

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



**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO**

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

**NIVEL DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE CON EL  
SERVICIO DE RESTAURANTES DURANTE EL  
PERIODO DE EMERGENCIA SANITARIA POR COVID  
19 EN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS, 2020**

**Autora:**

**Bach. Soveida Guevara Heredia**

**Asesor:**

**Dr. Edward Enrique Rojas de la Puente**

**Registro: (....)**

**CHACHAPOYAS - PERÚ  
2022**

## **DATOS DEL ASESOR**

### **Nombre y apellido:**

Dr. Edward Enrique Rojas de la Puente

### **DNI:**

26673622

### **Registro ORCID UNRL:**

<https://orcid.org/0000-0001-9026-1244>

## **Campos de la Investigación y el Desarrollo OCDE. Según Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE):**

5.00.00 -- Ciencias sociales

5.02.00 -- Economía, Negocios

5.02.04 -- Negocios, Administración

## **DEDICATORIA**

Dedico esta tesis principalmente a Dios, por haberme dado la vida y darme la fuerza para continuar en este proceso de obtener uno de los anhelos más deseados.

A mis padres Eugenio y Rosa quienes con su amor, trabajo y esfuerzo me han permitido llegar a cumplir hoy un sueño más. A mis hermanos y hermanas por su cariño y apoyo incondicional, durante todo este proceso, por estar conmigo en todo momento gracias.

## **AGRADECIMIENTO**

Quiero expresar mi gratitud a Dios, quien con su bendición llena siempre mi vida y a toda mi familia por estar siempre presentes.

Mi agradecimiento a las instituciones Iperu y Dircetur por abrirme las puertas y compartirme información.

De igual manera mis agradecimientos a la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas, a la facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, a la Escuela Profesional de Administración en Turismo, a mis profesores quienes con su enseñanza de sus valiosos conocimientos hicieron que pueda crecer día a día como profesional, gracias a cada uno de ustedes por su paciencia, dedicación y apoyo incondicional.

**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 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

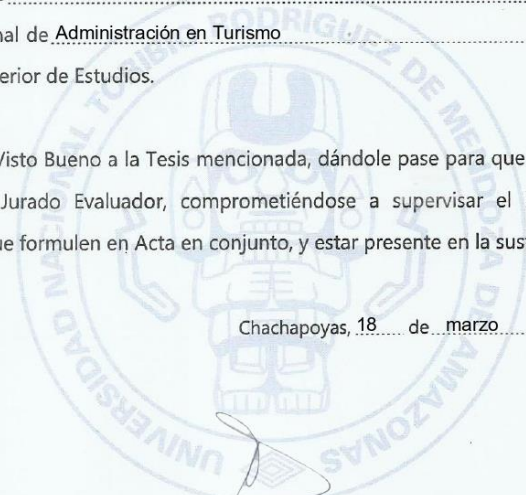
##### VISTO BUENO DEL ASESOR DE TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL

El que suscribe el presente, docente de la UNTRM (X )/Profesional externo ( ), hace constar que ha asesorado la realización de la Tesis titulada.....  
NIVEL DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE CON EL SERVICIO DE RESTAURANTES DURANTE EL PERIODO DE EMERGENCIA SANITARIA POR COVID 19 EN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS 2020 del egresado Soveida Guevara Heredia.....  
de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas.....  
Escuela Profesional de Administración en Turismo.....  
de esta Casa Superior de Estudios.

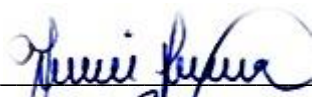
El suscrito da el Visto Bueno a la Tesis mencionada, dándole pase para que sea sometida a la revisión por el Jurado Evaluador, comprometiéndose a supervisar el levantamiento de observaciones que formulen en Acta en conjunto, y estar presente en la sustentación.

Chachapoyas, 18 de marzo ..... del 2022

.....  
Firma y nombre completo del Asesor



## JURADO EVALUADOR DE LA TESIS



---

Dra. Milena Leticia Weepiu Samekash

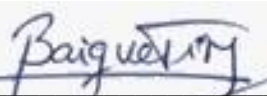
**Presidente**



---

Mg. Franklin Omar Zavaleta Chávez Arroyo

**Secretario**



---

Mg. Dennis Brayan Baique Timaná

**Vocal**

# CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD DE LA TESIS



**UNTRM**

## REGLAMENTO GENERAL

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

### ANEXO 3-0

#### CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD DE LA TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL

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

\*NIVEL DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE CON EL SERVICIO DE RESTAURANTES DURANTE EL PERIODO DE EMERGENCIA SANITARIA POR COVID 19 EN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS, 2022\*

presentada por el estudiante ( ) /egresado (x) SANCIZA GUEVARA HEREDIA

de la Escuela Profesional de ADMINISTRACION EN TURISMO

con correo electrónico institucional 7588439742@untrm.edu.pe

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

- La citada Tesis tiene 15 % 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, 22 de Abril del 2022



  
SECRETARIO

  
PRESIDENTE

  
VOCAL

OBSERVACIONES:

.....  
.....



# ACTA DE SUSTENTACIÓN DE LA TESIS



**UNTRM**

## REGLAMENTO GENERAL

PARA EL OTORGAMIENTO DEL GRADO ACADÉMICO DE BACHILLER, MAESTRO 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 17 de MAYO del año 2022, siendo las 10:00 horas, el aspirante: BACH. SOVELIDA GUEVARA HEREDIA, defiende en sesión pública presencial ( ) / a distancia (x) la Tesis titulada: NIVEL DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE CON EL SERVICIO DE RESTAURANTE DURANTE EL PERIODO DE EMERGENCIA SANITARIA POR COVID 19 EN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS 2020, teniendo como asesor a DR. EDUARDO ENRIQUE ROSAS DE LA PUENTE, para obtener el Título Profesional de ADMINISTRACIÓN EN TURISMO, a ser otorgado por la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas; ante el Jurado Evaluador, constituido por:

Presidente: DRA. MELBA LETICIA WEPALI SANCHEZ #

Secretario: MG. FRANKLIN GILAR ZAVALETA CHAVEZ ARROYO

Vocal: MG. DENNIS BRAYAN BAIQUE JIJANA

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 (  ) 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 11:05 horas del mismo día y fecha, el Jurado Evaluador concluye el acto de sustentación de la Tesis para obtener el Título Profesional.

SECRETARIO

PRESIDENTE

VOCAL

OBSERVACIONES:

## ÍNDICE

DATOS DEL ASESOR .....	ii
DEDICATORIA.....	iii
AGRADECIMIENTO .....	iv
AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRÍGUEZ DE MENDOZA DE AMAZONAS .....	v
VISTO BUENO DEL ASESOR DE LA TESIS .....	vi
JURADO EVALUADOR DE LA TESIS.....	vii
CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD DE LA TESIS.....	viii
ACTA DE SUSTENTACIÓN DE LA TESIS.....	ix
ÍNDICE .....	x
ÍNDICE DE TABLAS .....	xii
ÍNDICE DE FIGURAS .....	xv
RESUMEN .....	xvi
ABSTRACT.....	xvii
<b>I. INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>18</b>
<b>II. MATERIAL Y MÉTODOS .....</b>	<b>24</b>
2.1. Objeto de estudio .....	24
2.2. Variable de estudio .....	24
2.3. Tipo de estudio.....	24
2.4. Diseños de la investigación.....	25
2.5. Población.....	25
2.6. Muestra y muestreo.....	25
2.7. Métodos, técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	26
2.7.1. Métodos.....	26
2.7.2. Técnicas e instrumentos.....	27
2.8. Análisis de datos .....	28

<b>III. RESULTADOS.</b> .....	<b>29</b>
3.1. Diagnóstico del servicio de restaurantes durante el periodo de emergencia sanitaria por Covid 19 en la ciudad de Chachapoyas 2020. ....	29
3.2. Factores de servicio de restaurantes que influyen en la satisfacción del cliente durante el periodo de emergencia sanitaria por Covid 19 en la ciudad de Chachapoyas 2020. ....	42
3.3. Nivel de satisfacción del cliente con el servicio de restaurantes durante el periodo de emergencia sanitaria por Covid 19 en la ciudad de Chachapoyas 2020.....	46
<b>IV. DISCUSIÓN</b> .....	<b>49</b>
<b>V. CONCLUSIONES</b> .....	<b>52</b>
<b>VI. RECOMENDACIONES</b> .....	<b>53</b>
<b>VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b> .....	<b>54</b>
<b>ANEXOS</b> .....	<b>57</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1.</b> Criterio de evaluación según el coeficiente de correlación de Pearson.....	28
<b>Tabla 2.</b> Nivel de aceptación en la prestación del servicio de restaurantes durante el periodo de emergencia sanitaria por Covid 19 en la ciudad de Chachapoyas .....	29
<b>Tabla 3.</b> Nivel de aceptación de los elementos tangibles en la prestación del servicio de restaurantes durante el periodo de emergencia sanitaria por Covid 19 en la ciudad de Chachapoyas .....	29
<b>Tabla 4.</b> Nivel de fiabilidad en la prestación del servicio de restaurantes durante el periodo de emergencia sanitaria por Covid 19 en la ciudad de Chachapoyas .....	30
<b>Tabla 5.</b> Nivel de capacidad de respuesta de los colaboradores en la prestación del servicio de restaurantes durante el periodo de emergencia sanitaria por Covid 19 en la ciudad de Chachapoyas.....	30
<b>Tabla 6.</b> Nivel de seguridad en la prestación del servicio de restaurantes durante el periodo de emergencia sanitaria por Covid 19 en la ciudad de Chachapoyas .....	31
<b>Tabla 7.</b> Nivel de empatía de los colaboradores en la prestación del servicio de restaurantes durante el periodo de emergencia sanitaria por Covid 19 en la ciudad de Chachapoyas .....	31
<b>Tabla 8.</b> Género de los encuestados .....	32
<b>Tabla 9.</b> Edad de los encuestados .....	32
<b>Tabla 10.</b> Tipo de restaurante en el que generalmente consume .....	33
<b>Tabla 11.</b> Tipo de servicio de los restaurantes durante la pandemia .....	33
<b>Tabla 12.</b> Tipo de pago que utiliza durante la pandemia .....	34
<b>Tabla 13.</b> Los equipos del establecimiento son los adecuados para la atención en este periodo de pandemia.....	34
<b>Tabla 14.</b> Las instalaciones del restaurante en donde consume son atractivas visualmente para usted .....	35
<b>Tabla 15.</b> El personal que lo atendió estaba debidamente uniformado para prevenir el contagio.....	35
<b>Tabla 16.</b> Cuando solicita un pedido le han atendido oportunamente durante la pandemia .....	36
<b>Tabla 17.</b> Los restaurantes respetan sus horarios según lo planificado durante la prestación del servicio .....	36
<b>Tabla 18.</b> Los restaurantes solucionan un problema de manera oportuna .....	37
<b>Tabla 19.</b> El personal que le atiende tiene una comunicación adecuada con usted .....	37

