

**ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR
TECNOLÓGICA PRIVADA KHIPU**

**Programa de estudios Administración de Empresas Turísticas y
Hoteleras**



TESIS

**GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y CALIDAD DE SERVICIO EN EL
RESTAURANTE JARDÍN EL ENCANTO DEL DISTRITO DE PISAC,
CUSCO - 2024**

Línea de investigación:

Desarrollo Económico

Presentado por:

Marleny Lima Challanca

Código ORCID: 0009-0007-9736-9486

Endira Gallegos Gaspar

Código ORCID: 0009-0003-0768-9197

Para optar al Título Profesional de
Licenciado en: Administración de
Empresas Turísticas y Hoteleras

Asesor:

Dr. Rafael Aquize Estrada

Código ORCID: 0000-0001-7103-7773

CUSCO – PERÚ

2026

trabajo concluido

INFORME DE ORIGINALIDAD

24%

INDICE DE SIMILITUD

28%

FUENTES DE INTERNET

0%

PUBLICACIONES

11%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1

repositorio.escuelakhipu.edu.pe

Fuente de Internet

22%

2

Submitted to Corporacion Khipu S.A.C

Trabajo del estudiante

2%

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias < 2%

Excluir bibliografía

Activo

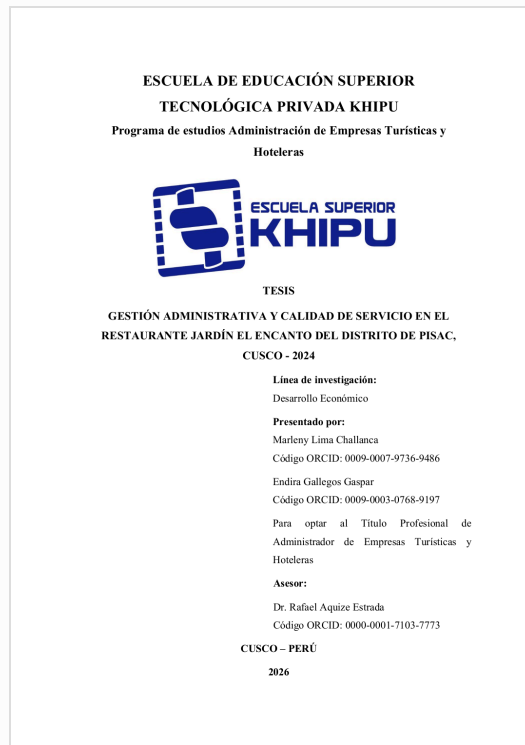


Recibo digital

Este recibo confirma que su trabajo ha sido recibido por Turnitin. A continuación podrá ver la información del recibo con respecto a su entrega.

La primera página de tus entregas se muestra abajo.

Autor de la entrega: Endira - Marleny Aquize Estrada
Título del ejercicio: Quick Submit
Título de la entrega: trabajo concluido
Nombre del archivo: Tesis_Endira-Marleny_18-2-26_1.pdf
Tamaño del archivo: 1,012.36K
Total páginas: 118
Total de palabras: 28,178
Total de caracteres: 164,969
Fecha de entrega: 02-mar-2026 10:00p. m. (UTC-0500)
Identificador de la entrega: 2892963625



PRESENTACIÓN

Dra. Rudy Felix Quillama

Directora de la Carrera de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras de la Escuela de Educación Superior Tecnológica Privada Khipu.

Señores miembros del jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Escuela de Educación Superior Tecnológica Privada Khipu, Ponemos a vuestra consideración la tesis titulada: **“Gestión administrativa y calidad de servicio en el restaurante Jardín el Encanto del distrito de Pisac, Cusco 2024”**, con el objeto de optar al Título Profesional de Administrador de Empresas Turísticas y Hoteleras.

La investigación se realizó a cabo en el contexto de la relevancia de la gestión administrativa y calidad de servicio en el restaurante Jardín el Encanto del distrito de Pisac, tomando como base las experiencias observadas en diversos estudios previos, asumiendo la necesidad de una profundización rigurosa, basada en otros planteamientos diferentes a las destrezas de gestión administrativa y su influencia en la calidad de servicio.

El propósito de esta investigación es aportar de manera significativa a la mejora de la gestión administrativa en el restaurante Jardín el Encanto, buscando que sus resultados contribuyan tanto a la optimización de procesos como a la mejora de la experiencia de los clientes en este establecimiento del distrito de Pisac.

Marleny Lima Challanca

Endira Gallegos Gaspar

AGRADECIMIENTOS

Gracias a Dios por la fortaleza que nos da cada día para seguir con este proyecto de investigación.

A la familia del restaurante Jardín el Encanto en Pisac por brindarnos los espacios para el recojo de información a todo su personal y los clientes.

Asimismo, agradecer a todos los docentes que nos enseñaron a lo largo de nuestra carrera, por sus consejos, exigencias y paciencia.

A nuestro querido asesor Dr. Rafael Aquize Estrada, queremos expresar nuestro más profundo agradecimiento por su dedicación y profesionalismo durante todo el proceso de elaboración de nuestro proyecto de investigación.

Marleny y Endira

DEDICATORIA

Dedico el presente trabajo, en primer lugar a Dios, por permitirme culminar esta etapa importante de mi formación y por brindarme la fortaleza necesaria para superar cada obstáculo.

A mis queridos padres Tiburcio y Aleja quienes han sido mi mayor ejemplo de esfuerzo y perseverancia. Gracias por su apoyo constante, orientación y confianza depositada en mí a lo largo de este proceso.

A mis hermanos, por su constante motivación y compañía en cada paso de este camino, que fueron fundamentales para alcanzar este objetivo.

Marleny

A Dios por guiarme en el camino correcto y siempre por estar conmigo para cumplir mi sueño de ser profesional.

A mis padres Rómulo y Sofía que siempre han estado presentes para ayudarme a superar mis desafíos y lograr mis objetivos desde mi infancia en los momentos difíciles han sido sus palabras de aliento y motivación. Me siento muy afortunada de tenerlos en mi vida, y los amo más allá de las palabras.

A mis hermanos y hermanas gracias a ellos mi vida ha tenido los momentos más valiosos y memorables que compartimos juntos, tanto felices como difíciles. Agradezco todos los consejos, abrazos, sonrisas y sacrificios que han hecho por mí.

Endira

ÍNDICE GENERAL

PRESENTACIÓN	2
AGRADECIMIENTOS	3
DEDICATORIA	4
ÍNDICE GENERAL	5
ÍNDICE DE TABLAS	8
ÍNDICE DE FIGURAS	10
RESUMEN	11
ABSTRACT	12

CAPÍTULO PRIMERO

INTRODUCCIÓN

1.1. Descripción del problema.....	13
1.2. Formulación de problemas	16
1.2.1. Problema general.....	16
1.2.2. Problemas específicos	17
1.3. Justificación.....	17
1.3.1. Relevancia social.....	17
1.3.2. Implicancias practicas	17
1.3.3. Valor teórico.....	17
1.3.4. Valor metodológico.....	18
1.3.5. Viabilidad o factibilidad.....	18
1.4. Objetivos de investigación	18
1.4.1. Objetivo general	18
1.4.2. Objetivos específicos.....	18
1.5. Delimitación.....	19
1.5.1. Delimitación temporal.....	19
1.5.2. Delimitación espacial	19
1.5.3. Delimitación conceptual.....	19
1.5.4. Delimitación social.....	19

CAPÍTULO SEGUNDO

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de estudios.....	20
2.1.1. Antecedentes internacionales	20

2.1.2. Antecedentes nacionales.....	21
2.1.3. Antecedentes locales.....	23
2.2. Bases teóricas.....	24
2.2.1. Gestión administrativa.....	24
2.2.2. Calidad de servicio.....	36
2.3. Marco conceptual.....	50
2.4. Hipótesis.....	53
2.4.1. Hipótesis general.....	53
2.4.2. Hipótesis específicas.....	53
2.5. Variables.....	53
2.5.1. Identificación de las variables.....	53
2.5.2. Conceptualización de las variables.....	53
2.5.3. Operacionalización de variable.....	54
2.6. Caracterización de la empresa.....	55

CAPÍTULO TERCERO

MÉTODO

3.1. Tipo de investigación.....	57
3.2. Alcance o nivel de la investigación.....	57
3.3. Enfoque de la investigación.....	57
3.4. Diseño de la investigación.....	58
3.5. Población y muestra.....	58
3.5.1. Población.....	58
3.5.2. Muestra.....	59
3.5.3. Muestreo.....	60
3.6. Técnica e instrumentos de recolección de datos.....	60
3.6.1. Técnica.....	60
3.6.2. Instrumento.....	60
3.7. Validación y confiabilidad del instrumento.....	60
3.7.1. Validez.....	60
3.7.2. Confiabilidad.....	61
3.8. Plan de análisis de datos.....	61

CAPÍTULO CUARTO

RESULTADOS

4.1. Presentación y baremación del instrumento aplicado.....	62
--	----

4.2. Resultados respecto a la variable gestión administrativa.....	64
4.3. Resultados respecto a la variable calidad de servicio.....	74
4.4. Prueba de hipótesis.....	86
4.5. Referidos a los objetivos específicos.....	86
4.6. Referidos al objetivo general.....	87

CAPITULO QUINTO

DISCUSION

5.1. Descripción de los hallazgos más relevantes y originales.....	88
5.2. Descripción de las limitaciones del estudio	88
5.3. Comparación crítica con la literatura existente y los antecedentes.....	88
5.4. Implicancias del estudio.....	91
CONCLUSIONES.....	92
RECOMENDACIONES.....	93
REFERENCIAS.....	95
ANEXOS.....	103
Anexo 1: Matriz de operacionalización de variables.....	104
Anexo 2: Matriz de consistencia.....	106
Anexo 3: Matriz del instrumento de la gestión administrativa (colaboradores).....	107
Anexo 4: Matriz del instrumento de la calidad de servicio (clientes).....	109
Anexo 5: Instrumento de investigación para la variable gestión administrativa.....	111
Anexo 6: Instrumento de investigación para la variable calidad de servicio.....	113
Anexo 7: Procedimiento de la baremación.....	115
Anexo 8: Validación de expertos.....	116
Anexo 9: Registro fotográfico.....	118

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Modelos de la calidad del servicio.....	41
Tabla 2 Operacionalizaciones de las variables.....	54
Tabla 3 Clientes por semanas.....	58
Tabla 4 Resultados de la opinión de expertos.....	61
Tabla 5 Análisis de Alfa de Cronbach Global.....	61
Tabla 6 Distribución de los ítems del cuestionario parta la variable gestión administrativa.....	62
Tabla 7 Distribución de los ítems del cuestionario parta la variable calidad de servicio....	63
Tabla 8 Baremación para la variable.....	63
Tabla 9 Distribución y frecuencias de la dimensión planeación.....	64
Tabla 10 Comparación promedio de los indicadores de la planeación.....	65
Tabla 11 Distribución y frecuencias de la dimensión organización.....	66
Tabla 12 Comparación promedio de los indicadores de la organización.....	67
Tabla 13 Distribución y frecuencias de la dimensión dirección.....	68
Tabla 14 Comparación promedio de los indicadores de la dirección.....	69
Tabla 15 Distribución y frecuencias de la dimensión control.....	70
Tabla 16 Comparación promedio de los indicadores del control.....	71
Tabla 17 Distribución y frecuencias de la variable gestión administrativa.....	72
Tabla 18 Comparación promedio de las dimensiones de la gestión administrativa.....	73
Tabla 19 Distribución y frecuencias de la dimensión confiabilidad.....	74
Tabla 20 Comparación promedio de los indicadores de la confiabilidad.....	75
Tabla 21 Distribución y frecuencias de la dimensión capacidad de respuesta.....	76
Tabla 22 Comparación promedio de los indicadores de la capacidad de respuesta.....	77
Tabla 23 Distribución y frecuencias de la dimensión seguridad.....	78
Tabla 24 Comparación promedio de los indicadores de la seguridad.....	79
Tabla 25 Distribución y frecuencias de la dimensión elementos tangibles.....	80
Tabla 26 Comparación promedio de los indicadores de los elementos tangibles.....	81
Tabla 27 Distribución y frecuencias de la dimensión empatía.....	82
Tabla 28 Comparación promedio de los indicadores de la empatía.....	83
Tabla 29 Distribución y frecuencias de la variable calidad de servicio.....	84
Tabla 30 Comparación promedio de las dimensiones de la calidad de servicio.....	85

Tabla 31 Correlación entre las dimensiones de la gestión administrativa y la calidad de servicio.....	86
Tabla 32 Correlación entre la gestión administrativa y la calidad de servicio	87

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Procesos clave de la gestión administrativa.....	29
Figura 2 Dimensiones de la calidad de servicio	42
Figura 3 Dimensión planeación.....	64
Figura 4 Comparación promedio de los indicadores de la planeación.....	65
Figura 5 Dimensión organización.....	66
Figura 6 Comparación promedio de los indicadores de la organización.....	67
Figura 7 Dimensión dirección.....	68
Figura 8 Comparación promedio de los indicadores de la dirección.....	69
Figura 9 Dimensión control.....	70
Figura 10 Comparación promedio de los indicadores del control.....	71
Figura 11 Variable gestión administrativa.....	72
Figura 12 Comparación promedio de las dimensiones de la gestión administrativa.....	73
Figura 13 Dimensión confiabilidad	74
Figura 14 Comparación promedio de los indicadores de la confiabilidad	75
Figura 15 Dimensión capacidad de respuesta.....	76
Figura 16 Comparación promedio de los indicadores de la capacidad de respuesta.....	77
Figura 17 Dimensión seguridad.....	78
Figura 18 Comparación promedio de los indicadores de la seguridad.....	79
Figura 19 Dimensión elementos tangibles.....	80
Figura 20 Comparación promedio de los indicadores de los elementos tangibles.....	81
Figura 21 Dimensión empatía.....	82
Figura 22 Comparación promedio de los indicadores de la empatía.....	83
Figura 23 Variable calidad de servicio.....	84
Figura 24 Comparación promedio de las dimensiones de la calidad de servicio	85

RESUMEN

El presente trabajo de investigación de gestión administrativa y calidad de servicio en el restaurante Jardín el Encanto del distrito de Pisac, Cusco 2024, tiene como objetivo general determinar la relación que existe entre la gestión administrativa y la calidad de servicio en el restaurante Jardín el Encanto del distrito de Pisac. Se usó como teoría el modelo Servperf. El tipo de investigación que se realizó fue básico cuantitativo, descriptivo, correlacional, no experimental y de corte transversal. La población de colaboradores en el estudio estuvo integrada por 12 personas, mientras que la muestra de clientes comprendió un total de 196 individuos. La técnica empleada fue la encuesta, utilizando como instrumento una cédula de preguntas o cuestionario estructurado, los cuales fueron validados por opinión de expertos y presentan la confiabilidad con el Alfa de Cronbach. Los resultados a los que se llegaron son: que la gestión administrativa se presenta con un promedio de 3.22 y la calidad de servicio con 3.08, ambas variables reflejan un nivel medianamente adecuado, valor considerado en una escala de medición de 1 a 5; con dichos resultados, se afirma que existe relación entre la gestión administrativa y la calidad de servicio en el personal del restaurante Jardín el Encanto del distrito de Pisac, donde el Rho de Spearman = 0.927 valor que revela una correlación positiva muy alta, con pvalor < 0,001 lo que indica que la correlación es significativa.

