería Los Ficus de la ciudad de Bagua Grande debe prestar atención debida para con los resultados obtenidos de la encuesta realizada se realice su posterior implementación de una buena calidad de servicio y mejorar en la atención del cliente, considerando las dimensiones evaluadas que intervienen en la calidad de servicio al cliente y que el personal se sienta identificado con las necesidades de los clientes.
- 2) Diseñar capacitaciones orientados a mejorar la calidad de servicio al cliente en el recreo marisquería Los Ficus, enfatizando que todo el personal debe participara de dichas capacitaciones.
- 3) Deberían determinar un área específica considerando el número de mesas, con la intención de facilitar a que los empleados abarquen cada espacio sin tener confusiones y puedan conseguir atención personalizada.
- 4) Es preciso y trascendental que todos los empleados involucrados en el recreo marisquería Los Ficus, el dueño, administrador y colaboradores trabajen bajo los mismos conceptos sobre la calidad de servicio al cliente, teniendo en cuenta las necesidades y expectativas del cliente.
- 5) Se recomienda la instalación de lava manos automáticos, así como contar con equipos de protección personal para algún caso emergente considerando las medidas de seguridad sanitaria por emergencia de COVID-19.

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abad, P. (2009). *La metodología de los programas de investigación científica*. Ed. Alianza. Madrid.
- Alva, R. (2017). “*Evaluación del desempeño laboral de los trabajadores administrativos bajo el régimen laboral del Decreto Legislativo 276 de la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas, 2017*” [Tesis de pregrado, Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas]
<http://repositorio.untrm.edu.pe/bitstream/handle/UNTRM/1219/ROSAURA%20ALVA%20OLASCOAGA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Arias, F. (2012). *El Proyecto de Investigación: Introducción a la metodología científica*. 6ª Edición. Editorial: EPISTEME. Caracas -Venezuela.
- Ayala, T. M. y Pajuelo, S. O. (2018). “*La motivación y su influencia en el desempeño laboral de los colaboradores de los juzgados de subespecialidad comercial de la Corte Superior de Justicia de Lima, 2018*” [Tesis de pregrado, Universidad Tecnológica del Perú].
http://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/UTP/2304/4/Tania%20Ayala_Silvia%20Pajuelo_Tesis_Titulo%20Profesional_2018.pdf
- Bittel, L. (2000). *Administración de personal*. México: Pearson educación.
- Cadena, E. K. (2019). *La motivación y su relación con el desempeño laboral en la Empresa ENVATUB S.A. de la provincia de Pichincha* [Tesis de pregrado, Pontificia Universidad Católica del Ecuador].
<https://repositorio.pucesa.edu.ec/bitstream/123456789/2877/1/77044.pdf>
- Chiavenato, I. (2002). *Gestión del talento Humano*. Bogotá: McGraw-Hill.
- Chiavenato, I. (2011). *Administración de recursos humanos*. Editorial: Mc Graw-Hill/ Interamericana Editores, S.A. México.
- Chico, S. E. (2018). *Influencia de la motivación laboral en el desempeño de los empleados del área de canal de atención y promoción de servicios en una entidad financiera en Lima, 2018* [Tesis de pregrado, Universidad San Martín de Porres].
http://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/usmp/4362/chico_rse.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Dávila, G. (2006). *El razonamiento inductivo y deductivo dentro del proceso investigativo en ciencias experimentales y sociales*. Laurus, 12, 180-205.
- Freidin, B. (2007). “*El proceso de construcción del marco teórico en el diseño de una investigación cualitativa*”. En Ruth Sautu (comp.). *La práctica de la investigación cuantitativa y cualitativa. Articulación entre la teoría, los métodos, y las técnicas*. Buenos Aires: Lumiere.
- Gibson, J., Ivancevich, J. y Donnelly, J. (2001). “*Las organizaciones: comportamiento, estructura, procesos*”. (10ª ed.). Editorial: McGraw-Hill Interamericana. Santiago de Chile.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. (6a. ed. --.). Editorial: McGraw-Hill. México D.F.
- Ivancevich, J., Konopaske, R., y Matteson, M. (2006). *Comportamiento organizacional*. México: McGraw-Hill/Interamericana.
- Levin y Rubin. (1996). *Estadística para Administradores*. Prentice Hall S.A., 6a Ed., México.
- Maldonado, C., Navarro, I. y Radillo, K. (2006). *Teorías motivacionales y factor humano dentro del ámbito organizacional*. Revista Universitaria de la U.A.B.C., Octubre –Diciembre, p.p. 84-87. Recuperado de: <https://www.theibfr.com/download/riaf/2012-riaf/riaf-v5n4-2012/RIAF-V5N4-2012-10.pdf>
- Meléndez, C. G.; Pineda, S. L. y Solís, D. R. (2018). *Análisis de la Motivación y su influencia en el desempeño laboral de los empleados Administrativos del Grupo Industrial Agrosa, ubicado en la ciudad de León, durante el segundo semestre del año 2017* [Tesis de pregrado, Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua (UNAN-LEÓN.)]. <http://riul.unanleon.edu.ni:8080/jspui/bitstream/123456789/6850/1/240243.pdf>
- Ramírez, R.; Abreu, J. L. y Badii, M. H. (2008). *La motivación laboral, factor fundamental para el logro de los objetivos organizacionales: Caso empresa manufacturera de tuberías de acero*. Revista Internacional, journal of good conscience. México. <https://goo.gl/hLKA1S>
- Reategui, L. (2017). “*Influencia de la motivación en el desempeño laboral de los trabajadores de la Institución Educativa Integrado N° 0176 Ricardo Palma, de Huingoyacu, distrito San Pablo, provincia de Bellavista, región San*”