<b>Tabla 20.</b> Los restaurantes tuvo un servicio rápido y oportuno cuando solicita un pedido .....	37
<b>Tabla 21.</b> El personal de los restaurantes siempre están dispuestos ayudar a sus clientes .....	38
<b>Tabla 22.</b> El personal que le atiende en los restaurantes están siempre dispuesto responder sus preguntas.....	38
<b>Tabla 23.</b> Los restaurantes transmiten confianza en la prestación de su servicio durante el Covid 19.....	39
<b>Tabla 24.</b> Como cliente se siente seguro de hacer pago digital a los restaurantes.....	39
<b>Tabla 25.</b> El personal que le atiende siempre es amable con usted .....	40
<b>Tabla 26.</b> Considera que los restaurantes tienen los conocimientos necesarios para dar una atención de calidad.....	40
<b>Tabla 27.</b> El personal de los restaurantes siempre está atento a sus requerimientos .....	40
<b>Tabla 28.</b> Cree que los restaurantes se preocupan por el bienestar de sus clientes.....	41
<b>Tabla 29.</b> La atención de los restaurantes es individualizada .....	41
<b>Tabla 30.</b> El horario de atención de los restaurantes es conveniente para sus clientes..	41
<b>Tabla 31.</b> Prueba de normalidad de las variables de estudio .....	42
<b>Tabla 32.</b> Relación entre la satisfacción del cliente y la prestación del servicio de los restaurantes de la ciudad de Chachapoyas durante la pandemia 2020 .....	43
<b>Tabla 33.</b> Relación entre la satisfacción del cliente y el uso de los elementos tangibles en la prestación del servicio de los restaurantes de la ciudad de Chachapoyas durante la pandemia 2020.....	43
<b>Tabla 34.</b> Relación entre la satisfacción del cliente y la fiabilidad del servicio de los restaurantes de la ciudad de Chachapoyas durante la pandemia 2020 .....	44
<b>Tabla 35.</b> Relación entre la satisfacción del cliente y la capacidad de respuesta de los colaboradores durante la prestación del servicio de los restaurantes de la ciudad de Chachapoyas durante la pandemia 2020.....	44
<b>Tabla 36.</b> Relación entre la satisfacción del cliente y la seguridad del servicio de los restaurantes de la ciudad de Chachapoyas durante la pandemia 2020 .....	45
<b>Tabla 37.</b> Relación entre la satisfacción del cliente y la empatía de los colaboradores durante la prestación del servicio de los restaurantes de la ciudad de Chachapoyas durante la pandemia 2020 .....	45
<b>Tabla 38.</b> Nivel de satisfacción del cliente según la calidad del producto ofertado por los restaurantes de la ciudad de Chachapoyas durante la pandemia 2020 .....	46

<b>Tabla 39.</b> Nivel de satisfacción según el cumplimiento de expectativas de los clientes por los restaurantes de la ciudad de Chachapoyas durante la pandemia 2020.....	47
<b>Tabla 40.</b> Nivel de satisfacción del cliente con el servicio de restaurantes durante el periodo de emergencia sanitaria por Covid 19 en la ciudad de Chachapoyas 2020.....	48

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1.</b> Nivel de satisfacción del cliente según la calidad del producto ofertado por los restaurantes de la ciudad de Chachapoyas durante la pandemia 2020 .....	46
<b>Figura 2.</b> Nivel de satisfacción según el cumplimiento de expectativas de los clientes por los restaurantes de la ciudad de Chachapoyas durante la pandemia 2020.....	47
<b>Figura 3.</b> Nivel de satisfacción del cliente con el servicio de restaurantes durante el periodo de emergencia sanitaria por Covid 19 en la ciudad de Chachapoyas 2020.....	48

## RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo principal determinar el nivel de satisfacción del cliente con el servicio de restaurantes durante el periodo de emergencia sanitaria por Covid 19 en la ciudad de Chachapoyas 2020. La metodología se basó en un estudio básico, descriptivo, correlacional, cuantitativo con diseño experimental transeccional. Los resultados describen que el nivel de aceptación de los clientes con la prestación del servicio de restaurantes durante el periodo de emergencia sanitaria por Covid 19 resultó medio con 94.9%, al igual que con los elementos tangible 91.5%, fiabilidad 94.9%, capacidad de respuesta 94.9%, seguridad 91.5% y empatía 94.9%. Así mismo, los clientes generalmente consumen en restaurantes que expenden comida nacional 32.2% y los que ofertan pollos y parrillas 27.1%; el pago en efectivo fue el preferido 66.1%, seguido del yape 28.8%. Los factores que más influyeron en la satisfacción del cliente fueron el uso adecuado de los elementos tangibles 13.03%, la seguridad 9.92% y la empatía del personal 10.50%; y en menor medida la capacidad de respuesta de los colaboradores con 5.76% y la fiabilidad con 4%. Se concluye que el nivel de satisfacción del cliente con el servicio de restaurantes durante el periodo de emergencia sanitaria por Covid 19 en la ciudad de Chachapoyas 2020, fue medio con 78%, al igual que en la calidad del producto ofertado 64.4% y el cumplimiento de expectativas 98.3%

**Palabras clave:** Satisfacción del Cliente, Servicio de restaurantes, Covid 19



## **ABSTRACT**

The main objective of the research was to determine the level of customer satisfaction with the restaurant service during the Covid 19 health emergency in the city of Chachapoyas 2020. The methodology was based on a study basic, descriptive, correlational, quantitative, quantitative study with a transectional experimental design. The results describe that the level of customer acceptance of the restaurant service provided during the period of health emergency by Covid 19 was medium with 94.9%, as well as with the tangible elements 91.5%, reliability 94.9%, responsiveness 94.9%, safety 91.5% and empathy 94.9%. Likewise, clients generally consume in restaurants that sell national food 32.2% and those that offer chicken and grills 27.1%; cash payment was the preferred method 66.1%, followed by Yape 28.8%. The factors that most influenced customer satisfaction was the adequate use of tangible elements 13.03%, security 9.92% and staff empathy 10.50%; and to a lesser extent the responsiveness of the personal with 5.76% and reliability with 4%. It is concluded that the level of customer satisfaction with the restaurant service during the period of the Covid 19 health emergency in the city of Chachapoyas 2020, were medium with 78%, as was the quality of the product offered 64.4% and the fulfillment of expectations 98.3%.

***Keywords:*** Customer Satisfaction, Restaurant Service, Covid 19

## I. INTRODUCCIÓN

La prestación de servicios de los restaurantes en los últimos años se ha visto alterado por el nivel de exigencia de los clientes, considerando de que estos buscan cada vez más que los establecimientos cumplan con los estándares de calidad en comparación con la competencia. A esta problemática se suman los eventos que condicionan la prestación de servicios como la pandemia recientemente propagada a nivel mundial, que ha restringido y modificado el tipo de atención a los clientes en los restaurantes, considerando que la salud de los comensales podía verse afectado por el contagio de Covid 19 si no tenían en cuenta los equipos de protección adecuado, la limpieza de los materiales y utensilios, el manejo en la toma de pedidos, entre otros.

En el mundo es de común entendimiento mencionar que la calidad del servicio es uno de los pilares primordiales para promover la competitividad y construcción participe de las empresas en el mercado objetivo, hecho que influye en el desarrollo innovador de productos y oferta de servicios, que se encuentran inmersos cada vez más en los mercados exigentes y altamente competitivos. En ese contexto los líderes organizacionales se preocupan por encontrar mecanismos y desarrollar acciones estratégicas que permitan mejorar sus estándares de atención y con ello estar a la vanguardia del mercado, lo que permite coadyuvar a la satisfacción del cliente a la vez que mejora el posicionamiento de la empresa (Monroy & Urcádiz, 2019).

El algunos países las condiciones u opiniones son más estrictas con la prestación del servicio durante la pandemia, es el caso de Canadá quien según un estudio desarrollado por Angus Reid se evidenció en mayor proporción que los canadienses evitan ir a los establecimientos porque estos no se encuentran preparados estructuralmente para dar confianza durante el servicio ya sea porque no cuentan con una infraestructura adecuada en un 26% o porque los colaboradores no se encuentran preparados para atender según las nuevas exigencias de bioseguridad con 10, además existe una razón no revelada del 22% de los clientes para no asistir durante un periodo de tiempo largo a los restaurantes. En ese sentido, afirma que existe un reto amplio de las empresas cuando empiecen abrir sus establecimientos para poder recuperar la confianza de sus clientes. Por otro lado, si bien es cierto existe un porcentaje representativo de la población entre 18 y 34 años que sigue pidiendo delivery a los restaurantes; sin embargo, día a día ha ido en descenso (Toneguzzi, 2020).

Según Morillo y Landaeta (2015) en Latinoamérica;

“Las empresas de servicios se ven afectadas por los cambios en la dinámica de la sociedad moderna de todo el mundo, nacional y regional. Es un vínculo afectado por el medio ambiente, con una gran capacidad competitiva del mercado y la fuerza laboral basada en el talento humano. Sin embargo, las instituciones pueden proporcionar el mismo tipo de servicio, pero no les proporcionan la misma calidad, el proveedor es un cliente, servicio líder, residentes principales o referencias de clientes. Sus necesidades, expectativas y conciencia del servicio. Por lo tanto, es necesario proporcionar servicios de calidad, conocer las necesidades y expectativas del fallo (clientes externos), así como medir su conciencia del servicio en general. Actualmente, la calidad del servicio es la mayor diferencia y la ventaja competitiva más fuerte, por lo que proporcionar un alto nivel de calidad de servicio constituye una estrategia básica para el éxito y la existencia. De la empresa en el entorno competitivo actual”

En nuestro país según la Cámara de Comercio de Lima y la Asociación de Restaurantes y Afines están en funcionamiento alrededor de 200 000 establecimiento de alimentación, lo que significa que los empleos generados se proyectan alrededor de 1 000 000 de colaboradores en el entorno nacional. En ese contexto desde que empezó la pandemia Covid 19 los restaurantes no han tenido mejores porcentajes en su demanda, acción que ha impactado en la economía no solo de las empresas sino también en el de los colaboradores. Así mismo, existen negocios que se van a ir reinventando e innovando con el apoyo de las medidas y estrategias implementadas por el gobierno, pero por otro lado existen restaurantes que se enfocan a la prestación de servicios a turistas, los mismos que por las restricciones ya no ingresan al país, esta problemática se ha convertido en un reto complejo para las empresas que expenden comidas y bebidas (Regalado, 2020).

Según Chick *et al.* (2020);

"El factor más desafiante en la industria de los restaurantes no son las grandes cadenas de comida rápida o el aumento en el uso de aplicaciones móviles de entrega de alimentos, sino el resultado de la gran cantidad de clientes. La pandemia de COVID-19 ha obligado a todas las empresas a pensar de manera

diferente y ha marcado la dirección del futuro Digitalización Confort y seguridad, estos son los tres componentes esenciales del restaurante del futuro. Lo anterior indica que se mantendrán los hábitos de consumo adoptados durante la pandemia del COVID-19, y para recuperar la confianza de los clientes se requiere un buen proceso asistencial y una buena comunicación. El 87% de los clientes prefieren restaurantes donde las superficies se limpien después de cada uso. El 85% valora positivamente los sitios donde se aprecian prácticas de higiene y el 84% elige sitios con certificado oficial de higiene”.

En el departamento de Amazonas el nivel de satisfacción de los visitantes comúnmente ha sido medio en un 78.7% en los nacionales y en un 82.1% en los turistas extranjeros siendo las características más representativas de esta satisfacción el sabor de la comida con 79.8% y los que menos aceptabilidad han tenido son la rapidez en atención con 73.1%, el estado situacional de los servicios higiénicos con 74% y la limpieza e higiene en general con 76.3% (Mincetur, 2019). Estos datos demuestran que los restaurantes que prestan servicios en nuestro destino Amazonas y principalmente en la ciudad de Chachapoyas aún muestran deficiencia en sus servicios; a esto se suma los nuevos protocolos de atención generados por la pandemia. Estos datos proyectan la necesidad que tienen las empresas dedicadas a este rubro a cambiar sus estrategias y acciones para recibir y prestar servicios a los nuevos clientes con comportamientos más exigentes en salud y seguridad

Los estudios que se han considerado como antecedentes en la presente investigación fueron:

En el contexto internacional se tuvo en cuenta a:

López (2018), en su estudio acerca de la eficacia del servicio y la complacencia de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil, tuvo como propósito comprobar la correspondencia de las variables de estudio. La metodología se basó en un estudio básico, de carácter descriptivo, correlacional, cuantitativo y no experimental; haciendo uso del cuestionario para recolectar la información. Los resultados exponen una correspondencia directa entre la eficacia del servicio y la complacencia de los clientes del establecimiento de alimentación estudiado. Concluye que los colaboradores de la empresa no se encuentran capacitados para

brindar un servicio de calidad, por lo que recomiendan implementar un plan de fortalecimiento de capacidades para el personal.