Palabras clave: Gestión administrativa y Calidad de servicio.

ABSTRACT

This research project on administrative management and service quality at the Jardín el Encanto restaurant in the Pisac district of Cusco, 2024, has the general objective of determining the relationship between administrative management and service quality at the Jardín el Encanto restaurant in the Pisac district. The SERVPERF model was used as the theoretical framework. The research was basic quantitative, descriptive, correlational, non-experimental, and cross-sectional. The study population consisted of 12 employees, while the customer sample comprised a total of 196 individuals. The technique used was a survey, employing a structured questionnaire as the instrument, which was validated by expert opinion and demonstrated reliability using Cronbach's Alpha. The results obtained show that administrative management had an average score of 3.22 and service quality an average score of 3.08, both reflecting a moderately adequate level, a value considered on a measurement scale of 1 to 5. With these results, it is affirmed that there is a relationship between administrative management and the quality of service in the staff of the Jardín el Encanto restaurant in the district of Pisac, where Spearman's Rho = 0.927 value that reveals a very high positive correlation, with p-value < 0,001 which indicates that the correlation is significant.

Keywords: Administrative management and Service quality

CAPÍTULO PRIMERO

INTRODUCCIÓN

1.1. Descripción del problema

La gestión administrativa en los restaurantes es un pilar fundamental para la sostenibilidad y competitividad del sector gastronómico a nivel mundial. Una administración eficiente permite optimizar los recursos, mejorar la calidad del servicio y garantizar la rentabilidad del negocio. Sin embargo, en la actualidad, diversos desafíos afectan la operatividad de los restaurantes, tales como la falta de planificación estratégica, la deficiente asignación de recursos, el impacto de la digitalización y las fluctuaciones económicas globales. Según Barten (2024) la crisis sin precedentes en la industria a causa del COVID - 19, ha obligado a los restaurantes a modificar su modelo de negocio con estrategias como la implementación de servicios de entrega y la digitalización de procesos administrativos, sin embargo, muchos restaurantes continúan enfrentando dificultades relacionadas con la gestión del talento humano, el manejo de costos operativos y la adaptación a nuevas tendencias de consumo. La National Restaurant Association (2025) afirma que, en países en desarrollo, la falta de acceso a recursos tecnológicos y financieros limita la adopción de estrategias innovadoras, afectando la estabilidad y crecimiento del sector gastronómico, situación que según Salazar et al. (2018) es por la falta de capacitación en gestión, puesto que muchos propietarios y administradores de restaurantes carecen de formación en administración, lo que limita su capacidad para manejar eficientemente el negocio.

En Perú, la industria de restaurantes ha experimentado un crecimiento notable en las últimas décadas, según Delgado (2025) reporta que de acuerdo al Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) en noviembre de 2024 la actividad de restaurantes, que incluye servicios de comidas y bebidas, registró un incremento del 4,48% en comparación con el mismo mes del año anterior, impulsado por la riqueza culinaria y la creciente demanda tanto de locales como de turistas. Sin embargo, Larico (2022) afirma que este crecimiento no siempre ha ido acompañado de una gestión administrativa adecuada presentando también una deficiente calidad en sus servicios. Muchos emprendedores gastronómicos carecen de formación en administración, lo que se traduce en una planificación deficiente, control ineficaz de costos, gestión inadecuada del personal y falta de estrategias de marketing. Es así que la empresa

PROSEGUR (2024) menciona que la ausencia de prácticas sólidas de contabilidad y control de costos está llevando a pérdidas financieras y dificultades para mantener la rentabilidad en estas empresas y generando una calidad de servicio no muy satisfactoria a los clientes, afectando la reputación del mismo.

Los restaurantes de Cusco reflejan también diversas situaciones lo cual es un factor determinante para el éxito y la sostenibilidad de estos negocios en una ciudad reconocida por su atractivo turístico y riqueza gastronómica. A pesar de la afluencia constante de visitantes nacionales e internacionales, muchos establecimientos enfrentan desafíos significativos en su administración, lo que puede comprometer la calidad del servicio y la rentabilidad. De acuerdo Recharte (2022) el 46% de los clientes califican su nivel de satisfacción como regular en relación con la calidad de atención recibida en un restaurante de Cusco, situación que se viene haciendo común en muchos locales en la ciudad.

De manera más específica se tienen los resultados del restaurante Jardín el Encanto del distrito de Pisac, donde se identificó un manejo inadecuado de los procesos administrativos, así como una falta de capacitación constante para el personal, lo que repercute negativamente en la calidad del servicio ofrecido, junto a ello se pudo evidenciar algunas quejas de los comensales por el servicio recibido por parte del personal, lo que podría ser consecuencia de una falta de planificación y organización de la empresa, ocasionando duplicidad de actividades, así como el bajo conocimiento del personal sobre los platos y servicios que ofrece el restaurante, identificándose una serie de problemas operativos que afectan directamente la calidad del servicio y la experiencia del cliente. Uno de los aspectos más críticos es la falta de un sistema adecuado de evaluación y control de los ambientes de trabajo, lo cual incide negativamente en la eficiencia del servicio y en el bienestar tanto de los empleados como de los comensales. La falta de seguimiento y revisión periódica de los espacios de trabajo, así como de los procesos internos, genera un ambiente desorganizado y propenso a errores, lo cual dificulta la correcta realización de las tareas diarias.

En cuanto a **confiabilidad**, en el restaurante Jardín el Encanto algunos clientes han manifestado preocupaciones respecto a la consistencia en la calidad del servicio, el cumplimiento de promesas hechas por el personal y la rapidez con la que se resuelven los problemas, el servicio brindado, no siempre es uniforme, lo que genera experiencias variables entre los clientes, asimismo, algunos comensales han reportado

retrasos en la entrega de pedidos y diferencias en la preparación de los platos; en lo relacionado al cumplimiento de promesas, en ocasiones, el restaurante no cumple con lo prometido en su carta de servicios, como tiempos de espera o disponibilidad de ciertos platillos, lo que genera desconfianza y afecta la imagen del establecimiento; el cuanto al interés en la resolución de problemas se ha percibido que la rapidez y efectividad varía según el personal en turno, en algunos casos, los clientes han tenido dificultades para quejas o que sus solicitudes sean atendidas de manera oportuna.

En lo referido a la **capacidad de respuesta**, muy a pesar de que el restaurante debería demostrar una actitud de ayuda y ofrecer un servicio rápido y eficiente para cumplir con las expectativas del consumidor, en ciertos momentos del día, especialmente en horas pico, los tiempos de espera pueden ser largos, lo que genera molestia en los clientes, pues la falta de coordinación entre el personal de cocina y los meseros retrasan la entrega de los pedidos; asimismo, algunos clientes han señalado que el personal no siempre demuestra una actitud de ayuda y disposición para resolver dudas o solicitudes, ya que en ocasiones, los clientes deben llamar varias veces la atención de los meseros para ser atendidos; en cuanto al personal comunicativo, existen casos en los que los clientes no son informados adecuadamente sobre el estado de sus pedidos, sobre los tiempos de espera, disponibilidad de platos o promociones no siempre es clara.

En el eje de **seguridad**, el cual implica garantizar a los clientes que el servicio sea entregado de manera confiable y consistente, sin riesgos y cumpliendo las promesas del restaurante, se ha observado que algunos colaboradores no poseen un conocimiento completo sobre los ingredientes de los platillos, lo que afecta la capacidad de asesorar adecuadamente a los clientes, asimismo, algunas veces, el personal no transmite confianza en sus respuestas, lo que genera inseguridad en los clientes sobre la calidad del servicio, ello posiblemente debido a que el restaurante no cuenta con un protocolo estructurado en la atención lo que deriva en errores en la toma de pedidos o en la información brindada a los clientes; la falta de preocupación por los intereses del cliente puede percibirse como poco personalizada, afectando la experiencia gastronómica y reduciendo la posibilidad de fidelización, pues, no todos los clientes sienten que sus necesidades y preocupaciones son atendidas de manera proactiva, especialmente en momentos de alta demanda.

En lo referido a los **elementos tangibles**, en los que se analizó las instalaciones físicas y los equipos los cuales deben ser atractivos, limpios y los empleados y deben proyectar una buena apariencia física para transmitir profesionalismo y confianza, algunos clientes han reportado que ciertas áreas del restaurante presentan desgaste en la infraestructura, lo que genera una impresión negativa, en cuanto al equipamiento, algunos equipos y utensilios utilizados en el servicio de mesa muestran signos de desgaste, o no estar en perfectas condiciones afectando la presentación de los platillos, así también, hay parte del mobiliario del restaurante, como mesas y sillas, que necesitan mantenimiento o renovación para mejorar la comodidad del cliente; la presentación del personal, muestra que la vestimenta no siempre proyecta una imagen uniforme o profesional, lo que afecta la percepción de calidad.

Por último, la **empatía**, enfocada en los clientes que desean que las empresas les brinden un servicio que se adapte a sus necesidades y los haga sentir valorados, se ha observado que la atención no siempre es personalizada, lo que hace que los clientes se sientan tratados de manera poco adecuada, la amabilidad y cortesía, no todos los empleados muestran una actitud cálida y acogedora, lo que afecta la experiencia del cliente, sobre todo en momentos de alta demanda, la cordialidad del servicio se ve reducida, transmitiendo una sensación de apresuramiento y falta de atención.

A partir del análisis de los factores clave en la gestión administrativa y la calidad del servicio y considerando su impacto en la experiencia del cliente, se puede proyectar un escenario futuro para el Restaurante Jardín el Encanto, siendo el riesgo de enfrentar una disminución progresiva en la afluencia de clientes, con una caída debido a la insatisfacción y la falta de diferenciación en el mercado.

En tal sentido es necesario realizar un control de pronóstico, donde la clave del éxito podría ser la optimización del servicio, la capacitación del personal y la modernización de las instalaciones, asegurando una experiencia excepcional para cada cliente y consolidando la reputación del restaurante en Pisac.

1.2. Formulación de problemas

1.2.1. Problema general

¿Cuál es la relación que existe entre la gestión administrativa y la calidad de servicio en el restaurante Jardín el Encanto del distrito de Pisac, Cusco-2024?

1.2.2. Problemas específicos

- ¿Cuál es la relación que existe entre la planificación y la calidad de servicio en el restaurante Jardín el Encanto del distrito de Pisac, Cusco-2024?
- ¿Cuál es la relación que existe entre la organización y la calidad de servicio en el restaurante Jardín el Encanto del distrito de Pisac, Cusco-2024?
- ¿Cuál es la relación que existe entre la dirección y la calidad de servicio en el restaurante Jardín el Encanto del distrito de Pisac, Cusco-2024?
- ¿Cuál es la relación que existe entre el control y la calidad de servicio en el restaurante Jardín el Encanto del distrito de Pisac, Cusco-2024?

1.3. Justificación

1.3.1. Relevancia social

Desde una perspectiva social, este estudio buscó resaltar la importancia de optimizar la gestión administrativa para garantizar una operación eficiente que promueva el desarrollo sostenible del restaurante. Asimismo, se enfocó en la mejora de la calidad del servicio, lo cual impacta directamente en la satisfacción del cliente y, en consecuencia, en la reputación del negocio. Al elevar estos estándares, no solo se beneficia el restaurante como entidad económica, sino también los trabajadores, proveedores locales y la comunidad en general, al generar empleo digno y fortalecer la economía local.

1.3.2. Implicancias prácticas

Este estudio permitió identificar áreas críticas que requieren mejoras inmediatas, como los tiempos de atención, la capacitación del personal y la implementación de estándares de calidad en el servicio. Al adoptar estas mejoras, el restaurante podría incrementar la satisfacción del cliente, lo cual tiene un impacto directo en la fidelización de la clientela y en el aumento de las recomendaciones, tanto presenciales como a través de plataformas digitales, fundamentales en el sector turístico.

1.3.3. Valor teórico

Desde la perspectiva teórica, este estudio contribuye a consolidar y enriquecer el marco conceptual relacionado con la gestión administrativa, al

explorar la interconexión entre factores como la planificación, organización, dirección y control, asimismo, permitió examinar cómo estos factores influyen en la calidad del servicio ofrecido, aportando evidencia empírica que respalda las teorías existentes apoyados en conceptos y modelos esenciales en las ciencias administrativas y de servicios que pueden ser aplicados no solo a este caso particular, sino también a otros negocios similares en contextos turísticos y gastronómico.

1.3.4. Valor metodológico

La investigación cuenta con un gran valor metodológico pues permitió recabar correctamente datos para tener una información precisa donde se justifica en la aplicación de la técnica de encuesta, los cuales sirvieron para medir las percepciones que tienen los clientes y los colaboradores en cuanto a la calidad de servicio, dichos instrumentos fueron validados y presentan la confiabilidad con el Alfa de Cronbach, pudiendo servir de utilidad en futuros estudios.

1.3.5. Viabilidad o factibilidad

La presente investigación es factible, ya que las investigadoras tuvieron acceso al lugar de investigación que viene a ser el restaurante Jardín el Encanto del distrito de Pisac, asimismo, se tuvo acceso a la información y se contó con los recursos necesarios para la correcta obtención de datos.

1.4. Objetivos de investigación

1.4.1. Objetivo general

Determinar la relación que existe entre la gestión administrativa y la calidad de servicio en el restaurante Jardín el Encanto del distrito de Pisac, Cusco 2024.

1.4.2. Objetivos específicos

- Determinar la relación que existe entre la planificación y la calidad de servicio en el restaurante Jardín el Encanto del distrito de Pisac, Cusco–2024.