- Martín 2016*” [Tesis de posgrado, Universidad César Vallejo].
http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/935/reategui_al.pdf?sequence=1
- Reeve, J. (1994). *Motivación y emoción*. (1ª edición). Editorial: McGraw-Hill/Interamericana S.A. Madrid, España.
- Robbins, S., y Coulter, M. (2014). *Administración*. Editorial: Prentice Hall hispoamericana. México.
- Santacruz, J. A. (2017). *La influencia de la motivación en el desempeño laboral de los funcionarios del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, Administración Zonal Eloy Alfaro en el año 2016* [Tesis de pregrado, Universidad Central del Ecuador Sede Sur].
<http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/12711/1/T-UCE-018-003-2017.pdf>
- Steers, R. M., Porter, L. W. y Bigley, G. A. (2004). *Motivation and work behavior*. Editorial: McGraw-Hill. New York, NY.
- SUNARP (2020). *¿Qué hacemos?* Plataforma Digital Única del Estado Peruano. Recuperado de: <https://www.gob.pe/4139-superintendencia-nacional-de-los-registros-publicos-que-hacemos>
- Zeithaml, V. Parasuraman, A., y Berry, L. (1988). *SERVQUAL: A multiple Item. Scale for measuring customer perceptions of service quality*. Journal of Retailing, vol64, pp. 12-40.
- Zeithaml, V. Parasuraman, A., y Berry, L. (1994). *Reassessment of expectative as a comparison standard in measuring service quality: Implications for future research*. Journal of Marketing, vol58, pp. 111-124.
- Pizzo, M. (2013). *Construyendo una definición de Calidad en el Servicio*. Recuperado de: <http://comoservirconexcelencia.com/blog/construyendo-una-definicion-de-calidad-en-el-servicio/.html>

ANEXOS

ANEXO 1

CUESTIONARIO DE LA CALIDAD DE SERVICIO DIRIGIDO AL CLIENTE DEL RECREO MARISQUERÍA LOS FICUS DE LA CIUDAD DE BAGUA GRANDE, AMAZONAS, 2020.

Estimado cliente, el presente cuestionario es parte de una investigación de estudio: CALIDAD DE SERVICIO AL CLIENTE EN EL RECREO MARISQUERÍA LOS FICUS DE LA CIUDAD DE BAGUA GRANDE, AMAZONAS, 2020, que tiene por propósito Determinar la calidad de servicio al cliente en el Recreo Marisquería los Ficus de la Ciudad de Bagua Grande, Amazonas, 2020. La encuesta es totalmente confidencial y anónima. Así que le agradeceremos ser lo más sincero posible, sus respuestas, no serán utilizadas para ningún propósito distinto a la investigación.

Instrucciones: Lea atentamente y marque con una X en el casillero de su preferencia del ítem correspondiente, acorde a lo que piensa, para cada una de las siguientes interrogantes del cuestionario, utilizando la siguiente escala:

EDAD: **SEXO:** **FEMENINO**
 MASCULINO

Criterios de evaluación	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
	1	2	3	4	5

MOTIVACIÓN						
N°	ÍTEMS	VALORACIÓN				
		N	CN	AV	CS	S
DIMENSIÓN: ELEMENTOS TANGIBLES						
1.	¿Los materiales exteriores (paredes, pasadizo, ventanas, etc.) del recreo marisquería Los Ficus lucen visualmente atractivos?					