Ávila y Zambrano (2017) a través de su estudio concerniente a la estimación del estado presente de los prestadores de servicios turísticos que se encuentran en el Cantón Isabela y su incidencia en la satisfacción de los turistas, tuvo como objetivo principal estudiar las experiencias y las capacidades de los colaboradores de las empresas, en relación a la prestación del servicio turístico en el Cantón Isabela. La investigación se proyectó como básica, descriptiva y cualitativa con un diseño no experimental. En sus resultados expone que el nivel de capacitación de los colaboradores en la prestación del servicio, permite un cumplimiento de las metas y objetivos organizacionales de manera eficiente y que el conocimiento del idioma inglés es preponderante para el manejo y comunicación adecuada con los clientes. Concluye que existe una necesidad perenne de los colaboradores para capacitarse y mejorar de forma significativa en sus habilidades y destrezas.

Barragán (2016) mediante su investigación referente al estudio de calidad del servicio y prestación del servicio al cliente en Azuca Beach, Azuca Bistro y Q Restaurant, tuvo como objetivo estudiar la calidad del servicio y prestación del servicio al cliente en Azuca Beach, Azuca Bistro y Q Restaurant. El estudio fue básico, descriptivo y no experimental. Los resultados exponen que el nivel de calidad en la prestación del servicio fue medio, considerado al cliente como el aspecto más relevante para la organización. Concluyó que existe una clara necesidad de capacitación a los colaboradores, con el objetivo de mejorar la prestación del servicio y cumplir de forma efectiva las metas propuestas.

Dentro del contexto nacional se consideró a:

Vásquez (2017) a través de su estudio acerca de la percepción de la calidad de servicio en los restaurantes de los hoteles de cuatro estrellas en Miraflores, buscó analizar la calidad del servicio en los restaurantes ubicados dentro de los hoteles de cuatro estrellas de Miraflores, para lo cual fundamentó la metodología en un estudio básico, descriptivo, mixto y no experimental. Los resultados demuestran que los clientes estuvieron muy satisfechos con el servicio que brinda la empresa, los líderes de área afirmaron la preocupación por mantener un alto nivel en la atención por lo que siempre la percepción es alta. Concluyó que el nivel de servicio al cliente

es alto, lo que permite cumplir de manera eficiente con las expectativas de los comensales, hecho que le ha permitido posicionarse significativamente en el mercado.

Boyer (2018) mediante su estudio referente al nivel de satisfacción del turista ecuatoriano en correlación con el servicio de establecimiento de restaurant en el Distrito de Zorritos junio – 2016, planteó como objetivo determinar el nivel de satisfacción de los visitantes ecuatorianos con la prestación del servicio de alimentación en los restaurantes del distrito Zorritos en Tumbes. La metodología se basó en un estudio básico, descriptivo y no experimental. Los resultados expusieron que la atención de los restaurantes del distrito es sumamente aceptable lo que ha permitido que estos recomienden su visita. Concluyó que el nivel de atención al cliente en los restaurantes es muy bueno.

Quispe (2017) mediante su investigación concerniente al nivel de complacencia de los visitantes en la ruta Cusco-Puno de la empresa de transporte turístico Cusco Coaching 2017, consideró como objetivo medir el nivel de complacencia de los visitantes por servicios obtenidos en la ruta Cusco-Puno. El estudio fue básico, descriptivo con diseño no experimental. Los resultados demostraron que la empresa está cumpliendo en mayor medida con las expectativas de los clientes. Concluyendo que el nivel de satisfacción con los servicios de la empresa de transportes es muy bueno, generando buena relación con los visitantes.

Choque (2017) a través de su estudio referido a la disposición de servicio y su dominio en la complacencia del cliente de la empresa la frontera S.A.C. – 2016, planteó como objetivo establecer la correspondencia de las variables estudiadas; para lo cual basó el estudio en una investigación básica, descriptiva, correlacional, cuantitativo y de enfoque mixto. Los resultados demostraron que los clientes están satisfechos con los servicios recibidos por parte de la empresa. Concluyó que existe una incidencia positiva significativa del servicio prestado por el establecimiento en la satisfacción de los clientes.

En el plano local se tuvo en cuenta a:

Goicochea (2014) mediante su tesis concerniente a la calidad en la prestación de servicio de los restaurantes de la ciudad de Pedro Ruíz Gallo Distrito de Jazán,

Provincia de Bongará – Amazonas 2013; planteó como objetivo evaluar la calidad en la prestación de servicio en los restaurantes de la ciudad de Pedro Ruiz Gallo distrito de Jazán. El estudio se basó en una investigación pura, de carácter descriptiva, transeccional y no experimental. Los resultados exponen que existe una deficiencia significativa en la prestación de servicios de los restaurantes, encontrando según la opinión de los clientes una pequeña insatisfacción. Las conclusiones describen que es necesario plantear estrategias para mejorar la calidad de los servicios ofertados y así ser más competitivos en el mercado.

Vásquez (2015) mediante su estudio acerca de la incidencia del clima laboral en la calidad del servicio del restaurante la Tushpa en la ciudad de Chachapoyas, 2015; tuvo como objetivo principal conocer la incidencia del clima laboral en la calidad del servicio del restaurante la Tushpa en la ciudad de Chachapoyas, 2015. El estudio fue básico, descriptivo y de diseño no experimental transeccional. Los resultados muestran que los clientes están satisfechos con la prestación del servicio, ya que la empresa considera a estos como el fin principal. Concluyó que existe una incidencia positiva significativa, evidenciando que el comportamiento de los colaboradores es fundamental para la satisfacción de los clientes.

La presente investigación tuvo como problema principal ¿Cuál es el nivel de satisfacción del cliente con el servicio de restaurantes durante el periodo de emergencia sanitaria por Covid 19 en la ciudad de Chachapoyas 2020?. La hipótesis fue, el nivel de satisfacción del cliente con el servicio de restaurantes durante el periodo de emergencia sanitaria por Covid 19 en la ciudad de Chachapoyas 2020, es medio. El objetivo principal fue determinar el nivel de satisfacción del cliente con el servicio de restaurantes durante el periodo de emergencia sanitaria por Covid 19 en la ciudad de Chachapoyas 2020. Y como objetivos específicos se planteó: a) Realizar un diagnóstico del servicio de restaurantes durante el periodo de emergencia sanitaria por Covid 19, b) Identificar los factores de servicio de restaurantes que influyen en la satisfacción del cliente durante el periodo de emergencia sanitaria por Covid 19 c) Establecer el nivel de satisfacción del cliente con el servicio de restaurantes durante el periodo de emergencia sanitaria por Covid 19.

## II. MATERIAL Y MÉTODOS

### 2.1. Objeto de estudio

La investigación sobre el nivel de satisfacción del cliente con el servicio de restaurantes se llevó a cabo en la ciudad de Chachapoyas, Amazonas durante el periodo de Covid 19 del 2020.

### 2.2. Variable de estudio

#### Variable 01:

- Satisfacción del cliente (ver anexo 1 en la matriz de operacionalización de variables)

#### Variable 02:

- Servicio de restaurante (ver anexo 1 en la matriz de operacionalización de variables)

### 2.3. Tipo de estudio

Según el grado de abstracción el estudio se fundamentó en una investigación **básica**; considerando que la información encontrada servirá para el desarrollo de futuras investigaciones de orden aplicado. Además, contribuirá al fortalecimiento de las bases científicas en materia de satisfacción al cliente y prestación de servicio de restaurantes (Concytec, 2020)

El estudio fue de carácter **descriptivo-correlacional**, teniendo en cuenta la búsqueda y descripción de características específicas de la población de estudio, centrándose en una explicación práctica en base a la realidad. Y de análisis correlacional porque una de los objetivos persigue determinar la influencia de la variable principal en las dimensiones propuestas (Hernandez *et al.*, 2014).

Según el enfoque la investigación fue **cuantitativa**; ya que se buscó medir y analizar las variables y dimensiones en base a una medición numérica cuantificable (Hernandez *et al.*, 2014).

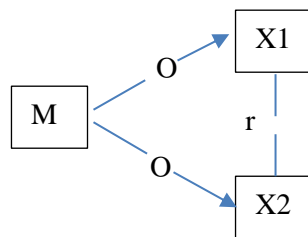
Según el recojo de datos fue **transeccional o transversal**; considerando la aplicación y recolección de datos en un periodo y espacio determinado (Hernandez *et al.*, 2014).



## 2.4. Diseños de la investigación

El estudio se llevó a cabo teniendo en cuenta el diseño no experimental considerando la no deliberación de la variable que permitiría alterar el objeto de la misma. En ese sentido la información fue recogida mediante la observación directa y analizada como se dio en el contexto natural (Hernandez *et al.*, 2014).

Contextualizando la investigación se basará en un estudio no experimental, transeccional y correlacional, como se esquematiza a continuación:



### Donde:

M: Muestra

X1: Satisfacción del cliente

X2: Servicio de restaurantes

r: Relación

O: Observación

## 2.5. Población

La población de estudio estuvo conformada por 500 clientes diario que hicieron uso de los servicios en restaurantes en la ciudad de Chachapoyas durante el 2020, según un sondeo en el trabajo de campo.

## 2.6. Muestra y muestreo

El muestreo consistió en un muestreo aleatorio simple de poblaciones limitadas correspondientes al muestreo probabilístico.

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

### Donde:

N=Población (500 clientes)

n=Tamaño de muestra buscado

z= Nivel de Confianza (NC)" (95%=1.96)

e= Erro de estimación máximo aceptado (5%)

p = Probabilidad de que ocurra el evento estudiado (éxito) (50%)

q = (1 – P) = Probabilidad de que no ocurra el evento estudiado

$$n = \frac{(500) \times (1.64)^2 (0.5)(0.5)}{(0.1)^2 \times (500-1) + (1.64)^2 (0.5)(0.5)} = 59.37 = 59$$

Teniendo en cuenta la resolución de la fórmula, la muestra estuvo compuesta por 59 clientes que hicieron uso de los servicios en restaurantes en la ciudad de Chachapoyas durante el 2020.

## 2.7. Métodos, técnicas e instrumentos de recolección de datos.

### 2.7.1. Métodos

Los métodos utilizados en la investigación fueron:

**Descriptivo:** los resultados fueron descritos según las características encontradas en los datos recogidos, con el objetivo de analizar el comportamiento de las variables en los clientes que hicieron uso de los servicios en restaurantes en la ciudad de Chachapoyas durante el 2020 (Hernandez *et al.*, 2014).

**Deductivo:** método que permitió evaluar y describir los resultados partiendo de las características generales en la realidad problemática, hasta llegar a plantear conclusiones específicas del estudio (Hernandez *et al.*, 2014).

**Sintético – analítico:** la información fue clasificada y analizada de manera particular, teniendo en cuenta cada una de las características personales de los clientes que hicieron uso de los servicios en restaurantes en la ciudad de Chachapoyas durante el 2020, hasta interpretarlas y analizarlas como un todo en la discusión final del informe (Hernandez *et al.*, 2014).

## 2.7.2. Técnicas e instrumentos.

### 2.7.2.1. Técnicas

#### a) Encuesta

**Encuesta:** la encuesta fue la técnica principal de la investigación, ya que permitió confrontar la realidad de manera efectiva, interactuando con los clientes que hicieron uso de los servicios en restaurantes en la ciudad de Chachapoyas durante el 2020, con el propósito de recoger datos reales y concretos (Tamayo & Silva, 2016).

#### b) Técnica del análisis documental

**Documental:** la técnica documental fue fundamental en el recojo de información secundaria, teniendo en cuenta conceptos, teorías y antecedentes que permitieron comparar y fortalecer las bases científicas entorno a las variables estudiadas (Tamayo & Silva, 2016).

### 2.7.2.2. Instrumentos

#### a) El cuestionario;

Consiste en preguntas semiestructuradas en múltiples niveles ordinales, y cada pregunta preestablecida contiene cinco alternativas, considerando la escala de actitudes tipo Likert, las mismas que también tuvieron un orden establecido. Finalmente sirvió como principal instrumento para recolectar la información precisa y confiable para evaluar de manera concisa y coherente con lo que se proyectó estudiar (Tamayo & Silva, 2016).