- Determinar la relación que existe entre la organización y la calidad de servicio en el restaurante Jardín el Encanto del distrito de Pisac, Cusco–2024.
- Determinar la relación que existe entre la dirección y la calidad de servicio en el restaurante Jardín el Encanto del distrito de Pisac, Cusco–2024.
- Determinar la relación que existe entre el control y la calidad de servicio en el restaurante Jardín el Encanto del distrito de Pisac, Cusco–2024.

1.5. Delimitación

1.5.1. Delimitación temporal

La presente investigación se desarrolló durante el segundo semestre del año 2024, en el restaurante Jardín el Encanto, distrito de Pisac, provincia Calca, Región Cusco.

1.5.2. Delimitación espacial

La investigación se realizó específicamente en las instalaciones del restaurante Jardín el Encanto, (Calle San Francisco), distrito de Pisac, provincia Calca, Región Cusco.

1.5.3. Delimitación conceptual

En la presente investigación se delimitó a dos variables que son: gestión administrativa y la calidad de servicio, cada uno de ellos con sus respectivas dimensiones.

1.5.4. Delimitación social

El trabajo de investigación se delimitó a los trabajadores y clientes restaurante Jardín el Encanto del distrito de Pisac.

CAPÍTULO SEGUNDO

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de estudios

2.1.1. Antecedentes internacionales

Antecedente 1

En Ecuador, Bravo (2020) realizó la tesis de pregrado denominada “La gestión administrativa y su influencia en la satisfacción al cliente de los restaurantes de la Parroquia San Lorenzo- Manta” cuyo objetivo fue analizar de qué manera la gestión administrativa influye en la satisfacción al cliente de los restaurantes de la parroquia San Lorenzo del cantón Manta, fue un estudio cuantitativo, correlacional, no experimental, la población fueron los clientes de los restaurantes hallando una muestra de 3006 personas a quienes se les aplicó un cuestionario, llegando a las siguientes conclusiones:

Primera: El 97% de los encuestados consideró que la gestión administrativa contribuye a la calidad del servicio.

Segunda: El 85% afirmó que los dueños de los restaurantes no aplican gestión administrativa debido a la falta de conocimiento e interés.

Tercera: La gestión administrativa tiene un impacto significativo en la calidad del servicio y la satisfacción al cliente.

Cuarta: La falta de planificación y estrategias administrativas ha causado pérdidas económicas y una menor competitividad en el sector restaurantero.

Antecedente 2

En Ecuador, Espinoza (2019) desarrolló la tesis de pregrado denominada “La gestión administrativa y la calidad del servicio al cliente en el Hotel el Molino Periodo 2018” teniendo como objetivo “Determinar de qué manera la gestión administrativa incide en la calidad del servicio al cliente en el Hotel El Molino”, en cuanto a la metodología fue un estudio de enfoque cuantitativo, no experimental, la población fueron 8 trabajadores del hotel y 96 clientes. Las conclusiones a las que se llegó son:

Primera: Las percepciones superaron las expectativas de los clientes, con un promedio general de satisfacción del 93 %

Segunda: El 93% de los clientes encuestados manifestaron que la percepción sobre la calidad de servicio recibidos por parte del hotel, supera las expectativas que tenían.

Tercera: La gestión administrativa bien aplicada mejora significativamente la calidad del servicio al cliente.

2.1.2. Antecedentes nacionales

Antecedente 3

En Huancayo, Baldeón (2021) desarrolló la tesis de pregrado denominada “Gestión administrativa y calidad de servicio de la empresa “JBP” S.A.C., Huancayo – Junín, 2021” cuyo objetivo fue “Determinar la relación que existe entre la gestión administrativa y la calidad de servicio ofertado por la empresa JBP S.A.C., Huancayo – Junín, 2021”. Se utiliza un enfoque no experimental, transversal, con enfoque correlacional causal y descriptivo. Los participantes fueron los 42 trabajadores de la empresa. Los resultados a los que se llegaron son:

Primera: La gestión administrativa fue calificada por el 57.14% como buena, para el 42.86% es regular.

Segunda: En cuanto a la calidad de servicio el 78.57% indico que es bueno, y para el 21.43% es regular.

Tercera: Existe una relación significativa entre la gestión administrativa y la calidad de servicio, con un coeficiente de correlación de Spearman $Rho = 0.694$.

Cuarta: El p valor o la sig. (bilateral) $p=0.001$, lo que significa que existe una correlación significativa (0.636), entre la planeación y la calidad de atención en la empresa.

Quinta: El p valor o la sig. (bilateral) $p=0.001$, lo que significa que existe una correlación significativa (0.709), entre la organización y la calidad de atención en la empresa.

Sexta: El p valor o la sig. (bilateral) $p=0.001$, lo que significa que existe una correlación significativa (0.735), entre la dirección y la calidad de atención en la empresa.

Séptima: El p valor o la sig. (bilateral) $p=0.001$, lo que significa que existe una correlación significativa (0.633), entre el control y la calidad de atención en la empresa.

Antecedente 4

En Pucallpa, García, (2019) realizó la tesis de pregrado denominada “Gestión de calidad y eficacia de los procesos administrativos en las mypes del sector servicios, restaurant turístico - Yarinacocha, 2019”. Cuyo objetivo fue “Determinar la relación entre la gestión y la eficacia de los procesos administrativos en las mypes del sector servicios, restaurant turístico-Yarinacocha”. La metodología de investigación fue del tipo cuantitativa, de nivel descriptivo-correlacional y diseño no experimental, transversal, la población fueron 82 restaurantes turísticos registrados, hallando una muestra de 11 restaurantes. Los resultados fueron los siguientes:

Primera: Se confirma la existencia de una relación entre la gestión de calidad y la eficacia de los procesos administrativos mediante la aplicación del coeficiente de correlación de Pearson.

segunda: Existe una relación entre la dimensión enfoque al cliente (gestión de calidad) y la administración dinámica/proceso dirección (gestión variable de procesos administrativos) en relación al primer objetivo específico.

Tercera: Existe una relación entre la gestión de procesos (variable de gestión de calidad) y la gestión mecánica u organización de procesos (variable de gestión de procesos).

Cuarto: Existe una relación entre la dimensión de calidad del diseño de servicio (gestión de calidad) y la administración dinámica/proceso de dirección (gestión de procesos administrativos) en relación con el tercer objetivo específico.

2.1.3. Antecedentes locales

Antecedente 5

En La Convención – Cusco, Puella y Moscoso (2022) desarrollaron la tesis de pregrado titulada: “Gestión empresarial y calidad de servicio de las empresas hoteleras en el distrito de Santa Ana, La Convención, Cusco 2022” la cual tiene como objetivo principal: determinar cómo la gestión corporativa está relacionada con la calidad del servicio de las empresas hoteleras. Fue un estudio de tipo básico, enfoque cuantitativo, alcance correlacional y diseño no experimental, los resultados a los que se llegó son los siguientes:

Primera: Existe una correlación positiva alta entre las variables de gestión empresarial y la calidad de servicio con $pvalor=0.001$ y Rho de Spearman= 0.711 .

Segunda: Existe una correlación positiva moderada entre las variables de organización y calidad de servicio con $pvalor=0.001$ y Rho de Spearman= 0.645 .

Tercera: Existe una correlación positiva moderada entre las variables de planificación y calidad de servicio con $pvalor=0.004$ y Rho de Spearman= 0.416 .

Cuarta: Existe una correlación positiva alta entre las variables de dirección y calidad de servicio con $pvalor=0.001$ y Rho de Spearman= 0.887 .

Quinta: Existe una correlación positiva alta entre las variables del control y calidad de servicio con $pvalor=0.001$ y Rho de Spearman= 0.756 .

Sexta: La gestión empresarial se presenta con un 60% de encuestados quienes manifestaron que nunca desarrollan actividades de gestión empresarial, para el 20% casi siempre se realizan estas actividades, el 13.3% indico que a veces y el 6.7% manifestó que casi siempre se llevan a cabo actividades de gestión.

Séptima: En cuanto a la calidad de servicio el 55.6% indico que a veces se desarrollan actividades para mejorar la calidad de servicio, el 40% opinó que casi siempre, para el 2.2% casi nunca se desarrollan estas actividades y otro 2.2% indico que nunca.

Antecedente 6

En Cusco, Barra (2022) desarrolló la tesis de pregrado denominada “Percepción de la calidad de servicio en el Hotel Koyllur Inn de la ciudad del Cusco, 2022” cuyo objetivo fue “Evaluar la percepción de la calidad del servicio en el hotel Koyllur Inn de Cusco utilizando el modelo Hotelqual, considerando personal, instalaciones y organización” fue un trabajo de tipo cuantitativo, descriptivo, no experimental, la población fueron 50 clientes del hotel, las conclusiones a las que se llegaron son:

Primera: La calidad de servicio en el Hotel Koyllur Inn es percibida como deficiente según el estudio, con un promedio de satisfacción del 60%. Esto significa que, aunque algunas dimensiones como las instalaciones son evaluadas de manera positiva, el desempeño del personal y la organización presenta áreas de mejora significativas.

Segunda: Las instalaciones fueron mayormente evaluadas de forma positiva (promedio del 72% de acuerdo o totalmente de acuerdo en ítems relacionados con infraestructura, limpieza y seguridad). Las habitaciones y el mobiliario se consideran en buen estado y confortables.

Tercera: en cuanto al personal existe una percepción general moderada, con un 50% de acuerdo en ítems como colaboración y actitud profesional. Sin embargo, existe un alto porcentaje de respuestas indiferentes o negativas en áreas como profesionalismo, capacidad de respuesta y comprensión de las necesidades de los huéspedes.

Cuarta: En cuanto a la organización fue evaluada como adecuada en algunos aspectos, como rapidez de los servicios (62% de acuerdo) y resolución de problemas (74% de acuerdo). Sin embargo, el manejo organizativo aún no cumple completamente las expectativas de los clientes.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Gestión administrativa

La gestión administrativa es el conjunto de principios, procesos y prácticas que permiten planificar, organizar, dirigir y controlar los recursos de una organización para alcanzar sus objetivos de manera eficiente y eficaz (Chiavenato, 2019). Suárez-Espinar (2018) menciona que es la que atestigua

que la oferta satisface a la demanda en diversas actividades productivas, lo cual posibilita que los costos disminuyan de manera continua y beneficien al consumidor. Por su parte Robbins y Coulter (2023) indican que implica la organización, coordinación y supervisión de las actividades de otros, de tal forma que estas se lleven a cabo de forma eficiente y eficaz. Para Werther et al. (2019) es el proceso de diseñar y mantener un entorno en el que, trabajando en grupos, los individuos cumplan eficientemente objetivos específicos.

2.2.1.1. Evolución del concepto de la gestión administrativa

Según Chiavenato (2019) la palabra administración viene del latín ad (dirección, tendencia hacia) y minister (subordinación u obediencia), lo cual inicialmente tuvo un significado, aquel que realiza una tarea o función bajo la supervisión de otro, sin embargo con el pasar de los años el significado original de la palabra ha sufrido un cambio, pues actualmente la tarea de administración es definir los objetivos y convertirlos en acción o realidad, mediante la planeación, la organización, la dirección y el control en el uso de los recursos y competencias, asimismo estas actividades impulsoras se deben aplicar en todas las áreas o niveles que pudieran existir en la organización con la finalidad de alcanzar los objetivos organizacionales que se han sido definidos, además la administración implica tomar decisiones en el camino para alcanzar las metas u objetivos de manera adecuada y eficiente.

Según la autora Julio (2020) menciona que el concepto de gestión administrativa, ha evolucionado a medida que el hombre ha progresado en la consecución de nuevas tecnologías y relaciones para mejorar los nuevos productos y servicios, buscando satisfacer a los clientes, también busca, a través de las personas, mejorar la productividad y la competitividad de las empresas o negocios. El que se encarga de la gestión se ve afectado por diversos factores complejos, especialmente de carácter externo, los cuales impulsan a que la acción de gestionar sea dinámica y en constante movimiento.

2.2.1.2. Importancia de la gestión administrativa

Según los autores Mendoza y Moreira, (2021) la importancia de la gestión administrativa en una organización es uno de los elementos más sustentables, ya que permite prevenir y preparar a la organización para actuar de forma anticipada, ya que de ella depende el éxito o el fracaso de la organización. De igual modo, esta gestión se encuentra a cargo del gerente o jefe de las operaciones, quien debe asegurarse de que los recursos empleados se gestionen de manera eficiente. Para la autora Julio (2020) la gestión administrativa es un término esencial, ya que engloba todo el ámbito de los conocimientos acerca de la ciencia administrativa pues mediante de ella se lleva a cabo la acción no solo de administrar y cumplir las cuatro fases del proceso administrativo que estimó Henry Fayol, comprende otros elementos para llegar a los objetivos, incorpora la estrategia, la visión al futuro y misión, así mismo debe entender el presente con las influencias del entorno y el contexto, debe proyectar varios escenarios a futuro entre los más importantes aspectos. Este despliegue no solo de conocimiento sino de la acción holística se la entiende como gerenciamiento o management, lo cual muestra el desempeño, conocimiento, experticia de los que dirigen la empresa y deben poseer con estas esenciales virtudes para ser un profesional de negocios y de empresas. Por su parte Suárez-Espinar, (2018) menciona que es fundamental la gestión administrativa en lo que respecta a la dinámica de una economía de mercado; dicha administración se fundamenta en la capacidad de un individuo, el empresario, de contemplar situaciones dentro de la economía que aseguran una rentabilidad razonable, así como la generación de bienes y servicios.

2.2.1.3. Características de la gestión administrativa

Para Chinga y Gómez, (2023) la gestión administrativa posee características muy importantes para su desarrollo dentro de una administración, en este sentido se establecen las siguientes:

- **Universalidad:** La gestión administrativa es universal, ya que se puede aplicar a cualquier entidad independientemente de su área de negocio, tales como hospitales, hoteles, fábricas, entre otras.
- **Valor instrumental:** La gestión administrativa es un medio mediante el cual los directivos de una compañía tratan de alcanzar sus objetivos, es decir, el objetivo no es aplicar la gestión sino utilizarla para obtener los mejores resultados.
- **Unidad temporal:** La gestión administrativa debe ser incorporada en cada fase del proceso dentro de la organización.
- **Amplitud de ejercicio:** El proceso de gestión deberá aplicarse en todos los niveles jerárquicos que cuente la empresa.
- **Especificidad:** La particularidad de la gestión es específica, es decir, sus atributos la convierten en una singularidad en el proceso administrativo de la organización.
- **Interdisciplinaria:** La gestión administrativa está estrechamente relacionada con aquellas ciencias que determinan la eficacia en los procesos.
- **Flexibilidad:** La gestión administrativa se adapta a cualquier entidad, también se hace con los sistemas sociales, adaptándose a las necesidades de los usuarios.