2.	¿Los materiales internos (áreas verdes, mesas, sillas, pisos, servicios básicos, platos, bandejas, insumos, etc.) del recreo marisquería Los Ficus lucen visualmente atractivos?				
3.	¿La presentación y variedad de los platillos llaman la atención?				
4.	¿Los empleados que trabajan en el recreo marisquería Los Ficus tienen apariencia pulcra y limpia?				
DIMENSIÓN: FIABILIDAD					
5.	¿Considera que los empleados realizan y brindan bien su servicio a la 1° vez?				
6.	¿Considera que el servicio que brinda concluye en el tiempo Prometido?				
7.	¿Considera que los insumos y el servicio que brindan es de calidad?				
8.	¿El recreo marisquería Los Ficus cumplen informando el término del servicio?				
DIMENSIÓN: CAPACIDAD DE RESPUESTA					
9.	¿El personal del recreo marisquería Los Ficus ayudan a los clientes con rapidez a sus peticiones?				
10.	¿El personal utilizan un lenguaje adecuado respondiendo a las preguntas del cliente?				
11.	¿Considera que la recepción de su pedido se realiza dentro del tiempo de atención de los pedidos?				
12.	¿Considera que el personal responde y realiza el servicio de manera inmediata?				
DIMENSIÓN: SEGURIDAD					
13.	¿El personal genera y trasmite amabilidad a los clientes?				
14.	¿La actitud de los empleados transmiten confianza?				
15.	¿Considera Ud. que los métodos de la preparación de los alimentos son de calidad?				

16.	¿Considera Ud. que el recreo marisquería Los Ficus cuentan con el conocimiento suficiente y necesario para la preparación de un buen producto?					
DIMENSIÓN: EMPATÍA						
17.	¿El personal comprende y se preocupa por el interés del cliente?					
18.	¿Considera Ud. que al momento de realizar el consumo en el recreo marisquería Los Ficus recibió atención personalizada?					
19.	¿Considera que la atención del personal hacia el cliente refleja una actitud de amabilidad?					
20.	¿Considera que los empleados comprenden las necesidades específicas de sus clientes?					

Gracias por su colaboración.

ANEXO 2

FICHA TÉCNICA: INSTRUMENTO DE MEDICIÓN DE LA CALIDAD DE SERVICIO DE LOS CLIENTES

1. NOMBRE DEL INSTRUMENTO:

Cuestionario de la calidad de servicio dirigido al cliente del recreo marisquería Los Ficus de la ciudad de Bagua Grande, Amazonas, 2020.

2. OBJETIVO DEL INSTRUMENTO:

Recabar información relevante sobre Determinar la calidad de servicio al cliente en el Recreo Marisquería Los Ficus de la Ciudad de Bagua Grande, Amazonas, 2020.

3. FUENTE DE PROCEDENCIA DEL DISEÑO DEL INSTRUMENTO:

- Autora: Yenifer Marimar Limay Bautista

4. POBLACIÓN OBJETIVO:

108 clientes del recreo marisquería Los Ficus de la ciudad de Bagua Grande, Amazonas, 2020.

5. MODO DE APLICACIÓN:

El instrumento de evaluación será aplicado por la tesista de manera personificada a cada cliente del recreo marisquería Los Ficus, con un tiempo de duración de 20 minutos aproximadamente a cada uno. Teniendo en cuenta la siguiente escala de valoración:

6. ESCALA DE VALORES:

Escala general:

NIVEL	VALOR	CÓDIGO	RANGO
Muy mala	1	N	(1 - 20)
Mala	2	CN	(21 - 40)
Regular	3	AV	(41 - 60)
Buena	4	CS	(61 - 80)
Excelente	5	S	(81 - 100)

Escala por dimensiones:

El cuestionario está constituido por 20 ítems distribuidos en 5 dimensiones. A continuación, se detallan:

- **Dimensión 1:** Elementos tangibles 4 ítems.
- **Dimensión 2:** Fiabilidad 4 ítems.
- **Dimensión 3:** Capacidad de respuesta 4 ítems.
- **Dimensión 4:** Seguridad 4 ítems
- **Dimensión 5:** Empatía 4 ítems

NIVEL	VALOR	CÓDIGO	RANGO
Muy mala	1	N	(1 - 4)
Mala	2	CN	(5 - 8)
Regular	3	AV	(9 - 12)
Buena	4	CS	(13 - 16)
Excelente	5	S	(17 - 20)

7. FIABILIDAD Y VALIDEZ

El instrumento obtuvo una fiabilidad y validez de contenido a través del método alfa de Cronbach el mismo que mostró una alta confiabilidad y validez con un puntaje promedio de ,846.

8. CAMPO DE APLICACIÓN:

Se aplicó en el recreo Marisqueria Los Ficus de la ciudad Bagua Grande, Amazonas, 2020.