#### b) Ficha de registro de datos;

A través del cual se logró recolectar los datos para analizar y describir de manera breve y concisa algunos aspectos que se consideraron relevantes para la investigación, facilitando la observación estructurada teniendo en cuenta las razones previas de lo que se pudo observar y estudiar (Tamayo & Silva, 2016).

## 2.8. Análisis de datos

Los datos fueron tabulados y categorizados mediante la herramienta Excel y SPSS 26, e interpretados en base a la estadística descriptiva, teniendo en cuenta las tablas de distribución de frecuencias. Para determinar los niveles de las variables y dimensiones propuestas se categorizó las variables en una escala de 3 (bajo, medio y alto), teniendo en cuenta la cantidad de ítems elaborados por cada uno. En ese sentido, el nivel de satisfacción del cliente estuvo establecido por la siguiente escala Bajo (1-18), Medio (19-37) y Alto (38-55); mientras que el nivel de aceptación con el servicio de los restaurantes por: Bajo (1-30), Medio (31-60) y Alto (61-90). Para determinar la influencia se tuvo en cuenta un análisis correlacional de forma paramétrica, por lo que se hizo uso del coeficiente de correlación de Pearson. Finalmente, los resultados fueron descritos en base a los objetivos específicos de tal manera que se cumplió de manera eficiente con el objetivo general propuesto.

Los parámetros de evaluación han sido basados en los criterios expuestos por (Sampieri *et al.*, 2014), como se presenta continuación:

**Tabla 1**

*Criterio de evaluación según el coeficiente de correlación de Pearson*

<b>RANGO</b>	<b>RELACIÓN</b>
-0.91 a 1.00	Correlación negativa perfecta
-0.76 a -0.90	Correlación negativa muy fuerte
-0.51 a -0.75	Correlación negativa considerable
-0.11 a -0.50	Correlación negativa media
-0.01 a -0.10	Correlación negativa débil
0.00	No existe correlación
0.01 a 0.10	Correlación positiva débil
0.11 a 0.50	Correlación positiva media
0.51 a 0.75	Correlación positiva considerable
0.76 a 0.90	Correlación positiva muy fuerte
0.91 a 1.00	Correlación positiva perfecta

*Fuente.* (Sampieri *et al.*, 2014).

### III.RESULTADOS.

#### 3.1. Diagnóstico del servicio de restaurantes durante el periodo de emergencia sanitaria por Covid 19 en la ciudad de Chachapoyas 2020.

**Tabla 2**

*Nivel de aceptación en la prestación del servicio de restaurantes durante el periodo de emergencia sanitaria por Covid 19 en la ciudad de Chachapoyas*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
<b>Alto</b>	3	5,1	5,1	5,1
<b>Medio</b>	56	94,9	94,9	100,0
<b>Total</b>	59	100,0	100,0	

El nivel de aceptación de los clientes en la prestación del servicio de restaurantes durante el periodo de emergencia sanitaria por Covid 19 en la ciudad de Chachapoyas, resultó medio en mayor medida con 94.9% y alto solo en un 5.1%.

**Tabla 3**

*Nivel de aceptación de los elementos tangibles en la prestación del servicio de restaurantes durante el periodo de emergencia sanitaria por Covid 19 en la ciudad de Chachapoyas*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
Alto	<b>4</b>	6,8	6,8	6,8
Bajo	<b>1</b>	1,7	1,7	8,5
Medio	<b>54</b>	91,5	91,5	100,0
<b>Total</b>	<b>59</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

Se evidenció un nivel medio con 91.5% de la aceptación de los clientes respecto a los elementos tangibles utilizados en la prestación del servicio de restaurantes durante el periodo de emergencia sanitaria por Covid 19 en la ciudad de Chachapoyas, mientras que el nivel alto fue solo en un 6.8% y bajo en un 1.7%.

**Tabla 4**

*Nivel de fiabilidad en la prestación del servicio de restaurantes durante el periodo de emergencia sanitaria por Covid 19 en la ciudad de Chachapoyas*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
<b>Alto</b>	3	5,1	5,1	5,1
<b>Medio</b>	56	94,9	94,9	100,0
<b>Total</b>	<b>59</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

La fiabilidad en la prestación del servicio de restaurantes durante el periodo de emergencia sanitaria por Covid 19 en la ciudad de Chachapoyas, resultó medio en mayor proporción con 94.9%, frente al 5.1% de nivel alto.

**Tabla 5**

*Nivel de capacidad de respuesta de los colaboradores en la prestación del servicio de restaurantes durante el periodo de emergencia sanitaria por Covid 19 en la ciudad de Chachapoyas*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
<b>Alto</b>	3	5,1	5,1	5,1
<b>Medio</b>	56	94,9	94,9	100,0
<b>Total</b>	<b>59</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

La capacidad de respuesta de los colaboradores en la prestación del servicio de restaurantes durante el periodo de emergencia sanitaria por Covid 19 en la ciudad de Chachapoyas según los clientes, fue de nivel medio con 94.9% y alto solo en un 5.1%.

**Tabla 6**

*Nivel de seguridad en la prestación del servicio de restaurantes durante el periodo de emergencia sanitaria por Covid 19 en la ciudad de Chachapoyas*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
<b>Alto</b>	5	8,5	8,5	8,5
<b>Medio</b>	54	91,5	91,5	100,0
<b>Total</b>	<b>59</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

La seguridad en la prestación del servicio de restaurantes durante el periodo de emergencia sanitaria por Covid 19 en la ciudad de Chachapoyas según los clientes fue de nivel medio con 91.5% y alto en un 8.5%.

**Tabla 7**

*Nivel de empatía de los colaboradores en la prestación del servicio de restaurantes durante el periodo de emergencia sanitaria por Covid 19 en la ciudad de Chachapoyas*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
<b>Alto</b>	3	5,1	5,1	5,1
<b>Medio</b>	56	94,9	94,9	100,0
<b>Total</b>	<b>59</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

La empatía de los colaboradores durante la prestación del servicio de restaurantes en el periodo de emergencia sanitaria por Covid 19 en la ciudad de Chachapoyas, resultó de nivel medio con 94.9% y de nivel alto con 5.1%.

Siendo las características más importantes de la prestación del servicio de los restaurantes durante el periodo de emergencia sanitaria por Covid 19 en la ciudad de Chachapoyas, las que a continuación se detalla:

**Tabla 8**

*Género de los encuestados*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
<b>Femenino</b>	32	54,2	54,2	54,2
<b>Masculino</b>	27	45,8	45,8	100,0
<b>Total</b>	<b>59</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

Los encuestados fueron en mayor medida del género femenino con 54.2% y masculino con 45.8%.

**Tabla 9**

*Edad de los encuestados*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
<b>18 a 25</b>	41	69,5	69,5	69,5
<b>26 a 33</b>	11	18,6	18,6	88,1
<b>34 a más</b>	7	11,9	11,9	100,0
<b>Total</b>	<b>59</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

La edad de los encuestados estuvo distribuida con 69.5% entre 18 a 25 años, con 18.6% entre 26 a 33 años y 34 a más con 11.9%.



**Tabla 10***Tipo de restaurante en el que generalmente consume*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
<b>Comida nacional</b>	19	32,2	32,2	32,2
<b>Comida regional</b>	15	25,4	25,4	57,6
<b>Otros</b>	7	11,9	11,9	69,5
<b>Pescados y mariscos</b>	2	3,4	3,4	72,9
<b>Pollos y parrillas</b>	16	27,1	27,1	100,0
<b>Total</b>	<b>59</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

El tipo de restaurante en los que generalmente consumen los clientes fue en aquellos que expenden comida nacional con 32.2%, seguido de los que ofertan pollos y parrillas con 27.1%, comida regional con 25.4%, otros con 11.9% y finalmente pescados y mariscos con 3.4%.

**Tabla 11***Tipo de servicio de los restaurantes durante la pandemia*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
Delívery	21	35,6	35,6	35,6
Presencial	38	64,4	64,4	100,0
<b>Total</b>	<b>59</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

Los clientes durante la pandemia preferían asistir a un restaurante que atiende de manera presencial con 64.4% y un 35% optaba por el servicio delívery.

**Tabla 12***Tipo de pago que utiliza durante la pandemia*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
<b>Efectivo</b>	39	66,1	66,1	66,1
<b>Otros</b>	1	1,7	1,7	67,8
<b>Transferencia</b>	2	3,4	3,4	71,2
<b>Yape</b>	17	28,8	28,8	100,0
<b>Total</b>	<b>59</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

La mayor parte de los clientes preferían pagar el servicio mediante un pago en efectivo con 66.1%, seguido del 28.8% que lo hacía a través de yape, mediante transferencia un 3.4% y 1.7% hacía uso de otros medios.

**Tabla 13***Los equipos del establecimiento son los adecuados para la atención en este periodo de pandemia*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
<b>Indeciso</b>	57	96,6	96,6	96,6
<b>Totalmente de acuerdo</b>	1	1,7	1,7	98,3
<b>Totalmente en desacuerdo</b>	1	1,7	1,7	100,0
<b>Total</b>	<b>59</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

El 96.6% se mostró indeciso respecto al uso de equipos adecuados para la atención en el periodo de pandemia por parte de los establecimientos de restaurantes, mientras que el 1.7% estuvo de totalmente de acuerdo y en igual medida con 1.7% estuvieron totalmente en desacuerdo.

**Tabla 14**

*Las instalaciones del restaurante en donde consume son atractivas visualmente para usted*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
<b>Indeciso</b>	56	94,9	94,9	94,9
<b>Totalmente de acuerdo</b>	2	3,4	3,4	98,3
<b>Totalmente en desacuerdo</b>	1	1,7	1,7	100,0
<b>Total</b>	<b>59</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

El 94. % aseguró estar indeciso que las instalaciones de los restaurantes en donde consumen son atractivas visualmente, solo un 3.4% estuvo totalmente en desacuerdo y en menor medida el 1.7% respondió estar totalmente de acuerdo.

**Tabla 15**

*El personal que lo atendió estaba debidamente uniformado para prevenir el contagio*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
<b>Indeciso</b>	52	88,1	88,1	88,1
<b>Totalmente de acuerdo</b>	4	6,8	6,8	94,9
<b>Totalmente en desacuerdo</b>	3	5,1	5,1	100,0
<b>Total</b>	<b>59</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

Un 88.1% de los clientes aseveraron estar indecisos respecto al personal que lo atendió estaba debidamente uniformado para prevenir el contagio, un 6.8% estuvo totalmente de acuerdo y un 5.1% refirió estar totalmente en desacuerdo.

**Tabla 16***Cuando solicita un pedido le han atendido oportunamente durante la pandemia*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
<b>Indeciso</b>	57	96,6	96,6	96,6
<b>Totalmente de acuerdo</b>	2	3,4	3,4	100,0
<b>Total</b>	<b>59</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

La mayor parte de los encuestados denota inseguridad respecto a que cuando solicitó un pedido le atendieron oportunamente durante la pandemia y solo el 3.4% refirió estar totalmente en desacuerdo.

**Tabla 17***Los restaurantes respetan sus horarios según lo planificado durante la prestación del servicio*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
<b>Indeciso</b>	56	94,9	94,9	94,9
<b>Totalmente de acuerdo</b>	2	3,4	3,4	98,3
<b>Totalmente en desacuerdo</b>	1	1,7	1,7	100,0
<b>Total</b>	<b>59</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

El 94.9% afirmó estar indeciso referente a que los restaurantes respetan sus horarios según lo planificado durante la prestación del servicio, el 3.4% estuvo totalmente de acuerdo y un 1.7% refirió estar totalmente en desacuerdo.

**Tabla 18***Los restaurantes solucionan un problema de manera oportuna*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
<b>Indeciso</b>	58	98,3	98,3	98,3
<b>Totalmente de acuerdo</b>	1	1,7	1,7	100,0
<b>Total</b>	<b>59</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

El 98.3% contestó que están indecisos respecto a que los restaurantes solucionan un problema de manera oportuna, y solo el 1.7% dijo estar totalmente de acuerdo.