2.2.1.4. Objetivos de la gestión administrativa

La gestión administrativa tiene como objetivo optimizar el uso de los recursos disponibles para alcanzar las metas de la organización de manera eficiente y eficaz (Chiavenato, Introducción a la teoría general de la administración, 2019). Robbins y Judge (2017) afirman que es lograr las metas organizacionales mediante la adecuada gestión de los recursos disponibles. Asimismo, Weihrich et al. (2017) mencionan que es facilitar un entorno organizacional que permita a los individuos trabajar en conjunto para alcanzar objetivos preestablecidos de manera eficiente.

2.2.1.5. La gestión administrativa como ciencia, técnica y arte

Según los autores Ramírez et al., (2022) mencionan que la gestión administrativa es:

- Es ciencia novedosa cuyo objeto y método de estudio aún se cuestiona, no obstante, en todo caso, el fenómeno administrativo se encuentra presente y debe ser examinado con criterio y método científico, como en el caso de las demás disciplinas sociales.
- Si la técnica se compone de un conjunto de métodos y procedimientos, es posible inferir que la administración es una técnica, en la medida en que dichos métodos y procedimientos se emplean para la gestión y ejecución de las actividades humanas administrativas.
- Si el arte es hacer bien las cosas, en otras palabras, la creación, la expresión nueva y la perfección, es evidente que la acción de la administración científica busca obtener resultados óptimos en la ejecución de las tareas y también es un arte verdadero.

Según Chiavenato (2019) la gestión administrativa es ciencia, tecnología y arte al mismo tiempo, en contraste:

- Como ciencia, la gestión se fundamenta en fundamentos científicos, métodos y teorías basadas en datos y evidencias analizadas, experimentadas y comprobadas en la práctica diaria. Como ciencia, define qué causa qué, por qué lo causa y cuándo lo causa; es decir, causa y efecto. En otras palabras, cuando la fuerza dada Suelta y cuando te detengas.
- Como tecnología, la gestión utiliza la tecnología, modelos conceptuales, prácticas y herramientas basadas en la teoría científica para ayudar a los administradores en su trabajo.
- Como arte requiere que los directivos analicen cada situación con una visión integral, intuición y un enfoque creativo e innovador no sólo para resolver problemas, sino principalmente para crear, cambiar, innovar y transformar la organización.

Para Pineda y Tello (2018) la gestión administrativa como un arte parece compartir la visión de este trabajo como un proyecto que no se fundamenta en pautas de acción sistemáticas y preestablecidas, ni en criterios derivados de un conocimiento académico. La administración como práctica social, parece comprender de manera muy acertada el uso del término tecnología o técnica, debido a que dicha práctica social revelaría ciertas aptitudes, tales como las funciones del proceso administrativo. No obstante, también podría comprender la relevancia de que se consideren algunas herramientas administrativas como el balance Scorecard, el benchmarking, la reingeniería, el modelo canvas, el coaching, el empowerment, el outsourcing, entre otros.

2.2.1.6. Procesos clave de la gestión administrativa

Chiavenato (2019) menciona que la gestión administrativa se operacionaliza mediante la aplicación de los siguientes procesos clave:

Figura 1

Procesos clave de la gestión administrativa



Nota: Elaboración propia en base a lo mencionado por Chiavenato (2019)

A) Planeación

Primera función administrativa, por ser la que sirve de base para el resto de las funciones, pues define anticipadamente cuáles

son los objetivos a ser alcanzados y qué se debe hacer para lograrlo (Chiavenato, 2019). Para Robbins y Judge (2017) la planeación implica formular metas específicas y definir los pasos necesarios para alcanzarlas, utilizando de manera efectiva los recursos organizacionales. Weihrich et al. (2017) mencionan que consiste en seleccionar misiones y objetivos, así como las acciones para lograrlos, lo cual requiere tomar decisiones anticipadas sobre lo que se hará en el futuro.

De acuerdo a Chiavenato (2019) la función de la planeación se divide en los siguientes indicadores:

a) Definir la misión

Para Chiavenato (2019) definir la misión significa identificar la razón de ser de una organización, el propósito por el cual existe y cómo contribuye a satisfacer necesidades específicas de su entorno. Alles (2023) menciona que es delimitar claramente el propósito organizacional, considerando el entorno y las capacidades internas, para guiar las decisiones estratégicas.

b) Formular objetivos

Chiavenato (2020) menciona que formular objetivos significa establecer metas claras y específicas que sirvan como guía para las acciones organizacionales, asegurando que todas las actividades se orienten al cumplimiento de la misión y visión. Weihrich et al. (2017) mencionan que es determinar los fines específicos que se pretenden alcanzar, los cuales deben ser cuantificables, alcanzables y relacionados con los planes estratégicos.

c) Definir los planes para alcanzar los objetivos

Se trata de identificar los recursos y las actividades necesarias para lograr los objetivos de la organización. Posteriormente, se debe planificar cómo organizarlos en equipos de trabajo, es decir, establecer la estructura

departamental de la empresa (Demelza, 2017). Werther et al. (2019) indican que es desarrollar procedimientos, políticas y estrategias que guíen a la organización hacia el logro efectivo de sus objetivos.

d) Programar las actividades

Chiavenato (2019) menciona que es programar las actividades implica establecer una secuencia lógica y cronológica para ejecutar las tareas necesarias que permitan alcanzar los objetivos organizacionales, asignando los recursos adecuados. D'Alessio (2015) afirma que es la planificación detallada de las acciones y tiempos requeridos para implementar estrategias y alcanzar los objetivos de manera eficiente.

B) Organización

Es el acto de organizar, estructurar e integrar los recursos y órganos involucrados de su administración, y establecer sus atribuciones y las relaciones entre ello (Chiavenato, 2019). Silva y Sánchez (2024) afirman que, en esta fase, se ordena la estructura organizativa de la empresa y se designan los recursos de manera eficiente para llevar a cabo las actividades planificadas. En el mismo sentido Pando-Mamani (2021) indica que la organización es la etapa en la que se ordena y se distribuye el trabajo. la autoridad y recursos entre los integrantes de una organización, de modo que estos puedan alcanzar las metas establecidas por la organización.

De acuerdo a Chiavenato (2019) la función de la organización se divide en los siguientes indicadores:

a) Dividir el trabajo

Chiavenato (2020) define dividir el trabajo como la especialización de actividades en tareas específicas que pueden ser realizadas por diferentes personas o grupos, con el objetivo de aumentar la eficiencia y la productividad organizacional. Daft (2019) menciona que es la distribución de tareas

específicas entre individuos o departamentos, lo que permite que las organizaciones se beneficien de la especialización y el enfoque en áreas concretas.

b) Designar actividades

Werther et al. (2019) explican que designar actividades consiste en delegar tareas específicas a los empleados, garantizando que cada persona tenga claras sus responsabilidades y funciones dentro de la estructura organizacional. Para González y Pérez, (2021) durante su designación, se debe tener en cuenta lo siguiente:

- El número de empleados será suficiente para desarrollar de manera adecuada las tareas que deben desempeñarse.
- Dispondrán de la formación adecuada para el tipo de actividades que deben llevar a cabo.
- Disponibilidad de tiempo de dedicación y herramientas adecuadas.

c) Asignar los recursos

Chiavenato (2020) define la asignación de recursos como el proceso mediante el cual se distribuyen los recursos humanos, materiales, financieros y tecnológicos disponibles en la organización, con el objetivo de alcanzar las metas de manera eficiente. D'Alessio (2015) señala que es la distribución de los medios disponibles a las actividades necesarias, considerando prioridades estratégicas y el impacto en los resultados.

d) Definir autoridad y responsabilidad

Chiavenato (2019) define la autoridad como el derecho legítimo de tomar decisiones, dirigir a otros y asignar recursos para alcanzar los objetivos organizacionales y la responsabilidad como la obligación de los individuos de cumplir con las tareas asignadas y rendir cuentas por los resultados obtenidos Robbins y Coulter. (2023) señalan que

definir autoridad implica especificar quién tiene el poder de tomar decisiones en una organización, mientras que la responsabilidad se refiere a la obligación de realizar tareas asignadas y rendir cuentas por su ejecución.

C) Dirección

Según Chiavenato, (2019) menciona que la dirección está relacionada con la acción, con la puesta en marcha, y tiene mucho que ver con el papel de las personas y de los dirigentes. Las personas deben ser aplicadas en sus áreas para que así cumplan con sus funciones adecuadamente, por lo tanto, las personas deben recibir la capacitación, para que así se pueda alcanzar los objetivos o metas así la dirección implica la orientación de esfuerzos humanos además trata de las relaciones interpersonales de los administradores en todos los niveles de la organización. Conforme a Pando-Mamani, (2021) la función de dirección es la tercera etapa del trabajo administrativo en la actualidad dentro del proceso de enseñanza y aprendizaje. Es la etapa ejecutiva, es decir, la etapa en la que se lleva a cabo el acto y es el elemento esencial de la relación entre personas mediante la cual los subordinados pueden comprender y colaborar con eficacia y eficiencia al alcanzar los objetivos establecidos. Para Mero-Vélez (2018) la dirección consiste en guiar, influir y motivar a los empleados para que lleven a cabo tareas clave. Este aspecto es fundamental y constituye el núcleo más relevante de la administración, aunque también es donde se presentan la mayoría de desacuerdos, algunos de los cuales pueden ser fortuitos.

De acuerdo a Chiavenato (2019) la función de la dirección se divide en los siguientes indicadores:

a) Comunicación

La comunicación es el sistema más eficaz de coordinación e integración. La información que se entrega, la definición de los canales, del contenido, de los destinatarios, el

sentido, etc. Son todos los elementos que deben ser considerados para la integración (García, 2018). Chiavenato (2019) define la comunicación como el proceso mediante el cual las personas e instituciones intercambian información, ideas, sentimientos y significados a través de un sistema común de símbolos, señales y comportamientos.

b) Motivación

Robbins y Judge (2017) mencionan que la motivación es el conjunto de fuerzas internas y externas que influyen en la dirección, la intensidad y la persistencia del esfuerzo para alcanzar metas. González et al. (2021) mencionan que es el proceso que despierta el interés y la energía necesaria para la realización de tareas, guiado por las expectativas de lograr metas deseadas.

c) Liderazgo

Wehrich et al. (2017) describen el liderazgo como la capacidad de una persona para guiar y motivar a un grupo hacia el cumplimiento de sus objetivos, utilizando su influencia personal y profesional para generar compromiso. Chiavenato (2017) define el liderazgo como la capacidad de influir en las personas para lograr que trabajen con entusiasmo en la consecución de objetivos comunes, mediante el uso adecuado de la autoridad, motivación e influencia.

d) Orientación

Chiavenato (2019) define la orientación como el proceso mediante el cual los individuos son guiados para entender su rol y las expectativas organizacionales, proporcionando la información y los recursos necesarios para que puedan desempeñarse eficazmente en su trabajo. Alles (2023) describe la orientación como la acción de integrar a los empleados en la organización, brindándoles la información y la

capacitación necesaria para el adecuado desempeño de sus tareas y su integración cultural.

D) Control

Según Chiavenato (2019) dice que el control es la última función administrativa y que depende de la planeación, la organización y la dirección para formar el proceso administrativo. La finalidad del control es asegurar que los resultados de lo que fue planeado, organizado y dirigido se ajusten tanto como sea posible a los objetivos previamente establecidos. Por otro lado, la esencia del control consiste en verificar si la actividad controlada está o no alcanzando los objetivos o resultados deseados. El control básicamente es un proceso que presenta fases donde cada fase debe ser explicada lo cual permite llegar hacia un fin determinado. Garcia (2018) afirma que el control es verificar si todo lo planeado se realiza correcta y conforme al plan adoptado, las ordenes impartidas y los principios admitidos. Para Pando-Mamani (2021) es controlar es la acción de medir y aplicar acciones correctivas del desempeño individual y organizacional para que así las acciones se adapten a los planes establecidos por la organización.

De acuerdo a Chiavenato (2019) la función del control se divide en los siguientes indicadores:

a) Definir estándares

Chiavenato (2019) define los estándares como los parámetros o criterios específicos que deben cumplirse para que las actividades y resultados se consideren aceptables o exitosos. Estos estándares son fundamentales para medir el rendimiento y establecer objetivos. D'Alessio (2015) define los estándares como los objetivos medibles que sirven para evaluar el rendimiento, y que son necesarios para garantizar que las actividades de la organización se alineen con sus metas estratégicas.

b) Monitorear el desempeño

Serrano et al. (2018) mencionan que el monitoreo abarca las tareas de supervisión llevadas a cabo de manera directa por diversas áreas de dirección dentro de la organización, con el objetivo de prevenir situaciones que puedan causar pérdidas o generar costos elevados. Chiavenato (2020) define el monitoreo del desempeño como el proceso continuo de seguimiento y evaluación de las actividades y resultados alcanzados por las personas y la organización, comparándolos con los estándares.

c) Evaluar el desempeño

Chiavenato (2019) define la evaluación del desempeño como un proceso sistemático de apreciación del desempeño de los empleados en el cargo y su potencial de desarrollo futuro, con el propósito de optimizar los resultados organizacionales y personales. Alles (2023) menciona que es una herramienta de gestión que permite medir el grado en que las personas cumplen con los objetivos individuales y organizacionales, identificando fortalezas y áreas de mejora.

d) Tomar acción correctiva

Chiavenato (2019) indica que es el proceso de implementar medidas para corregir desviaciones detectadas en el desempeño organizacional en relación con los estándares previamente establecidos, asegurando el cumplimiento de los objetivos. D'Alessio (2015) señala que tomar acción correctiva consiste en establecer e implementar cambios en las actividades, procesos o estrategias para corregir desviaciones y garantizar el logro de los objetivos estratégicos de la organización.