**Tabla 19***El personal que le atiende tiene una comunicación adecuada con usted*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
<b>Indeciso</b>	57	96,6	96,6	96,6
<b>Totalmente de acuerdo</b>	2	3,4	3,4	100,0
<b>Total</b>	<b>59</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

El 96.6% tuvo una indecisa afirmación concerniente a que el personal que le atendió tuvo una comunicación adecuada y solo el 3.4% contestó estar totalmente de acuerdo.

**Tabla 20***Los restaurantes tuvieron un servicio rápido y oportuno cuando solicita un pedido*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
<b>Indeciso</b>	58	98,3	98,3	98,3
<b>Totalmente de acuerdo</b>	1	1,7	1,7	100,0
<b>Total</b>	<b>59</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

El 98.3% dijo estar indeciso que los restaurantes tuvieron un servicio rápido y oportuno cuando solicitó un pedido y solo el 1.7% afirmó estar totalmente de acuerdo.

**Tabla 21***El personal de los restaurantes siempre están dispuestos ayudar a sus clientes*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
<b>Indeciso</b>	57	96,6	96,6	96,6
<b>Totalmente de acuerdo</b>	2	3,4	3,4	100,0
<b>Total</b>	<b>59</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

El 96.6% de los clientes estuvieron indecisos que el personal de los restaurantes siempre están dispuestos ayudarlos y un 3.4% respondió estar totalmente de acuerdo.

**Tabla 22***El personal que le atiende en los restaurantes están siempre dispuesto responder sus preguntas*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
<b>Indeciso</b>	57	96,6	96,6	96,6
<b>Totalmente de acuerdo</b>	2	3,4	3,4	100,0
<b>Total</b>	<b>59</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

El 96.6% de los clientes aseguró estar indeciso que personal que le atienden en los restaurantes están siempre dispuesto a responder sus preguntas y solo él un 3.4% respondió estar totalmente de acuerdo.

**Tabla 23**

*Los restaurantes transmiten confianza en la prestación de su servicio durante el Covid 19*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
<b>Indeciso</b>	56	94,9	94,9	94,9
<b>Totalmente de acuerdo</b>	2	3,4	3,4	98,3
<b>Totalmente en desacuerdo</b>	1	1,7	1,7	100,0
<b>Total</b>	<b>59</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

El 94.9% mostraron indecisión referente a que los restaurantes transmiten confianza en la prestación de su servicio durante el Covid 19, un 3.4% respondió estar totalmente de acuerdo y el 1.7% dijo estar totalmente en desacuerdo

**Tabla 24**

*Como cliente se siente seguro de hacer pago digital a los restaurantes*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
<b>Indeciso</b>	56	94,9	94,9	94,9
<b>Totalmente de acuerdo</b>	3	5,1	5,1	100,0
<b>Total</b>	<b>59</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

El 94.4% respondieron estar indecisos para sentirse seguros de pagar de forma digital a los restaurantes y solo un 5.1% dijo estar totalmente de acuerdo.

**Tabla 25***El personal que le atiende siempre es amable con usted*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
<b>Indeciso</b>	56	94,9	94,9	94,9
<b>Totalmente de acuerdo</b>	3	5,1	5,1	100,0
<b>Total</b>	<b>59</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

Un 94.9% estuvo indeciso para afirmar que los colaboradores que le atienden demuestran amabilidad y solo el 5.1% refirió estar totalmente de acuerdo.

**Tabla 26***Considera que los restaurantes tienen los conocimientos necesarios para dar una atención de calidad*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
<b>Indeciso</b>	57	96,6	96,6	96,6
<b>Totalmente de acuerdo</b>	2	3,4	3,4	100,0
<b>Total</b>	<b>59</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

El 96.6% considera que los restaurantes tienen los conocimientos necesarios para dar una atención de calidad

**Tabla 27***El personal de los restaurantes siempre está atento a sus requerimientos*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
<b>Indeciso</b>	57	96,6	96,6	96,6
<b>Totalmente de acuerdo</b>	2	3,4	3,4	100,0
<b>Total</b>	<b>59</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

El 96.6% mostró indecisión referente a que el personal de los restaurantes siempre está atento a sus requerimientos y un 3.4% dijo estar totalmente de acuerdo.



**Tabla 28***Cree que los restaurantes se preocupan por el bienestar de sus clientes*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
<b>Indeciso</b>	55	93,2	93,2	93,2
<b>Totalmente de acuerdo</b>	2	3,4	3,4	96,6
<b>Totalmente en desacuerdo</b>	2	3,4	3,4	100,0
<b>Total</b>	<b>59</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

Un 93.2% de los clientes estuvieron inseguros de que los restaurantes se preocupan por el bienestar de los comensales, el 3.4% estuvo totalmente de acuerdo y en igual medida el 3.4% afirmó estar totalmente en desacuerdo.

**Tabla 29***La atención de los restaurantes es individualizada*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
<b>Indeciso</b>	58	98,3	98,3	98,3
<b>Totalmente de acuerdo</b>	1	1,7	1,7	100,0
<b>Total</b>	<b>59</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

El 98.3% tuvo indecisa afirmación respecto a la atención personalizada de los restaurantes y solo el 1.7% afirmó estar totalmente de acuerdo.

**Tabla 30***El horario de atención de los restaurantes es conveniente para sus clientes*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
<b>Indeciso</b>	57	96,6	96,6	96,6
<b>Totalmente de acuerdo</b>	2	3,4	3,4	100,0
<b>Total</b>	<b>59</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

Un 96.6% estuvo indeciso que el horario de atención de los restaurantes es conveniente para sus clientes y solo el 3.4% afirmó estar totalmente de acuerdo.

### 3.2. Factores de servicio de restaurantes que influyen en la satisfacción del cliente durante el periodo de emergencia sanitaria por Covid 19 en la ciudad de Chachapoyas 2020.

Para la determinación de factores que influyen en la satisfacción del cliente durante el período de emergencia sanitaria de Covid 19 en la ciudad de Chachapoyas 2020, se ha tenido en cuenta un análisis correlacional, como se detalla a continuación:

**Tabla 31**

*Prueba de normalidad de las variables de estudio*

Nivel	Kolmogorov-Smirnova		
	Estadístico	gl	Sig.
Satisfacción del cliente	,109	59	,078
Servicio de restaurantes	,451	59	,000

*Nota:* corrección de significación de Lilliefors 0.05

#### a) Formulación de la hipótesis:

**H0:** La investigación se ajusta a una distribución normal

**H1:** La investigación no se ajusta a una distribución normal

#### b) Nivel de significancia

$\alpha = 0,05$  (5%)

#### c) Criterio de decisión

Si  $p < 0.05$  rechazamos la H0 y aceptamos la H1

Si  $p \geq 0.05$  aceptamos la H0 y rechazamos H1

#### d) Decisión y conclusión

Considerando que la normalidad de los datos de la variable principal  $p=0.078$ , se encuentra dentro del criterio  $p \geq 0.05$ ; entonces aceptamos la hipótesis nula, concluyendo que la investigación se ajusta a una distribución normal. Por ende, para el análisis correlacional se hará uso del coeficiente de correlación de Pearson correspondiente a los datos paramétricos.

**Tabla 32**

*Relación entre la satisfacción del cliente y la prestación del servicio de los restaurantes de la ciudad de Chachapoyas durante la pandemia 2020*

		Satisfacción del cliente	Prestación del servicio
<b>Satisfacción del cliente</b>	Correlación de Pearson	1	,343**
	Sig. (bilateral)		,008
	N	59	59
<b>Prestación del servicio</b>	Correlación de Pearson	,343**	1
	Sig. (bilateral)	,008	
	N	59	59

La correspondencia de la satisfacción del cliente y la prestación del servicio de los restaurantes de la ciudad de Chachapoyas durante la pandemia 2020, fue positiva media con un  $r=0.343$ ; lo que demuestra que el 11.76% de la prestación del servicio que hacen los restaurantes influyen en la satisfacción de los clientes.

**Tabla 33**

*Relación entre la satisfacción del cliente y el uso de los elementos tangibles en la prestación del servicio de los restaurantes de la ciudad de Chachapoyas durante la pandemia 2020*

		Satisfacción del cliente	Tangibilidad
<b>Satisfacción del cliente</b>	Correlación de Pearson	1	,361**
	Sig. (bilateral)		,005
	N	59	59
<b>Tangibilidad</b>	Correlación de Pearson	,361**	1
	Sig. (bilateral)	,005	
	N	59	59

La relación entre la satisfacción del cliente y el uso de los elementos tangibles para la prestación del servicio de los restaurantes de la ciudad de Chachapoyas durante la pandemia 2020, fue positiva media con un  $r=0.361$ ; lo que demuestra que el 13.03% del uso de los elementos tangibles para la prestación del servicio de los restaurantes influyen en la satisfacción de los clientes.

**Tabla 34**

*Relación entre la satisfacción del cliente y la fiabilidad del servicio de los restaurantes de la ciudad de Chachapoyas durante la pandemia 2020*

		Satisfacción del cliente	Fiabilidad
<b>Satisfacción del cliente</b>	Correlación de Pearson	1	,200
	Sig. (bilateral)		,129
	N	59	59
<b>Fiabilidad</b>	Correlación de Pearson	,200	1
	Sig. (bilateral)	,129	
	N	59	59

La relación entre la satisfacción del cliente y la fiabilidad durante la prestación del servicio de los restaurantes de la ciudad de Chachapoyas durante la pandemia 2020, fue positiva media con un  $r=0.200$ ; lo que demuestra que solo el 4% de la fiabilidad en la prestación del servicio de los restaurantes influyen en la satisfacción de los clientes.

**Tabla 35**

*Relación entre la satisfacción del cliente y la capacidad de respuesta de los colaboradores durante la prestación del servicio de los restaurantes de la ciudad de Chachapoyas durante la pandemia 2020*

		Satisfacción del cliente	Capacidad de respuesta
<b>Satisfacción del cliente</b>	Correlación de Pearson	1	,240
	Sig. (bilateral)		,067
	N	59	59
<b>Capacidad de respuesta</b>	Correlación de Pearson	,240	1
	Sig. (bilateral)	,067	
	N	59	59

La relación entre la satisfacción del cliente y la capacidad de respuesta de los colaboradores durante la prestación del servicio de los restaurantes de la ciudad de Chachapoyas en la pandemia 2020, fue positiva media con un  $r=0.240$ ; lo que demuestra que solo el 5.76% de la capacidad de respuesta del personal durante la prestación del servicio de los restaurantes influyen en la satisfacción de los clientes.

**Tabla 36**

*Relación entre la satisfacción del cliente y la seguridad del servicio de los restaurantes de la ciudad de Chachapoyas durante la pandemia 2020*

		Satisfacción del cliente	Seguridad
<b>Satisfacción del cliente</b>	Correlación de Pearson	1	,315*
	Sig. (bilateral)		,015
	N	59	59
<b>Seguridad</b>	Correlación de Pearson	,315*	1
	Sig. (bilateral)	,015	
	N	59	59

La relación entre la satisfacción del cliente y la seguridad en la prestación del servicio de los restaurantes de la ciudad de Chachapoyas durante la pandemia 2020, fue positiva media con un  $r=0.315$ ; lo que demuestra que el 9.92% de la seguridad en la prestación del servicio de los restaurantes influyen en la satisfacción de los clientes.

**Tabla 37**

*Relación entre la satisfacción del cliente y la empatía de los colaboradores durante la prestación del servicio de los restaurantes de la ciudad de Chachapoyas durante la pandemia 2020*

		Satisfacción del cliente	Empatía
<b>Satisfacción del cliente</b>	Correlación de Pearson	1	,324*
	Sig. (bilateral)		,012
	N	59	59
<b>Empatía</b>	Correlación de Pearson	,324*	1
	Sig. (bilateral)	,012	
	N	59	59

La relación entre la satisfacción del cliente y la empatía del personal durante la prestación del servicio de los restaurantes de la ciudad de Chachapoyas durante la pandemia 2020, fue positiva media con un  $r=0.324$ ; lo que demuestra que el 10.50% de la empatía de los colaboradores en la prestación del servicio de los restaurantes influyen en la satisfacción de los clientes.