2.2.2. Calidad de servicio

Según el autor Tschohl (2018) define que calidad de servicio es un conjunto de estrategias que busca satisfacer a los clientes y cumplir con sus

expectativas también optimiza la fidelización de clientes y ayuda a conseguir el éxito de la empresa. Y el servicio al cliente es una ventaja comparativa. En muchos sectores, es la ventaja que determina la competitividad de un negocio. El servicio, por su parte, es el nuevo parámetro que utilizan los clientes para juzgar a una empresa, desde la personalización hasta la comunicación interna, existen diversas áreas en las que una empresa puede enfocarse para elevar su estándar de servicio y destacarse en un mercado competitivo. La mayoría de las empresas no comprenden que el servicio al cliente es realmente una acción de ventas al consumidor y operaciones telefónicas del centro de servicio es vender puesto que estimula a los clientes a regresar a la empresa con mayor frecuencia y a comprar más. Conforme a Palma et al. (2018) en palabras sencillas se puede afirmar que un producto o servicio es de calidad, cuando cumple con las expectativas del cliente, pero en la realidad, la calidad es algo más; es lo que eleva a una empresa por encima o por debajo de los competidores, y lo que permite que, a largo plazo, la empresa progrese o quede inalterable.

Kotler y Keller (2016) describen la calidad de servicio como el nivel en que un servicio cumple o supera las expectativas del cliente, siendo un elemento crítico para la satisfacción y fidelización de los clientes en las organizaciones orientadas al servicio. Zeithaml et al. (2018) definen la calidad de servicio como la evaluación global de la excelencia o superioridad de un servicio percibida por el cliente". Señalan que esta percepción depende de la comparación entre las expectativas previas del cliente y su experiencia real con el servicio recibido.

2.2.2.1. Importancia de la calidad de servicio

Palma et al. (2018) afirman que existen diversas razones por las que se considera importante la calidad del servicio, una de ellas y la más relevante es que los clientes son cada vez más críticos en cuanto a los servicios que ofrecen. Muchos clientes, no solo desean un servicio más satisfactorio, sino que lo esperan. Otra de las causas de este crecimiento futuro será más enfocado en el sector de servicios. Según Kotler y Armstrong (2017a) el servicio al cliente es esencial para cualquier empresa porque afecta directamente la satisfacción de

los clientes y la imagen de la empresa. El reconocido experto en marketing Philip Kotler afirma que el servicio al cliente es una de las estrategias más cruciales para lograr el éxito en el mercado actual. El servicio al cliente no se limita únicamente a resolver problemas o atender quejas, sino que implica brindar una experiencia positiva y satisfactoria en todas las interacciones con los clientes. Esto incluye desde el proceso de compra, hasta el seguimiento post-venta y la atención a consultas o dudas.

Según Tschohl (2018) la importancia de la calidad de servicio como un elemento clave para el éxito y la supervivencia de las organizaciones en un entorno competitivo y esencial porque: un buen servicio al cliente genera confianza y lealtad, lo que hace que los clientes vuelvan a la empresa. donde los productos o servicios son similares, la calidad del servicio que puede ser el factor diferenciador clave. como un servicio al cliente de alta calidad genera recomendaciones positivas y resolver problemas de servicio de manera eficiente y evitar errores reduce los costos asociados con reclamos y quejas. Las empresas deben buscar constantemente formas de mejorar sus interacciones con los clientes. Zeithaml et al. (2018) destacan que la calidad de servicio es crucial para las organizaciones debido a que mejora la satisfacción y la fidelización del cliente, así como mejora la ventaja competitiva de la empresa y logra una reputación de la marca, lo que repercute en el incremento de ganancias, logrando retener a los clientes en el tiempo.

2.2.2.2. Objetivos de la calidad de servicio

De acuerdo con Zeithaml et al. (2018) los objetivos de la calidad de servicio son:

- **Satisfacer y superar las expectativas del cliente:** Garantizar que la experiencia percibida sea igual o superior a las expectativas previas del cliente.
- **Reducir la brecha entre expectativas y percepciones:** Lograr que la entrega del servicio se ajuste a las promesas realizadas.

- **Fomentar la fidelización del cliente:** A través de una experiencia positiva, se busca que los clientes repitan su consumo y mantengan una relación a largo plazo con la organización.
- **Promover la reputación y el boca a boca positivo:** Un servicio de calidad impulsa las recomendaciones de los clientes hacia otros posibles consumidores.
- **Optimizar los procesos de servicio:** Mejorar continuamente las operaciones para cumplir con estándares altos de calidad.

Por su lado, Kotler y Armstrong (2017a) los objetivos principales que destacan incluyen:

- **Establecer relaciones a largo plazo con los clientes:** Convertir a los clientes en defensores de la marca al ofrecerles servicios excepcionales.
- **Incrementar el valor percibido del cliente:** Proporcionar experiencias que los clientes consideren valiosas en relación con el costo del servicio.
- **Mejorar la eficiencia operativa:** Diseñar servicios de calidad que optimicen los recursos y reduzcan fallos en la entrega.

2.2.2.3. Ventajas de calidad de servicio

Según Tschohl (2018) es una herramienta de ventas y una ventaja a largo plazo. En realidad, con frecuencia es la única ventaja que puede conseguir una organización que opera en la economía de servicios, donde muchas organizaciones brindan el mismo servicio en condición. La única diferencia que los clientes pueden notar entre una variedad de productos y servicios es la calidad excepcional de sus servicios. El sentimiento de amistad y confianza hacia una organización es lo que marca esa discrepancia. Según Kotler et al. (2023) mencionan que se relaciona con la capacidad de una empresa para satisfacer y superar las expectativas del cliente, lo que crea una diferenciación competitiva. Kotler define la calidad del servicio como un conjunto de características y atributos que permiten que el servicio

cumpla o supere las expectativas del cliente, lo que aumenta la satisfacción y la lealtad. Al mejorar la percepción de la marca y aumentar la fidelización del cliente, esto puede proporcionar a la empresa una ventaja competitiva duradera.

Para Bustamante et al. (2019) es una ventaja porque permite comparar expectativas y percepciones del cliente. Un cliente en cualquier organización. Identificar y así crear similitudes. y diferencias que permiten el diagnóstico de la calidad de servicio. También pueden realizar comparación entre diferentes organizaciones. Los mismos servicios se proporcionan en otros lugares. este es un método fácilmente adaptable que se puede cambiar. Según las particularidades de la organización. Quiéres calificar. Finalmente nos permite comprobar Diversidad de opiniones y creencias de los clientes. y expectativas de calidad del servicio.

2.2.2.4. Desventajas de calidad de servicio

Según Murrieta et al. (2019) las desventajas de calidad de servicio son los siguientes:

- Alto costo.
- Incremento de empresas certificadas, lo que ya no aporta ventaja competitiva.
- La necesidad de certificarse puede llevar a tomar malas decisiones.
- En ocasiones se cumple solo por requisito y no se le da la importancia necesaria.
- No es una estrategia como tal.
- Limita la toma de decisiones.
- Crea organizaciones homogéneas.
- Inhibe la innovación y desarrollo de nuevos productos.
- Su relevancia no es comprobable para todos los sectores.

Para Bustamante et al. (2019) la desventaja es el alto costo: implica importantes inversiones en capacitación del personal, tecnología y procesos, que aumentan los costos operativos. En un mercado altamente competitivo, si una empresa se centra únicamente en la calidad del servicio, puede pasar por alto otros aspectos importantes, como la innovación o la eficiencia operativa. Este método se lleva a cabo mediante un cuestionario, por lo que la información puede estar sesgada, ya que las personas pueden no ser conscientes de la dinámica del cuestionario y, por lo tanto, no pueden estar seguras de que el significado de la pregunta sea completamente claro.

2.2.2.5. Modelos utilizados para evaluar la calidad del servicio

Valls et al. (2017) mencionan los siguientes modelos de la calidad del servicio:

Tabla 1

Modelos de la calidad del servicio

Año	Modelo	Autor
1984	Modelo de la imagen	Gronroos
1982	Modelo Servman	Gummerson
1985	Modelo Servqual	Parasuraman, Zeithaml y Berry
1993	Modelo del desempeño	Theas
1991	Modelo multiescenario	Bolton y Drew
1988	Modelo de Zeithaml	Zeithaml
1992	Modelo Servperf	Cronin y Taylor
1994	Modelo Lodgqual	Getty y Thompson
1995	Modelo de Jonson	Tiros & Lanciont
1999	Modelo de Hotelqual	Becerra Grande
1987	Modelo de la Servucción	Eigler y Langeard
1997	Modelo de la estructura jerárquica	Frías t Cuétara

Nota: Valls et al. (2017)

De acuerdo al análisis de los modelos mencionados, y de acuerdo a la realidad del presente estudio, se vio por conveniente aplicar el modelo Servperf.

2.2.2.6. Modelo Servperf

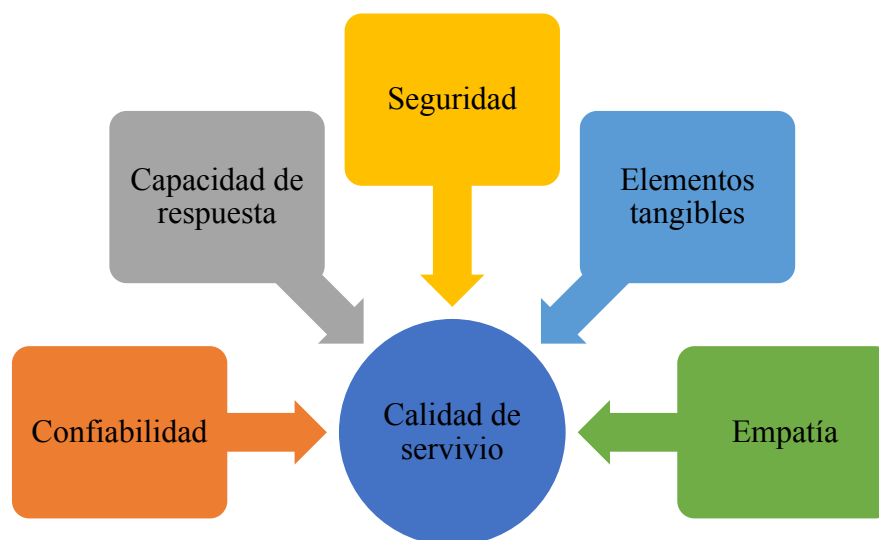
La teoría Servperf (Service Performance) fue propuesta por Cronin y Taylor (1992) esta teoría está basada en la evaluación del desempeño de los servicios a través de la percepción del cliente, sin considerar las expectativas previas del servicio. Servperf se enfoca en la medición directa del desempeño del servicio, lo que lo distingue de otras teorías como Servqual que también incluye las expectativas. Según Ibarra y Casas (2015) es una herramienta utilizada para medir la calidad del servicio basada exclusivamente en las percepciones de los clientes sobre el desempeño del servicio recibido, eliminando la necesidad de evaluar expectativas previas. Esta metodología se fundamenta en la premisa de que las percepciones del cliente reflejan adecuadamente su satisfacción con el servicio, simplificando el proceso de medición y mejorando su eficacia.

2.2.2.7. Dimensiones de calidad de servicio

De acuerdo a Tschohl (2018) las dimensiones de la calidad de servicio son:

Figura 2

Dimensiones de la calidad de servicio



Nota: Elaboración propia en base a lo mencionado por Tschohl (2018)

A) Confiabilidad

Los clientes desean que las empresas realicen el servicio deseado de forma fiable, precisa y consistente (Tschohl, 2018). Kotler y Armstrong (2017b) mencionan que los clientes buscan empresas confiables, que cumplan con lo prometido y que ofrezcan productos y servicios de calidad. Osejos y Merino (2020) afirman que es la prestación del servicio prometido de modo fiable y preciso conforme. Para Zeithaml et al. (2018) la confiabilidad del servicio es definida como la capacidad de una organización para cumplir con lo prometido de manera consistente, precisa y puntual. Es decir, la confiabilidad mide qué tan bien una empresa entrega sus servicios de acuerdo con lo que ha prometido a sus clientes, siendo un factor crucial para generar confianza y satisfacción.

De acuerdo a los conceptos se tienen los siguientes indicadores:

a) Servicio brindado

Capacidad o habilidad para realizar el servicio prometido de una manera fiable, y debe darse de manera consistente en el tiempo (Leire, 2020). Para Zeithaml et al. (2018) es proporcionar los servicios de manera consistente y sin errores, manteniendo la calidad del servicio en todas las interacciones con los clientes cumpliendo con los plazos o fechas acordadas.

b) Cumplimiento de promesas

Zeithaml et al. (2018) menciona que es entregar lo que se ha prometido, ya sea en términos de tiempo, resultados o nivel de servicio. Kotler y Armstrong (2017b) señalan que el cumplimiento de promesas es uno de los aspectos fundamentales para lograr la satisfacción del cliente, ya que forma parte de la propuesta de valor de la organización. Cumplir lo prometido refuerza la confianza del cliente en la empresa y ayuda a construir relaciones a largo plazo. Para ellos, garantizar

que las promesas realizadas en el marketing (publicidad, promociones, etc.) sean consistentes con la experiencia del cliente es esencial para evitar una discrepancia entre las expectativas y el servicio real.

c) Interés en la resolución de problemas

Zeithaml et al. (2018) incluyen que la resolución de problemas es una dimensión crítica de la capacidad de respuesta, dentro del servicio de calidad. Para la empresa, demostrar interés genuino en resolver los problemas de los clientes es fundamental para reducir la insatisfacción. Este proceso no solo implica corregir el error, sino hacerlo de forma rápida, eficiente y con una actitud positiva. Para Tschohl (2018) el interés en la resolución de problemas debe ser un pilar central de la excelencia en el servicio al cliente. Destaca que las empresas deben empoderar a sus empleados para que tomen decisiones rápidas y creativas al enfrentar problemas, lo que demuestra compromiso y genera una experiencia memorable para el cliente.

B) Capacidad de respuesta

Las empresas deberían mostrar una actitud de ayuda y ofrecimiento de un servicio rápido (Tschohl, 2018). Osejos y Merino (2020) mencionan que es la disposición del personal para ayudar a los clientes y proveerlos de un servicio rápido. Para Zeithaml et al. (2018) mide la disposición de una empresa para ayudar a los clientes y brindarles servicio de manera eficiente y con rapidez. En su modelo, destacan que la capacidad de respuesta es crucial para reducir la insatisfacción del cliente, ya que la rapidez y la eficacia en la atención son esenciales para generar una percepción adecuada. Kotler et al. (2018) también abordan la capacidad de respuesta dentro de la gestión de la experiencia del cliente. Para ellos, la capacidad de respuesta es un elemento que afecta directamente la percepción del cliente sobre la calidad del

servicio recibido. Responder rápidamente a las inquietudes de los clientes no solo mejora su experiencia, sino que también fortalece la relación y genera confianza.