### 3.3. Nivel de satisfacción del cliente con el servicio de restaurantes durante el periodo de emergencia sanitaria por Covid 19 en la ciudad de Chachapoyas 2020.

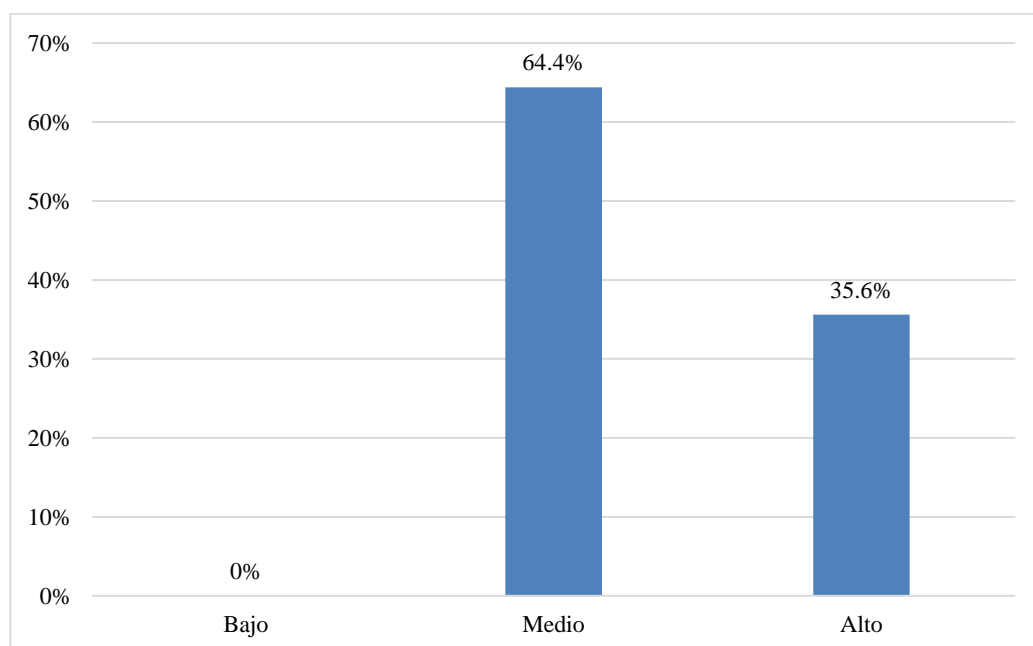
**Tabla 38**

*Nivel de satisfacción del cliente según la calidad del producto ofertado por los restaurantes de la ciudad de Chachapoyas durante la pandemia 2020*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Alto</b>	21	35,6	35,6	35,6
<b>Medio</b>	38	64,4	64,4	100,0
<b>Total</b>	<b>59</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

**Figura 1**

*Nivel de satisfacción del cliente según la calidad del producto ofertado por los restaurantes de la ciudad de Chachapoyas durante la pandemia 2020*



El nivel de satisfacción del cliente según la calidad del producto ofertado por los restaurantes de la ciudad de Chachapoyas durante la pandemia 2020, resultó medio en mayor medida con 64.4% y alto en un 35.6%.

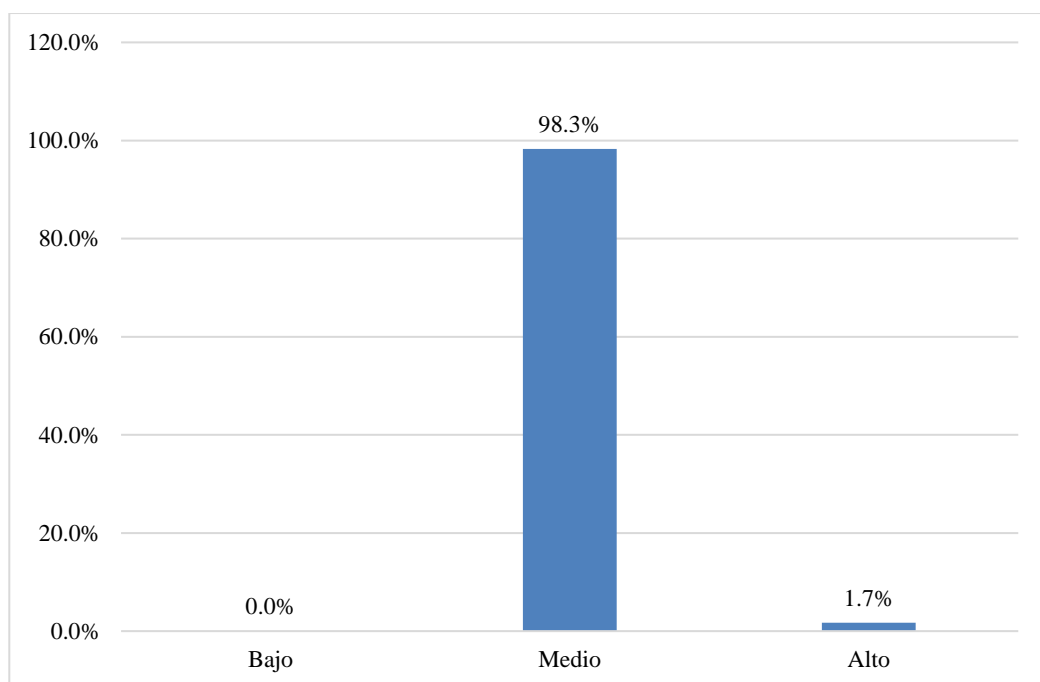
**Tabla 39**

*Nivel de satisfacción según el cumplimiento de expectativas de los clientes por los restaurantes de la ciudad de Chachapoyas durante la pandemia 2020*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
<b>Alto</b>	1	1,7	1,7	1,7
<b>Medio</b>	58	98,3	98,3	100,0
<b>Total</b>	<b>59</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

**Figura 2**

*Nivel de satisfacción según el cumplimiento de expectativas de los clientes por los restaurantes de la ciudad de Chachapoyas durante la pandemia 2020*



La satisfacción según el cumplimiento de expectativas de los clientes por los restaurantes de la ciudad de Chachapoyas durante la pandemia 2020, fue de nivel medio en mayor proporción con 98.3% y alto solo en un 1.7%.

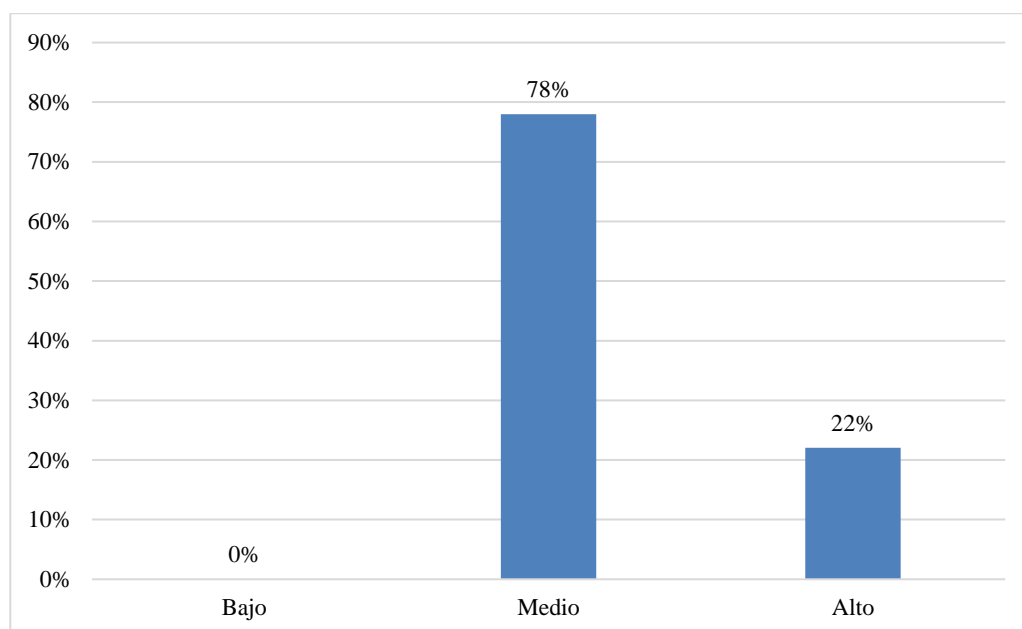
**Tabla 40**

*Nivel de satisfacción del cliente con el servicio de restaurantes durante el periodo de emergencia sanitaria por Covid 19 en la ciudad de Chachapoyas 2020.*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
<b>Alto</b>	13	22,0	22,0	22,0
<b>Medio</b>	46	78,0	78,0	100,0
<b>Total</b>	<b>59</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

**Figura 3**

*Nivel de satisfacción del cliente con el servicio de restaurantes durante el periodo de emergencia sanitaria por Covid 19 en la ciudad de Chachapoyas 2020.*



El nivel de satisfacción del cliente con el servicio de restaurantes durante el periodo de emergencia sanitaria por Covid 19 en la ciudad de Chachapoyas 2020, fue medio en mayor medida con 78% y alto solo en un 22%.



#### **IV. DISCUSIÓN**

Así como para las empresas públicas la creación de valor público es fundamental para mantener una confianza en la población, para las empresas privadas es un factor muy importante el mantener satisfecho a los clientes y/o usuarios que hacen uso de los servicios ofertados por las empresas. En ese contexto muchas organizaciones e investigadores se han dedicado a estudiar el nivel de aceptación, satisfacción y/o confiabilidad de sus servicios; como los investigadores que se pasaran a nombrar y discutir:

López (2018), en su estudio acerca de la eficacia del servicio y la complacencia de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil, encontró que la eficacia del servicio influye de manera directa en la complacencia de los clientes del establecimiento de alimentación estudiado y por otro lado afirma que los colaboradores de la empresa no se encuentran capacitados para brindar un servicio de calidad. Considerado ambas afirmaciones es preciso indicar la diferencia en los resultados con la presente, toda vez que si bien es cierto se evidenció una correspondencia positiva media entre la satisfacción del cliente y la fiabilidad durante la prestación del servicio de los restaurantes de la ciudad de Chachapoyas durante la pandemia 2020; sin embargo, solo se demostró una influencia del 4% de la fiabilidad de la prestación del servicio de los restaurantes en la satisfacción de los clientes. Y respecto a la capacitación del personal en el estudio se muestra que los colaboradores tienen una aceptación de los clientes sin embargo es necesario fortalecer sus capacidades ya que solo llegan a un nivel medio en la percepción de los comensales.

Según, Ávila y Zambrano (2017) a través de su estudio concerniente a la estimación del estado presente de los prestadores de servicios turísticos que se encuentran en el Cantón Isabela y su incidencia en la satisfacción de los turistas, exponen que el nivel de capacitación de los colaboradores en la prestación del servicio, permite un cumplimiento de las metas y objetivos organizacionales de manera eficiente. Teniendo en cuenta los resultados de la presente investigación se puede aseverar una similitud en ambos estudios, reafirmando la necesidad del fortalecimiento de capacidades de los colaboradores para dar una buena atención y con ello fidelizar y cumplir con sus expectativas de los comensales; hecho que permitirá cumplir oportunamente con las metas de la empresa.

Barragán (2016) mediante su investigación referente al estudio de calidad del servicio y prestación del servicio al cliente en Azuca Beach, Azuca Bistro y Q Restaurant, encontró que el nivel de calidad en la prestación del servicio fue medio, considerado al cliente como el aspecto más relevante para la organización. Estos resultados son similares a los encontrados en el presente estudio, ya que logró determinar un nivel medio con 94.9% según el nivel de aceptación de los clientes en la prestación del servicio de restaurantes durante el periodo de emergencia sanitaria por Covid 19 en la ciudad de Chachapoyas; demostrando así que los comensales año a año van siendo más exigentes al momento de elegir un producto y/o servicio, lo que indica que los establecimientos de restaurantes deben de estar en constante actualización según las tendencias del nuevo consumidor y es más, que según la realidad problemática presentada los clientes que se vienen más adelante tendrán un comportamiento distinto al que comúnmente se le presta el servicio.