De acuerdo a los conceptos se tienen los siguientes indicadores:

a) Servicio rápido

Kotler y Armstrong (2017a) subrayan que la rapidez en el servicio es un componente esencial de la calidad del servicio que contribuye a mejorar la satisfacción del cliente. Aseguran que los clientes valoran las respuestas rápidas, ya que les permite optimizar su tiempo y reduce la frustración que podría generar la espera. Las empresas que se centran en ofrecer un servicio rápido no solo cumplen con las expectativas de tiempo, sino que también logran mejorar la lealtad y satisfacción del cliente. Conforme a Peña et al. (2022) la agilidad en el servicio es uno de los aspectos más apreciados por los clientes es la rapidez en la respuesta. Hoy en día, existen diversas herramientas para atender a los clientes en tiempo real. Una de ellas es la automatización; el uso de chatbots se ha vuelto común en los servicios de atención al cliente que brindan un servicio de calidad.

b) Actitud del personal

Kotler y Armstrong (2017b) afirman que el personal con actitud positiva y disposición para ayudar tiene un impacto directo en la satisfacción del cliente y en su disposición a regresar. Tschohl (2018) afirma que la actitud del personal determina en gran medida la percepción de calidad del servicio. Los empleados con una actitud positiva y dispuestos a resolver problemas tienen un gran impacto en la lealtad del cliente.

c) Personal comunicativo

Predisposición de ayuda y colaboración para ofrecer lo más adecuado para cada cliente según sus circunstancias y

entendimiento al máximo cuales pueden ser sus necesidades (Gil-López, 2020). Kotler y Keller (2016) mencionan que es la habilidad de los empleados para comunicar información clara y relevante sobre productos y servicios ayuda a establecer relaciones de confianza con los clientes. Además, una comunicación efectiva facilita la gestión de expectativas y la resolución de problemas, lo que contribuye a la satisfacción y lealtad del cliente.

C) Seguridad

La seguridad implica garantizar a los clientes que el servicio será entregado de manera confiable y consistente, sin riesgos y cumpliendo las promesas de la marca (Tschohl, 2018). Para Osejos y Merino (2020) la seguridad son los conocimientos, atención y habilidades mostradas por los empleados para inspirar credibilidad y confianza. Así también Kotler y Keller (2016) la seguridad abarca tanto la protección física del cliente como la confianza psicológica en la empresa y el cumplimiento de expectativas de manera constante.

De acuerdo a los conceptos se tienen los siguientes indicadores:

a) Conocimiento del personal

El conocimiento del personal es clave para ofrecer un servicio eficaz y satisfactorio, ya que los empleados deben estar bien capacitados tanto en productos como en habilidades de servicio al cliente (Kotler & Armstrong, 2017a). Tschohl (2018) enfatiza la importancia de la capacitación continua del personal como una forma de asegurar que los empleados estén siempre actualizados con respecto a los productos, servicios y procedimientos de la empresa. Un personal con gran conocimiento no solo puede resolver problemas rápidamente, sino también proporcionar un servicio que supere las expectativas del cliente, contribuyendo así a la fidelización.

b) Proyectar confianza en la atención

Tschohl (2018) subraya la importancia de proyectar confianza a través de la capacitación del personal. Afirma que los empleados deben ser personas seguras de sí mismas, lo cual se refleja en la manera en que interactúan con los clientes. La confianza proyectada es un indicador de que la empresa tiene la capacidad de cumplir sus promesas de servicio, lo cual genera lealtad y satisfacción en los clientes. Kotler y Keller (2016) enfatizan que proyectar confianza en la atención es un factor crucial para la satisfacción y fidelización del cliente. Los empleados que muestran confianza en su capacidad para manejar situaciones y brindar soluciones a los clientes son percibidos como más competentes, lo que mejora la calidad percibida del servicio.

c) Preocupación por los intereses del cliente

Zeithaml et al. (2018) afirman que la preocupación por los intereses del cliente se refleja en cómo los empleados atienden y resuelven las inquietudes de los clientes. Según ellos, cuando el personal demuestra una genuina preocupación por el bienestar del cliente, no solo se aumenta la satisfacción, sino que también se establece una relación de fidelidad. Según Kotler y Armstrong (2017b) implica que las empresas deben estar profundamente comprometidas con las necesidades y deseos de los clientes, mostrando un interés genuino por sus inquietudes y expectativas.

D) Elementos tangibles

Las instalaciones físicas y los equipos deben ser atractivos, limpios y los empleados deben tener una buena apariencia física (Tschohl, 2018). Gil-López (2020) afirma que es el conjunto de elementos que componen la organización y que el cliente puede visualizar desde los empleados, la forma de relacionarse en la comunicación, así como el centro de trabajo en el que se desarrolla

la actividad. Para Osejos y Merino (2020) es la apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación deben proyectar la calidad del servicio.

De acuerdo a los conceptos se tienen los siguientes indicadores:

a) Instalaciones físicas

Carrón (2019) menciona que las instalaciones físicas son el edificio, comedor, mobiliario, decoración, comodidad, limpieza, ruido de una empresa. Para Zeithaml et al. (2018) el diseño físico del ambiente y la calidad de las instalaciones afectan directamente la satisfacción del cliente. Destacan que los clientes evalúan la calidad del servicio no solo en función de la competencia del personal, sino también de los elementos tangibles, como la limpieza, la comodidad y la seguridad de las instalaciones donde se brinda el servicio.

b) Equipamiento

Según Vásquez, (2017) dice que los equipos de referencia para las empresas, deben ser modernos y sofisticados. Soporte completo y servicio de calidad. El dispositivo debe ser si bien son amplios y atractivos para los clientes, deben ser agradable en cualquier momento. Todos ellos transmiten representaciones físicas o imágenes del servicio que los clientes, y en particular los nuevos, utilizarán para evaluar la calidad con el fin de realizar. Pino et al. (2023) afirman que se establecen una serie de requisitos para los equipos, maquinarias, utillajes y toda superficie que esté en contacto directo o indirecto con los alimentos, es decir, en su entorno.

c) Presentación del personal

Mercado (2020) afirma que el profesional de la restauración juega un papel clave en el sector de la hostelería, por lo que tiene responsabilidades y obligaciones relacionadas con la limpieza. Esto implica que, en todo momento, deben

aplicarse las normas de seguridad e higiene en el trabajo, siendo un requisito esencial. Por lo tanto, es necesario seguir una serie de normas que cumplan con los estándares establecidos. Leire (2020) afirma que los empleados de la empresa de servicios tienen apariencia pulcra y van debidamente uniformados. Kotler y Armstrong (2017b) afirman que los empleados deben tener una apariencia profesional, que esté alineada con los valores de la empresa y la experiencia que se desea ofrecer al cliente. La ropa adecuada, la higiene y una actitud positiva contribuyen a transmitir una imagen positiva de la empresa.

E) Empatía

Kotler y Armstrong (2017a) definen la empatía como la capacidad de los empleados para entender los problemas y necesidades del cliente y responder de manera personalizada y atenta. Aseguran que la empatía contribuye a que los clientes se sientan valorados y entendidos, lo cual es crucial para la satisfacción y fidelización. Para Peña et al., (2022) la empatía implica ponerse en el lugar del otro. Esta habilidad permite comprender mejor las necesidades del cliente y proporciona el impulso necesario para ofrecerle la mejor experiencia. Ya sea respondiendo rápidamente a una consulta con eficiencia o buscando la ayuda de un experto para resolver problemas más complicados, este tipo de actitud te permitirá ganar la aprobación y lealtad de tus clientes.

De acuerdo a los conceptos se tienen los siguientes indicadores:

a) Servicio personalizado

Zeithaml et al. (2018) mencionan que el servicio personalizado se centra en ajustar la oferta a las expectativas del cliente, elevando la satisfacción y la lealtad. Kotler y Keller (2016) abordan la personalización del servicio como una estrategia que no solo mejora la satisfacción del cliente, sino

que también aumenta la eficacia de las empresas. En su visión, el servicio personalizado ayuda a crear una relación más intensa y personalizada con el cliente, lo cual puede generar una ventaja competitiva significativa en el mercado.

b) Amabilidad y cortesía

Para Mateos de Pablo, (2019) la amabilidad y cortesía en el servicio al cliente se refieren a la actitud positiva y respetuosa de los empleados hacia los clientes. Estos comportamientos son esenciales para crear una experiencia agradable y generar confianza en los consumidores. La amabilidad facilita una comunicación abierta y efectiva, mientras que la cortesía contribuye a un ambiente de respeto y profesionalismo, mejorando la satisfacción y lealtad del cliente. Kotler et al. (2018) se refieren a los comportamientos y actitudes del personal hacia los clientes que buscan ofrecer una experiencia agradable y construir una relación de confianza.

2.3. Marco conceptual

- **Administración:** Es un proceso mediante el cual se planea, organiza, dirige y controla el uso de los recursos para lograr los objetivos organizacionales de manera eficiente y eficaz (Chiavenato, 2019).
- **Área crítica:** un área crítica como aquellos factores o aspectos clave que determinan el éxito o fracaso de una organización en el logro de sus objetivos estratégicos. Estas áreas críticas están directamente relacionadas con las capacidades, recursos y procesos fundamentales que una empresa necesita desarrollar y gestionar para mantenerse competitiva y alcanzar sus metas (D'Alessio, 2015).
- **Cliente:** El cliente es una persona u organización que compra bienes o servicios para satisfacer sus necesidades o deseos. Es el centro de todas las estrategias de marketing, y el objetivo principal de las empresas es entenderlo y crear valor para él (Kotler & Armstrong, 2017a).
- **Consumidor:** Es el individuo o grupo que utiliza bienes y servicios para satisfacer sus necesidades, deseos y aspiraciones, siendo influenciado por factores culturales,

sociales, psicológicos y personales que determinan su comportamiento de compra (Solomon et al., 2019).

- **Capacitación:** Es el proceso que permite a la organización, en función de las demandas del contexto, desarrollar la capacidad de aprendizaje de sus miembros, a través de la modificación de conocimientos, habilidades y actitudes, orientándola a la acción para enfrentar y resolver problemas de trabajo (Díaz & Marrero, 2021).
- **Calidad:** es un elemento clave que influye en la satisfacción del cliente y la percepción de valor del producto o servicio. Además, es fundamental para crear relaciones duraderas (Ferrel & Hartline, 2018).
- **Colaboradores:** Son como los embajadores principales de la experiencia del cliente. Subraya que un equipo bien entrenado, empoderado y motivado es el activo más valioso de cualquier empresa para garantizar la satisfacción del cliente (Tschohl, 2018).
- **Compañía:** Es como una organización que diseña, produce y entrega valor a los clientes. Enfatizan que las compañías deben ser vistas como sistemas interconectados donde todos los departamentos trabajan juntos para satisfacer las necesidades del cliente y alcanzar los objetivos de la empresa (Kotler & Armstrong, 2017a).
- **Costo:** El costo se refiere al precio percibido por el cliente, que abarca tanto los aspectos tangibles como los intangibles de la adquisición y uso de un servicio. Subrayan que el costo percibido puede influir significativamente en la percepción de calidad y en la decisión de compra (Zeithaml et al., 2018).
- **Desarrollo sostenible:** Es un modelo que integra la sostenibilidad ambiental, social y económica en la gestión organizacional. Resaltan que las empresas deben implementar políticas que promuevan la innovación y la eficiencia, respetando los recursos naturales y promoviendo el bienestar de las comunidades (Granados & Noblecilla, 2018).
- **Directivos:** Son los líderes que guían a las organizaciones hacia el cumplimiento de sus metas. Resaltan que su rol implica la toma de decisiones basada en datos, la gestión de recursos humanos y financieros, y la adaptación constante a los cambios del entorno empresarial (Villanueva & De Toro, 2018).

- **Eficiencia:** Consiste en obtener los mayores resultados con la mínima inversión (Robbins & Coulter, 2023).
- **Estándar:** Son criterios de referencia utilizados para medir y gestionar la calidad del servicio. Estos autores destacan que los estándares deben basarse en las expectativas del cliente y ser diseñados para garantizar la coherencia y la excelencia en la entrega del servicio (Zeithaml et al., 2018).
- **Estrategia:** Es un plan integral diseñado para alcanzar metas específicas dentro de un entorno competitivo. Destacan que las estrategias efectivas combinan análisis del mercado, posicionamiento, segmentación y la implementación de tácticas que fortalezcan la posición de la empresa (Ferrel & Hartline, 2018).
- **Expectativas de los clientes:** se describen como los juicios previos de los consumidores sobre lo que esperan recibir de un producto o servicio. Estas expectativas se crean a partir de las experiencias previas, la publicidad y el posicionamiento de la marca. Los autores afirman que las expectativas deben ser gestionadas cuidadosamente para evitar la disonancia y promover la satisfacción (Kotler et al., 2023).
- **Fidelización:** Es el proceso de crear y mantener relaciones sólidas, duraderas y rentables con los clientes. Este concepto se centra en satisfacer las necesidades de los consumidores de manera consistente y en generar valor, de forma que los clientes se conviertan en promotores de la marca (Kotler & Armstrong, 2017b).
- **Servicio:** Son actividades o beneficios intangibles ofrecidos a los consumidores, diseñados para satisfacer sus necesidades. Los servicios requieren una atención particular en la experiencia del cliente, ya que su intangibilidad dificulta la evaluación previa al consumo (Kotler et al., 2018).
- **Ventaja competitiva:** Es la capacidad que tiene una organización para diferenciarse de sus competidores y generar mayor valor para sus clientes, ya sea a través de costos más bajos, diferenciación de productos o servicios, o un enfoque en segmentos específicos del mercado (D'Alessio, 2015).

2.4. Hipótesis

2.4.1. Hipótesis general

Existe relación significativa entre la gestión administrativa y la calidad de servicio en el restaurante Jardín el Encanto del distrito de Pisac, Cusco-2024.

2.4.2. Hipótesis específicas

- Existe relación significativa entre la planificación y la calidad de servicio en el restaurante Jardín el Encanto del distrito de Pisac, Cusco-2024.
- Existe relación significativa entre la organización y la calidad de servicio en el restaurante Jardín el Encanto del distrito de Pisac, Cusco-2024.
- Existe relación significativa entre la dirección y la calidad de servicio en el restaurante Jardín el Encanto del distrito de Pisac, Cusco-2024.
- Existe relación significativa entre el control y la calidad de servicio en el restaurante Jardín el Encanto del distrito de Pisac, Cusco-2024.

2.5. Variables

2.5.1. Identificación de las variables

La presente investigación aborda las siguientes variables:

- Variable 1: Gestión administrativa
- Variable 2: Calidad de servicio.