Vásquez (2017) a través de su estudio acerca de la percepción de la calidad de servicio en los restaurantes de los hoteles de cuatro estrellas en Miraflores, demostró que los clientes estuvieron muy satisfechos con el servicio que brinda la empresa; por lo tanto, el nivel de servicio al cliente fue alto, lo que permite cumplir de manera eficiente con las expectativas de los comensales. Los resultados presentados son fundamentalmente diferentes de los del presente estudio, si consideramos que los clientes en todas sus dimensiones estuvieron indecisos con la prestación de un servicio de calidad por parte de los restaurantes y además el nivel de cumplimiento con sus expectativas fue medio con 98.3%, hecho que demuestra una necesidad empresarial por plantear estrategias que permita fidelizar a los comensales y con ello proyectar una satisfacción adecuada de sus clientes.

Boyer (2018) mediante su estudio referente al nivel de satisfacción del turista ecuatoriano en correlación con el servicio de establecimiento de restaurant en el Distrito de Zorritos, demostró que la atención de los restaurantes del distrito es sumamente aceptable lo que ha permitido que estos recomienden su visita y que el nivel de atención al cliente en los restaurantes sea muy bueno. Los datos son distintos a los descritos en la presente investigación si consideramos el nivel medio de aceptación con la prestación del servicio de los restaurantes en la ciudad de Chachapoyas, por lo que la mayor parte de los clientes no se encuentran

completamente satisfechos con los elementos tangibles utilizados por las empresas de restaurantes para prestar el servicio, así como con la confianza, la seguridad, la empatía y la capacidad de respuesta de los colaboradores.

Choque (2017) a través de su estudio referido a la disposición de servicio y su dominio en la complacencia del cliente de la empresa la frontera S.A.C. demostró que los clientes están satisfechos con los servicios recibidos por parte de la empresa, y además evidenció una incidencia positiva significativa del servicio prestado por el establecimiento en la satisfacción de los clientes. Los resultados expuestos por (Choque, 2017) referente a la satisfacción de los clientes con los servicios de la empresa, difieren de los encontrados en el presente estudio, teniendo en cuenta que el nivel de aceptación de los clientes en la prestación del servicio de restaurantes durante el periodo de emergencia sanitaria por Covid 19 en la ciudad de Chachapoyas, resultó medio en mayor medida con 94.9% y alto solo en un 5.1%. Por otro lado, acerca de la incidencia de la prestación del servicio en la satisfacción de los clientes se asemeja de forma poco significativa, toda vez que se logró demostrar una correspondencia positiva media entre las variables, lo que indicó que el 11.76% de la prestación del servicio que hacen los restaurantes influyen en la satisfacción de los clientes

Vásquez (2015) mediante su estudio acerca de la incidencia del clima laboral en la calidad del servicio del restaurante la Tushpa en Chachapoyas, encontró que los clientes están satisfechos con la prestación del servicio, ya que la empresa considera a estos como el fin principal. Además, concluyó que existe una incidencia positiva significativa. Ambos resultados presentados son fundamentalmente diferentes de los del presente estudio, ya que en primer lugar los clientes no se encuentran muy satisfechos, logrando solo un nivel de satisfacción media con la calidad del producto y/o servicio ofertado en un 64.4% y con el cumplimiento de sus expectativas con un 98.3%. Referente a la influencia existe diferencias, considerando que si bien se encontró una correspondencia positiva media; sin embargo, solo el 11.76% de la prestación del servicio que hacen los restaurantes influyen en la satisfacción de los clientes. Mostrando la necesidad de mejorar en la prestación de servicios de los restaurantes, tratando de fortalecer la capacidad de sus colaboradores y con ello buscar la plena satisfacción de sus clientes.

## V. CONCLUSIONES

- El nivel de aceptación de los clientes con la prestación del servicio de restaurantes durante el periodo de emergencia sanitaria por Covid 19 resultó medio con 94.9%, al igual que en sus dimensiones elementos tangibles con 91.5%, fiabilidad con 94.9%, capacidad de respuesta con 94.9%, seguridad con 91.5% y empatía con 94.9%. Así mismo, los clientes generalmente consumen en restaurantes que expenden comida nacional con 32.2% y los que ofertan pollos y parrillas con 27.1%; el pago en efectivo fue el preferido 66.1%, seguido del yape 28.8%.
- Los factores que más influyeron en la satisfacción del cliente durante el periodo de emergencia sanitaria por Covid 19 en la ciudad de Chachapoyas 2020, fueron el uso adecuado de los elementos tangibles 13.03%, la seguridad con 9.92% y la empatía del personal con 10.50%; y en menor medida la capacidad de respuesta de los colaboradores con 5.76% y la fiabilidad con 4%.
- El nivel de satisfacción del cliente con el servicio de restaurantes durante el periodo de emergencia sanitaria por Covid 19 en la ciudad de Chachapoyas 2020, fue medio con 78%, al igual que en las dimensiones de la calidad del producto ofertado con 64.4% y el cumplimiento de expectativas con 98.3%

## **VI. RECOMENDACIONES**

- Se recomienda a la municipalidad y universidad promover investigaciones relacionadas con el servicio de restaurantes para mejorar la calidad de servicio y la imagen del producto turístico de Amazonas.
- Se recomienda al gobierno regional a través de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo de Amazonas, promover el fortalecimiento de capacidades de los colaboradores de los restaurantes, con el propósito de mejorar la calidad en la prestación del servicio y con ello el nivel de satisfacción de los clientes
- Se recomienda al gremio de restaurantes de la ciudad de Chachapoyas tener este como un documento informativo y de gestión para plantear sus estrategias relacionadas con la reactivación económica, pero considerando la satisfacción de los clientes.
- Se recomienda a los gerentes y/o administradores de los restaurantes de manera independiente puedan utilizar el presente documento como herramientas de gestión para establecer estrategias de planeamiento para sus empresas de acuerdo a su realidad. Teniendo en cuenta el fortalecimiento de capacidades de sus colaboradores, el mejoramiento en el tiempo de atención, el uso adecuado de materiales, herramientas u otros bienes que participan directamente de la prestación del servicio, la fiabilidad en el servicio y otros que se consideren necesarios para fidelizar y cumplir con sus expectativas de los clientes.

## VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ávila Bennett, J. E., & Zambrano Bravo, C. T. (2017). *Evaluación del estado actual de los presentadores de servicios turísticos que laboran en bares y restaurantes en el cantón Isabela y su incidencia en la satisfacción de los turistas* [Universidad Central del Ecuador]. <http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/10497>
- Barragán Villalba, S. A. (2016). *Análisis de calidad del servicio y atención al cliente en Azuca Beach, Azuca Bistro y Q Restaurant, y sugerencias de mejora* [Pontificia Universidad Católica del Ecuador]. <http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/11384>
- Boyer Gonzaga, D. D. (2018). *Nivel de satisfacción del turista ecuatoriano en relación al servicio de restauración en el Distrito de Zorritos Junio – septiembre 2016* [Universidad Nacional de Tumbes]. [https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UNTU\\_5e51a93ba953f9a5fce8da50ac5cff42](https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UNTU_5e51a93ba953f9a5fce8da50ac5cff42)
- Castellano Almagro, I., & Badillo Martínez, A. (2015). *Los procesos de servicios en restauración*. Editorial Síntesis, S. A. <https://www.sintesis.com/data/indices/9788490771211.pdf>
- Chick, J., Duffy, K., & Seligsohn, S. (2020). *The restaurant of the future arrives ahead of schedule Time to get on board*. Deloitte. <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/es/Documents/bienes-consumo-distribucion-hosteleria/deloitte-es-consumer-business-restaurante-futuro.pdf>
- Choque Illacutipa, D. M. (2016). *La Calidad de Servicio y su Influencia en la Satisfacción del Cliente de la Empresa Restaurant La Frontera S.A.C. Periodo 2016* [Universidad Privada de Tacna]. <https://repositorio.upt.edu.pe/handle/20.500.12969/250>
- Consejo Nacional de Ciencia Tecnológica e Innovación Tecnología-Concytec. (2020). *Guía práctica para la formulación y ejecución de proyectos de*

*investigación y desarrollo experimental (I+D)*. Dirección de Políticas y Programas de CTI.  
<http://repositorio.concytec.gob.pe/handle/20.500.12390/2187>

Goicochea, L. (2014). *Calidad en la prestación de servicio de los restaurantes de la ciudad de Pedro Ruíz Gallo Distrito de Jazán*, [Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza]. <http://repositorio.untrm.edu.pe/>

Hernandez Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. del P. (2014). *Metodología de la investigación* (6.<sup>a</sup> ed.). McGraw Hill Higher Education. <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wpcontent/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>

López Mosquera, D. C. (2018). *Calidad del servicio y la satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil* [Universidad Católica Santiago Guayaquil]. <http://201.159.223.180/handle/3317/9867>

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo – Mincetur. (2019). *Nivel de satisfacción del turista que visita Amazonas - 2018* (Dirección General de Investigación y Estudios sobre Turismo y Artesanía – DGIETA, Ed.). {Viceministerio de Turismo}. [https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/publicaciones/NST/NST2018/12\\_NST\\_AMAZONAS\\_2018.pdf](https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/publicaciones/NST/NST2018/12_NST_AMAZONAS_2018.pdf)

Monroy Ceseña, M. A., & Urcádiz Cázares, F. J. (2019). Calidad en el servicio y su incidencia en la satisfacción del comensal en restaurantes de La Paz, México. *Investig. adm.*, 48(123).  
[http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2448-76782019000100006](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2448-76782019000100006)

Morillo Moreno, M. C., & Landaeta de Rodríguez, N. del V. (2015). Calidad del servicio de comida rápida a partir de la participación del empleado de vanguardia, municipio Libertador, Estado Mérida, VENEZUELA. *Saber (Cumana, Venezuela)*, 27(4), 595-608.  
[http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1315-01622015000400010](http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-01622015000400010)

- Quispe Farfán, E. G. (2017). *Nivel de satisfacción del turista por servicios en la ruta Cusco-Puno de la empresa de transporte turístico Cusco Coaching 2017* [Universidad Andina del Cusco]. <https://repositorio.uandina.edu.pe/handle/20.500.12557/1079>
- Regalado Pezúa, O. (2020). *Restaurantes: problemas, retos y soluciones en medio de la pandemia*. Gestion.pe. <http://blogs.gestion.pe/gestiondeservicios/2020/04/restaurantes-problemas-retos-y-soluciones-en-medio-de-la-pandemia.html>
- Tamayo, C., & Silva, I. (2016). *Técnicas e instrumentos de recolección de datos* [Universidad Católica los Angeles de Chimbote]. <https://www.postgradoune.edu.pe/pdf/documentos-academicos/ciencias-de-la-educacion/22.pdf>
- Toneguzzi, M. (2020, junio 11). *More than half of Canadians will avoid restaurants for the foreseeable future: Study*. Retail Insider Canada. <https://retail-insider.com/retail-insider/2020/06/more-than-half-of-canadians-will-avoid-restaurants-for-the-foreseeable-future-study/>
- Vásquez González, J. J. (2017). *Percepción de la calidad de servicio en los restaurantes de los hoteles de cuatro estrellas en Miraflores* [Universidad San Ignacio de Loyola]. <https://repositorio.usil.edu.pe/items/5f116d0f-9e0c-41fc-bd3f-1759ad0cd25d>
- Vásquez, M. (2015). *Clima laboral en el restaurante La Tushpa y su incidencia en la calidad de servicio Chachapoyas – 2015*. Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas.
- Zárraga Cano, L., Molina Morejón, V., & Corona Sandoval, E. (2018). La satisfacción de la cliente basada en la calidad del servicio a través de la eficiencia del personal y eficiencia del servicio: un estudio empírico de la industria restaurantera. *RECAI revista de estudios en contaduría, administración e informática*, 7(18), 46-65. <https://recai.uaemex.mx/article/view/9268>