2.5.2. Conceptualización de las variables

- **Gestión administrativa:** La gestión administrativa es el conjunto de principios, procesos y prácticas que permiten planificar, organizar, dirigir y controlar los recursos de una organización para alcanzar sus objetivos de manera eficiente y eficaz (Chiavenato, 2019).
- **Calidad de servicio:** Es la orientación que siguen todos los recursos y empleados de una empresa para lograr la satisfacción de los clientes. Esto incluye a todas las personas que trabajan en la empresa, y no solo a las que tratan personalmente con los clientes o se comunican con ellos a través de diferentes medios (Tschohl, 2018).

2.5.3. Operacionalización de variable

Tabla 2

Operacionalizaciones de las variables

Variab les	Dimensiones	Indicadores
Gestión administrativa	Planeación	<ul style="list-style-type: none"> - Definir la misión - Formular objetivos - Definir planes para alcanzar los objetivos - Programar las actividades
	Organización	<ul style="list-style-type: none"> - Dividir el trabajo - Designar actividades - Asignar recursos - Definir autoridad y responsabilidad
	Dirección	<ul style="list-style-type: none"> - Comunicación - Motivación - Liderazgo - Orientación
	Control	<ul style="list-style-type: none"> - Definir estándares - Monitorear el desempeño - Evaluar el desempeño - Tomar acción correctiva
	Conf	<ul style="list-style-type: none"> - Servicio brindado - Cumplimiento de promesas - Interés en la resolución de problemas
Calidad de servicio	Capacidad de respuesta	<ul style="list-style-type: none"> - Servicio rápido - Actitud del personal - Personal comunicativo
	Seguridad	<ul style="list-style-type: none"> - Conocimiento del personal - Proyectar confianza en la atención - Preocupación por los intereses del cliente
	Elementos tangibles	<ul style="list-style-type: none"> - Instalaciones físicas - Equipamiento - Presentación del personal
	Empatía	<ul style="list-style-type: none"> - Servicio personalizado - Amabilidad y cortesía

2.6. Caracterización de la empresa

La información consignada es la información que brindaron los dueños del restaurante.

2.6.1. Reseña histórica

Jardín El Encanto nació en 2014 como el fruto de un sueño familiar que buscaba entrelazar la pasión por la cocina peruana con el profundo amor por la naturaleza. Inspirado en los paisajes rurales andinos y en las tradiciones culinarias de la región, el restaurante fue concebido como un refugio campestre y acogedor, donde cada visitante pudiera vivir una experiencia sensorial completa: sabores auténticos, aire puro y una atención cálida que conecta con la esencia del Perú.

Desde sus primeros días, El Encanto ha procurado diferenciarse no solo por su propuesta gastronómica, sino también por su firme compromiso con la sostenibilidad, el uso responsable de insumos locales y el apoyo constante a productores de la zona, convirtiéndose en un espacio que celebra la cultura, el entorno y la comunidad.

2.6.2. Visión:

Ser reconocido como uno de los principales restaurantes campestres de la región, destacándonos por la calidad de nuestros platos, el servicio personalizado y nuestro compromiso con la sostenibilidad y el desarrollo local.

2.6.3. Misión:

Ofrecer a nuestros clientes una experiencia gastronómica inolvidable, combinando la frescura de ingredientes locales con el encanto de un ambiente natural y acogedor, promoviendo la cultura y el bienestar.

2.6.4. Datos generales

- **Nombre de la empresa:** Restaurante Jardín el Encanto
- **Nombre comercial:** El Encanto
- **RUC:** 10458887697
- **Dirección:** Calle San Francisco, Pisac Perú

- **Fecha de fundación:** 20/06/2014
- **Sector o industria:** Actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas.
- **Entorno:** Zona rural/turística, rodeado de montañas, jardines e ideal para desconectarse de la ciudad.

2.6.5. Acerca del restaurante

Restaurante Jardín El Encanto está ubicado en turístico pueblo de Pisac, en Valle Sagrado de los Incas. El restaurante está en el costado del Jardín Botánico y tiene una hermosa vista en el jardín.

2.6.6. Servicio que brinda

- Desayunos
- Cena
- Almuerzo
- Postres

2.6.7. Valores corporativos

- Calidad
- Hospitalidad
- Respeto por el entorno natural
- Compromiso social
- Tradición y cultura

2.6.8. Diferenciador

Un espacio único rodeado de jardines y naturaleza, donde se fusiona la cocina tradicional peruana con técnicas contemporáneas, ofreciendo platos innovadores en un ambiente mágico y encantador.

CAPÍTULO TERCERO

MÉTODO

3.1. Tipo de investigación

La presente investigación fue de tipo básica. De acuerdo a lo mencionado por Vásquez-Ramírez et al. (2023) la investigación básica también llamada pura o fundamental, se enfoca en comprender y descubrir los principios y conceptos esenciales dentro de un área específica del conocimiento. Este tipo de estudio busca alcanzar una comprensión objetiva y profunda de los fenómenos naturales y sociales, sin considerar necesariamente su utilidad práctica inmediata.

3.2. Alcance o nivel de la investigación

La investigación fue descriptiva/correlacional.

- **Descriptiva:** Es un tipo de investigación de nivel inicial o secundario cuyo propósito principal es recolectar datos e información relacionados con las características, propiedades, dimensiones, clasificaciones y otros aspectos de objetos, personas, agentes, instituciones, o procesos tanto naturales como sociales (Ñaupas et al., 2023).
- **Correlacional:** Es como un tipo de estudio que tiene como objetivo analizar la relación o grado de asociación existente entre dos o más variables. Este enfoque no busca establecer causalidad directa, sino identificar cómo se vinculan las variables y en qué medida una puede estar relacionada con otra, permitiendo comprender patrones o tendencias en los fenómenos observados (Carrasco-Díaz, 2019).

3.3. Enfoque de la investigación

El presente estudio se realizó bajo el enfoque cuantitativo. De acuerdo con Hernández-Sampieri y Mendoza (2023) es un enfoque que se caracteriza por el uso de la recolección y el análisis de datos numéricos para responder a preguntas de investigación. Este tipo de investigación se apoya en mediciones objetivas, utiliza herramientas estadísticas y busca establecer patrones, relaciones o comportamientos entre variables, permitiendo la generalización de los resultados a partir de muestras representativas.

3.4. Diseño de la investigación

El trabajo de investigación tuvo un diseño no experimental de corte transversal.

- **No experimental:** Es un tipo de investigación en la cual no se manipulan deliberadamente las variables independientes. En este enfoque, los fenómenos se observan tal como ocurren en su contexto natural, permitiendo analizar las relaciones entre variables sin intervención directa por parte del investigador (Fuentes-Doria et al., 2020).
- **Transversal:** Es un diseño de estudio que consiste en recolectar datos en un momento específico o en un período único de tiempo, con el propósito de describir variables y analizar su incidencia e interrelación en una población determinada. Este enfoque permite obtener una fotografía instantánea de la situación estudiada, proporcionando información sobre el estado de las variables en un punto temporal concreto (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2023).

3.5. Población y muestra

3.5.1. Población

Para este trabajo de investigación, se seleccionaron dos poblaciones específicas. Las poblaciones consideradas fueron los siguientes:

- Para la variable gestión administrativa se tomó en cuenta a los 12 colaboradores que trabajan en la empresa.
- Para la variable calidad de servicio los participantes fueron los clientes del restaurante Jardín el Encanto, entre ellos turistas locales, nacionales y extranjeros, habiendo hecho un cálculo de la siguiente manera:

Tabla 3

Clientes por semanas

Semanas	Cantidad de clientes
Semana 1	420
Semana 2	405
Semana 3	360
Semana 4	410
Total	1595

Nota: Registro de clientes obtenidos, de la base de datos del restaurante

De acuerdo a la información de la población, se halló un promedio de 399 clientes atendidos en el periodo de una semana.

➤ **Criterios de inclusión**

- Ser mayor de edad
- No tener más de 65 años

➤ **Criterios de exclusión**

- Menores de edad
- Adultos mayores de 66 años
- Personas con habilidades diferentes

3.5.2. Muestra

Para la realización de este trabajo de investigación, se aplicó la fórmula para hallar la muestra a los clientes del restaurante siendo tal como sigue:

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{(e^2 * (N - 1)) + Z^2 * p * q}$$

Donde

N= Población de estudio	N= 399
n= Muestra	n= Muestra
Z= Nivel de confianza 95% adaptado de la tabla normal estandarizada (Z=1.96)	Z= 1.96
p= Proporción de aciertos 50%	p= 0.50
q= Proporción de errores 50%	q= 0.50
e= Margen de error o error muestra (e=5%)	e= 0.05

$$n = \frac{383.199}{0.995 + 0.960}$$

$$n = \frac{383.199}{1.955}$$

$$n = 195.97$$

$$n = 196$$

La muestra para el estudio fue un total de 196 clientes del restaurante.

3.5.3. Muestreo

Para el caso de los participantes de la variable gestión administrativa se consideró el muestro censal, para la variable calidad de servicio el muestreo fue no probabilístico por conveniencia, según Hernández-Sampieri y Mendoza (2023) el muestreo no probabilístico por conveniencia es un tipo de selección de muestras en el cual los elementos se eligen porque están disponibles o son fáciles de acceder para el investigador. Este método se basa en la proximidad, disposición o accesibilidad de los participantes, lo que lo convierte en una técnica rápida y económica, aunque limita la posibilidad de generalizar los resultados a toda la población.

3.6. Técnica e instrumentos de recolección de datos

3.6.1. Técnica

Para realizar un adecuado recojo de datos del restaurante la técnica que se utilizó fue la encuesta.

3.6.2. Instrumento

Para este trabajo de investigación se utilizó como instrumento el cuestionario, lo cual se hizo a través de preguntas correctamente formuladas a los trabajadores y clientes del restaurante Jardín el Encanto del distrito de Pisac.

3.7. Validación y confiabilidad del instrumento

3.7.1. Validez

Previo a la aplicación del instrumento a la población de estudio, se llevó a cabo la técnica de juicio de expertos con el propósito de optimizar su diseño y redacción, asegurando así la validez del cuestionario para su posterior implementación. (Anexo 7)

Tabla 4

Resultados de la opinión de expertos

Variable	Nombre	Grado	Opinión
----------	--------	-------	---------

Gestión administrativa	Edwin Umeres Mena	Magister	Aplicable
Calidad de servicio	Edwin Umeres Mena	Magister	Aplicable

3.7.2. Confiabilidad

Los resultados del coeficiente de Alfa de Cronbach, fueron los siguientes:

Tabla 5

Análisis de Alfa de Cronbach Global

Estadístico de fiabilidad		
Variable	Alfa de Cronbach	Nº de elementos
Gestión administrativa	0.947	25
Calidad de servicio	0.841	20

Interpretación:

- ✓ El resultado del análisis del Alfa de Cronbach muestra para la variable gestión administrativa un valor de 0.947 lo que indica que tiene una alta confiabilidad con el número de elementos 25 que corresponden a los ítems del cuestionario para dicha variable. En el caso de la variable calidad de servicio, el valor del estadístico de fiabilidad fue de 0.841 reflejando una alta confiabilidad, con el número de elementos 20 que corresponden a la cantidad de ítems en el cuestionario.

3.8. Plan de análisis de datos

El análisis de los datos se llevó a cabo utilizando la hoja de cálculo Excel y el software SPSS versión 25. Los datos se presentaron empleando estadística descriptiva, mostrando los resultados en forma de frecuencias y porcentajes, así como estadística inferencial, donde se incluyó la prueba de hipótesis.

CAPÍTULO CUARTO

RESULTADOS

4.1. Presentación y baremación del instrumento aplicado

4.1.1. Presentación del instrumento

Para determinar el nivel de relación que existe entre la gestión administrativa y la calidad de servicio en el Restaurante Jardín el Encanto del distrito de Pisac, se encuestó a 12 colaboradores y a 196 clientes del restaurante, a través de dos cuestionarios que tuvieron la siguiente distribución:

Tabla 6

Distribución de los ítems del cuestionario para la variable gestión administrativa

Variable	Dimensiones	Indicadores	Ítems
Gestión administrativa	Planeación	- Definir la misión	1
		- Formular objetivos	2
		- Definir planes para alcanzar los objetivos	3, 4
		- Programar las actividades	5
	Organización	- Dividir el trabajo	6
		- Designar actividades	7
		- Asignar recursos	8
		- Definir autoridad y responsabilidad	9, 10
	Dirección	- Comunicación	11, 12
		- Motivación	13, 14
		- Liderazgo	15, 16
		- Orientación	17
Control	- Definir estándares	18, 19	
	- Monitorear el desempeño	20, 21	
	- Evaluar el desempeño	22, 23	
		- Tomar acción correctiva	24, 25

Tabla 7*Distribución de los ítems del cuestionario para la variable calidad de servicio*

Variable	Dimensiones	Indicadores	Ítems
Calidad de servicio	Confiabilidad	- Servicio brindado	1, 2
		- Cumplimiento de promesas	3, 4
		- Interés en la resolución de problemas	5
	Capacidad de respuesta	- Servicio rápido	6, 7
		- Actitud del personal	8, 9
		- Personal comunicativo	10
	Seguridad	- Conocimiento del personal	11, 12
		- Proyectar confianza en la atención	13
		- Preocupación por los intereses del cliente	14, 15
	Elementos tangibles	- Instalaciones físicas	16
		- Equipamiento	17
		- Presentación del personal	18
Empatía	- Servicio personalizado	18	
	- Amabilidad y cortesía	20	

4.1.2. Baremación

Con la finalidad de mejorar el análisis de los resultados obtenidos, se efectuó una adecuación en las alternativas del instrumento de medición. Dicha modificación tuvo como objetivo principal fortalecer la claridad semántica y aumentar la precisión analítica de las respuestas. Seguidamente, se expone de manera detallada la información correspondiente a los cambios realizados.