## ANEXOS

### Anexo 1

#### Operacionalización de Variables

Variables	Definición teórica	Definición operativa	Dimensión	Indicadores	Ítems	Instrumento
Satisfacción del cliente	La satisfacción es la evaluación del cliente de un producto o servicio en función de si cumplió o no las necesidades y expectativas del cliente. Está influida de manera significativa por la evaluación que se hace del producto o servicio. Para un servicio como el de un restaurante, las características más relevantes podrían ser: el personal que atiende, los horarios, las instalaciones, el mobiliario, la variedad de los platillos, la sazón de los platillos, el ambiente del restaurante, el tiempo en el que prestan el servicio (Zárraga <i>et al.</i> , 2018)	Es el nivel de aceptación de los clientes y/o usuarios con la prestación del servicio, teniendo en cuenta las características fundamentales de evaluación como la calidad, fiabilidad, etc. La variable será medida a través de las dimensiones propuestas.	Calidad del producto	Producto Precio	6-8 9-10	Cuestionario
			Expectativas	Atención oportuna Recomendación	11-13 14-16	
Servicio de restaurante	Es el proceso por el cual se atiende a los clientes que demandan una serie de atenciones y elaboraciones gastronómicas siempre buscando la satisfacción de sus necesidades. Se debe tener en cuenta que cuando los clientes solicitan nuestros servicios no es solo por una demanda de alimentos, sino también de atenciones e información que tendremos que ofrecerles (Castellano & Badillo, 2015).	Conjunto de acontecimientos y acciones que realiza un establecimiento de restaurante para planificar, desarrollar, y ejecutar el servicio hasta que llegue al cliente y este se reciba el pedido. La variable será medida a través de las dimensiones propuestas.	Tangibilidad (uso de elementos tangibles)	Equipos Instalaciones físicas Apariencia del personal	17 18 19	Cuestionario
			Fiabilidad	Eficacia Resolución de problemas	20-21 22	
			Capacidad de respuesta	Comunicación Rapidez en el servicio Disposición	23 24 25-26	
			Seguridad	Confianza Cortesía Profesionalidad	27-28 29 30	
			Empatía	Comprensión Atención personalizada Horario conveniente	31 32-33 34	

## **Anexo 2**

### *Instrumento de recolección de información*

#### **CUESTIONARIO**

Estimado cliente el presente instrumento tiene como finalidad recabar información para determinar el nivel de satisfacción del cliente con el servicio de restaurantes durante el periodo de emergencia sanitaria por Covid 19 en la ciudad de Chachapoyas 2020. Por lo que es necesario que las respuestas sean de manera coherente; así mismo es preciso indicar que los datos serán usados únicamente con fines de investigación.

#### **I. GENERALIDADES**

1. Género
  - Masculino
  - Femenino
2. Edad
  - 18 a 25
  - 26 a 33
  - 34 a más
3. ¿En qué tipo de restaurante generalmente consume?
  - Comida regional
  - Comida nacional
  - Pescados y mariscos
  - Pollos y parrillas
  - Otros
4. Tipo de servicio implementado por los restaurantes
  - Delivery
  - Presencial
5. Tipo de pago utiliza durante la pandemia
  - Efectivo
  - Yape
  - Transferencia
  - Plin

#### **II. PREGUNTAS CON ESCALA**

Le agradecemos leer cada uno de los enunciados y marcar con una (X), la alternativa que usted considere.

**1 = Totalmente Desacuerdo.**

**2 = Desacuerdo.**

**3 = Indeciso.**

**4 = Acuerdo.**

**5 = Totalmente Acuerdo.**

<b>N°</b>	<b>SATISFACCIÓN DEL CLIENTE</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>1</b>	Considera que las porciones que expenden los restaurantes son justas					
<b>2</b>	Los alimentos y bebidas son de calidad y están debidamente protegidos para prevenir el Covid 19					
<b>3</b>	La preparación del producto está acorde a la solicitud del cliente					
<b>4</b>	El precio de los productos es accesible para usted					
<b>5</b>	Los precios de los productos están acorde a los del mercado					
<b>6</b>	El personal de servicios está a la expectativa de sus requerimientos					
<b>7</b>	El establecimiento tiene espacios amplios para prevenir la aglomeración de los clientes					
<b>8</b>	El orden de pedido es atendido según el orden de solicitud					
<b>9</b>	El establecimiento solicita sus sugerencias respecto al servicio ofertado					
<b>10</b>	Existe la necesidad de recomendar a los restaurantes en donde consumió para implementar medidas de bioseguridad					
<b>11</b>	Recomendaría a más clientes consumir los productos en el restaurante que solicita el servicio					
<b>N°</b>	<b>SERVICIO DE RESTAURANTE</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>12</b>	Los equipos del establecimiento son los adecuados para la atención en este periodo de pandemia					
<b>13</b>	Las instalaciones del restaurante en donde consume son atractivas visualmente para usted					
<b>14</b>	El personal que lo atendió estaba debidamente uniformado para prevenir el contagio					
<b>15</b>	Cuando solicita un pedido le han atendido oportunamente durante la pandemia					
<b>16</b>	Los restaurantes respetan sus horarios según lo planificado durante la prestación del servicio					
<b>17</b>	Los restaurantes solucionan un problema de manera oportuna					

<b>18</b>	El personal que le atiende tiene una comunicación adecuada con usted					
<b>19</b>	Los restaurantes tienen un servicio rápido y oportuno cuando solicita un pedido					
<b>20</b>	El personal de los restaurantes siempre están dispuestos ayudar a sus clientes					
<b>21</b>	El personal que le atiende en los restaurantes están siempre dispuesto responder sus preguntas					
<b>22</b>	Los restaurantes transmiten confianza en la prestación de su servicio durante el Covid 19					
<b>23</b>	Como cliente se siente seguro de hacer pago digital a los restaurantes					
<b>24</b>	El personal que le atiende siempre es amable con usted					
<b>25</b>	Considera que los clientes tienen los conocimientos necesarios para dar una atención de calidad					
<b>26</b>	El personal de los restaurantes siempre está atento a sus requerimientos					
<b>27</b>	Cree que los restaurantes se preocupan por el bienestar de sus clientes					
<b>28</b>	La atención de los restaurantes es individualizada					
<b>29</b>	El horario de atención de los restaurantes es conveniente para sus clientes					

### Anexo 3

#### Base de datos utilizado para el procesamiento de información

	<b>1. Género</b>	<b>2. Edad</b>	<b>Ítem 3</b>	<b>Ítem 4</b>	<b>Ítem 5</b>
1	Masculino	26 a 33	Pollos y parrillas	Delívery	Efectivo
2	Femenino	26 a 33	Comida nacional	Presencial	Efectivo
3	Femenino	18 a 25	Comida nacional	Presencial	Efectivo
4	Femenino	18 a 25	Comida regional	Delívery	Yape
5	Masculino	18 a 25	Pollos y parrillas	Presencial	Efectivo
6	Masculino	18 a 25	Comida nacional	Presencial	Yape
7	Masculino	18 a 25	Comida regional	Delívery	Yape
8	Femenino	26 a 33	Comida regional	Presencial	Efectivo
9	Femenino	18 a 25	Pescados y mariscos	Presencial	Efectivo
10	Femenino	18 a 25	Pollos y parrillas	Delívery	Efectivo
11	Femenino	18 a 25	Pollos y parrillas	Delívery	Efectivo
12	Femenino	18 a 25	Otros	Delívery	Efectivo
13	Masculino	18 a 25	Comida nacional	Presencial	Efectivo
14	Femenino	34 a más	Comida nacional	Presencial	Efectivo
15	Masculino	18 a 25	Comida regional	Presencial	Efectivo
16	Femenino	26 a 33	Pollos y parrillas	Presencial	Yape
17	Femenino	18 a 25	Pollos y parrillas	Delívery	Yape
18	Masculino	18 a 25	Comida regional	Presencial	Efectivo
19	Femenino	18 a 25	Comida regional	Delívery	Yape
20	Femenino	26 a 33	Pollos y parrillas	Delívery	Efectivo
21	Femenino	26 a 33	Comida nacional	Delívery	Efectivo
22	Masculino	34 a más	Comida nacional	Presencial	Efectivo
23	Masculino	18 a 25	Comida nacional	Presencial	Efectivo
24	Masculino	34 a más	Comida regional	Presencial	Otros
25	Femenino	18 a 25	Comida nacional	Presencial	Efectivo
26	Masculino	18 a 25	Pollos y parrillas	Presencial	Efectivo
27	Masculino	18 a 25	Otros	Presencial	Efectivo
28	Masculino	26 a 33	Comida nacional	Presencial	Yape
29	Femenino	26 a 33	Pollos y parrillas	Presencial	Yape
30	Masculino	34 a más	Comida nacional	Presencial	Yape

31	Femenino	34 a más	Comida nacional	Presencial	Efectivo
32	Femenino	18 a 25	Comida regional	Presencial	Yape
33	Femenino	26 a 33	Comida regional	Presencial	Yape
34	Masculino	18 a 25	Comida nacional	Presencial	Efectivo
35	Masculino	18 a 25	Comida nacional	Presencial	Transferencia
36	Femenino	18 a 25	Comida nacional	Delivery	Yape
37	Masculino	34 a más	Pollos y parrillas	Delivery	Efectivo
38	Femenino	18 a 25	Comida regional	Presencial	Efectivo
39	Masculino	18 a 25	Pescados y mariscos	Presencial	Yape
40	Femenino	18 a 25	Otros	Delivery	Efectivo
41	Masculino	26 a 33	Comida regional	Delivery	Efectivo
42	Femenino	18 a 25	Pollos y parrillas	Delivery	Efectivo
43	Masculino	26 a 33	Otros	Presencial	Yape
44	Masculino	18 a 25	Pollos y parrillas	Delivery	Efectivo
45	Masculino	18 a 25	Otros	Presencial	Efectivo
46	Masculino	18 a 25	Comida regional	Delivery	Efectivo
47	Masculino	18 a 25	Comida regional	Delivery	Efectivo
48	Masculino	18 a 25	Comida nacional	Delivery	Efectivo
49	Femenino	18 a 25	Comida nacional	Presencial	Efectivo
50	Masculino	18 a 25	Otros	Presencial	Efectivo
51	Femenino	18 a 25	Pollos y parrillas	Presencial	Efectivo
52	Femenino	18 a 25	Pollos y parrillas	Delivery	Efectivo
53	Femenino	18 a 25	Pollos y parrillas	Presencial	Yape
54	Femenino	18 a 25	Comida regional	Presencial	Yape
55	Masculino	34 a más	Comida nacional	Delivery	Transferencia
56	Femenino	18 a 25	Comida nacional	Presencial	Efectivo
57	Femenino	18 a 25	Comida regional	Presencial	Efectivo
58	Femenino	18 a 25	Pollos y parrillas	Presencial	Yape
59	Femenino	18 a 25	Otros	Presencial	Efectivo

Item6	Item 7	Item 8	Item 9	Item 10	Item 11	Item 12	Item 13	Item 14	Item 15	Item 16	Item 17	Item 18	Item 19	Item 20	Item 21	Item 22	Item 23	Item 24	Item 25	Item 26	Item 27	Item 28	Item 29	Item 30	Item 31	Item 32	Item 33	Item 34
2	3	4	5	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5
4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
2	4	4	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
2	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
2	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	2	4	4	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	4	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	2	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	5	3	3	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
2	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
1	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
2	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	3	4	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
2	3	3	2	1	3	3	3	1	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3
5	2	5	5	2	3	3	3	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
2	3	2	2	2	3	1	3	1	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3
1	4	4	1	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
2	2	2	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3





## Anexo 4

### Fotos de trabajo de campo