Tabla 8*Baremación para la variable*

Alternativas del instrumento	Promedios	Interpretación para gestión administrativa	Interpretación para calidad de servicio
Totalmente en desacuerdo	1.00 – 1.80	Inadecuado	Inadecuado
En desacuerdo	1.81 – 2.60	Poco adecuado	Poco adecuado
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2.61 – 3.40	Medianamente adecuado	Medianamente adecuado
De acuerdo	3.41 – 4.20	Adecuado	Adecuado
Totalmente de acuerdo	4.21 – 5.00	Muy adecuado	Muy adecuado

4.2. Resultados respecto a la variable gestión administrativa

4.2.1. Resultados estadísticos de la dimensión planeación

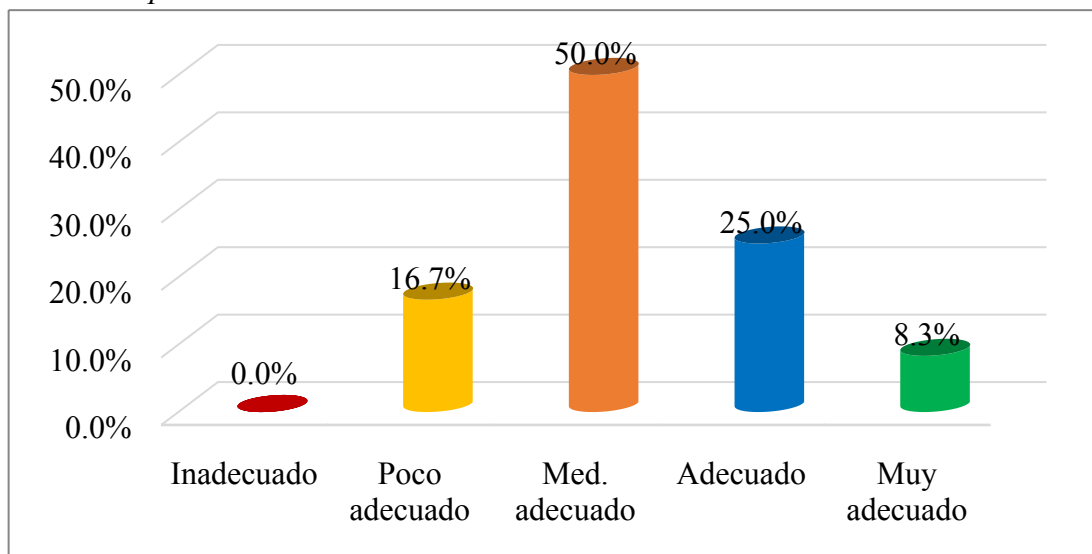
Tabla 9

Distribución y frecuencias de la dimensión planeación

Ponderación	<i>f</i>	%
Inadecuado	0	0.0%
Poco adecuado	2	16.7%
Medianamente adecuado	6	50.0%
Adecuado	3	25.0%
Muy adecuado	1	8.3%
Total	12	100%

Figura 3

Dimensión planeación



Interpretación y análisis:

- Al observar la figura, se aprecia que el 50% de las personas encuestadas manifestaron que la planeación en el restaurante se presenta a un nivel medianamente adecuado, para el 25% es adecuado, el 8.3% indicó que es muy adecuado, por otro lado, el 16.7% indicó que es poco adecuado y el 0% es decir ninguna persona lo considera inadecuado, resultados que muestran que la misión del restaurante está definida de manera clara, en cuanto a los objetivos, estos son alcanzables y medibles; los planes se detallan y existe una programación estructurada de actividades.

A. Comparación promedio de los indicadores de la planeación

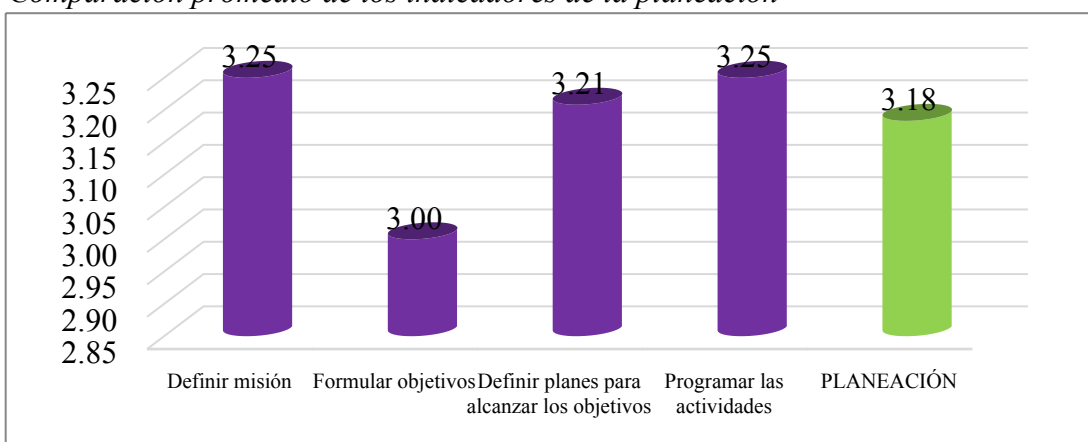
Tabla 10

Comparación promedio de los indicadores de la planeación

Indicadores	Valor	Escala de medición
Definir misión	3.25	Med. adecuado
Formular objetivos	3.00	Med. adecuado
Definir planes para alcanzar los objetivos	3.21	Med. adecuado
Programar las actividades	3.25	Med. adecuado
PLANEACIÓN	3.18	Med. adecuado

Figura 4

Comparación promedio de los indicadores de la planeación



Interpretación y análisis:

- Según la comparación promedio de los indicadores de la dimensión planeación, se observa que la definición de la misión se presenta con un promedio de 3.25 lo que indica que es medianamente adecuada, lo que muestra que la misión del restaurante está clara y definida. Sin embargo, se debe asegurar que todo el equipo la conozca y la aplique en sus funciones; el indicador de la formulación de los objetivos, se observa que el promedio es de 3 reflejando un nivel medianamente adecuado, lo que muestra que son alcanzables y medibles; en cuanto a la definición de planes para alcanzar los objetivos se presenta con 3.21 indicando un nivel medianamente adecuado, reflejando que se desarrollan planes estratégicos, pero hay margen para hacerlos más detallados y efectivos en su implementación, finalmente la programación de actividades con un promedio de 3.25 también es medianamente adecuado, lo que se da porque la administración detalla los planes para cumplir los objetivos, pero se podría optimizar la eficiencia en la programación de tareas. Con dichos resultados la planeación se presenta con un promedio de 3.18, lo que indica que es medianamente adecuada.

4.2.2. Resultados estadísticos de la dimensión organización

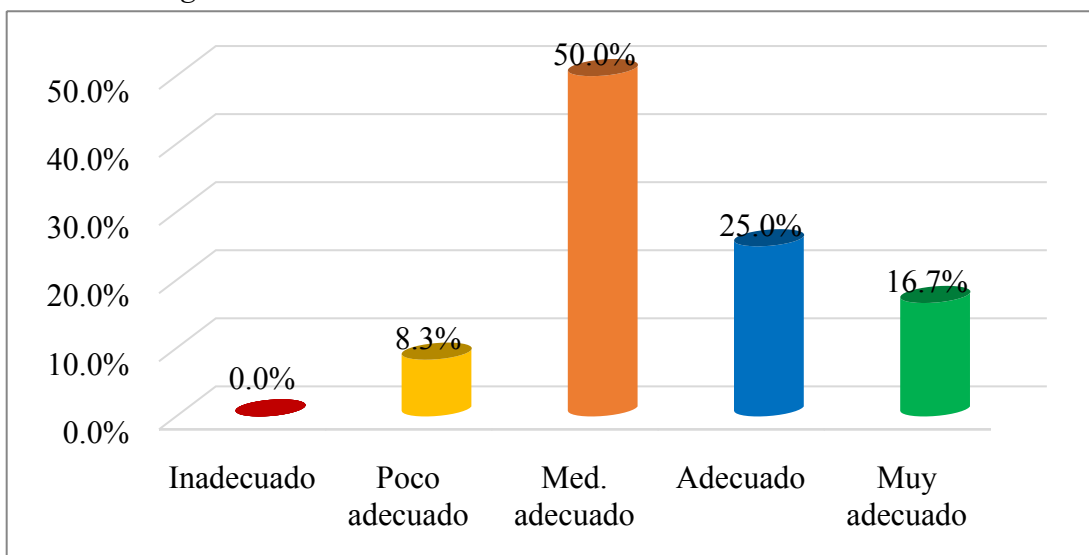
Tabla 11

Distribución y frecuencias de la dimensión organización

Ponderación	<i>f</i>	%
Inadecuado	0	0.0%
Poco adecuado	1	8.3%
Medianamente adecuado	6	50.0%
Adecuado	3	25.0%
Muy adecuado	2	16.7%
Total	12	100%

Figura 5

Dimensión organización



Interpretación y análisis:

- Al observar la figura, se aprecia que la organización muestra que el 50% de los encuestados la considera medianamente adecuada, para el 25% es adecuada, el 16.7% indicó que es muy adecuada, así también se tiene que el 8.3% lo percibe como poco adecuado y el 0% es decir ninguna persona manifestó que sea inadecuado, resultados que son reflejo de que la división del trabajo por lo general es efectiva y clara, la designación de actividades casi siempre es adecuada, asegurando el buen funcionamiento de las operaciones, los recursos necesarios son asignado casi siempre a tiempo para el cumplimiento de funciones y se cuenta con una estructura organizativa clara en términos de autoridad y responsabilidad.

A. Comparación promedio de los indicadores de la organización

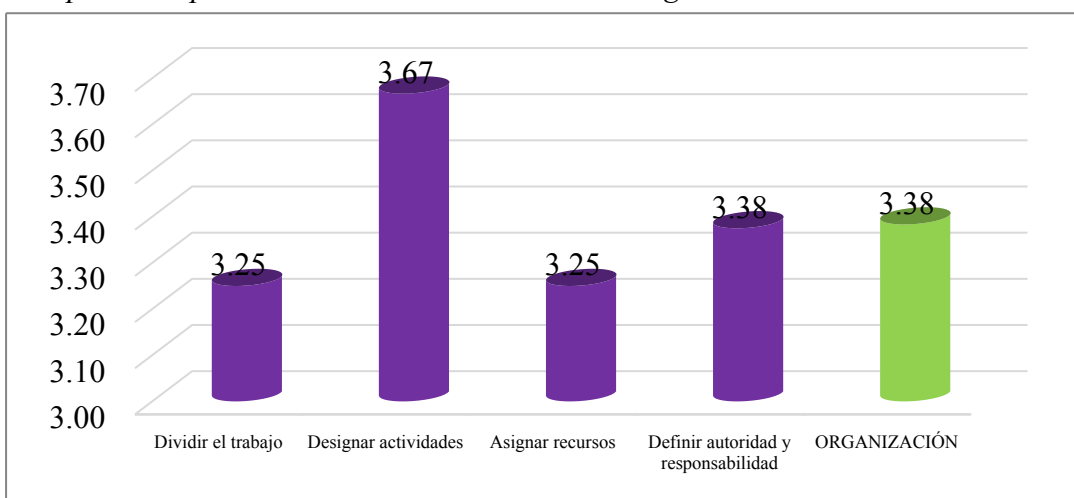
Tabla 12

Comparación promedio de los indicadores de la organización

Indicadores	Valor	Escala de medición
Dividir el trabajo	3.25	Med. adecuado
Designar actividades	3.67	Adecuado
Asignar recursos	3.25	Med. adecuado
Definir autoridad y responsabilidad	3.38	Med. adecuado
ORGANIZACIÓN	3.38	Med. adecuado

Figura 6

Comparación promedio de los indicadores de la organización



Interpretación y análisis:

- Según la comparación promedio de los indicadores de la dimensión organización, se observa que la división del trabajo se presenta con un promedio de 3.25 lo que indica que es medianamente adecuada, reflejando que el trabajo se distribuye bien entre los colaboradores, pero aún se pueden optimizar funciones para evitar sobrecarga; la designación de actividades con un promedio de 3.67 es percibida como adecuada, lo que muestra que la asignación de actividades es uno de los puntos fuertes, asegurando una buena operatividad diaria; la asignación de recursos con un promedio de 3.25 demuestra que es medianamente adecuada ello debido a que se distribuyen los recursos necesarios, sin embargo, debe mejorarse; finalmente la definición de autoridad y responsabilidad con un promedio de 3.38 indica que es medianamente adecuada, debido a que se percibe claridad en los roles y jerarquías, pero podría haber mejoras en la definición de responsabilidades. Con dichos resultados la organización se presenta con un promedio de 3.38, lo que indica que es medianamente adecuada.

4.2.3. Resultados estadísticos de la dimensión dirección

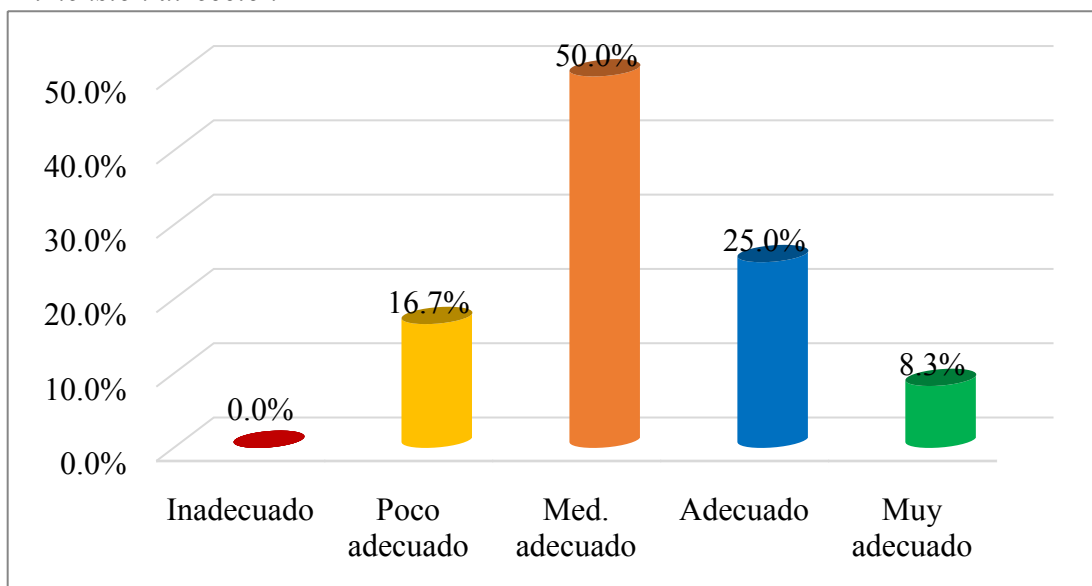
Tabla 13

Distribución y frecuencias de la dimensión dirección

Ponderación	<i>f</i>	%
Inadecuado	0	0.0%
Poco adecuado	2	16.7%
Medianamente adecuado	6	50.0%
Adecuado	3	25.0%
Muy adecuado	1	8.3%
Total	12	100%

Figura 7

Dimensión dirección



Interpretación y análisis:

- Al observar la figura, se aprecia que el 50% de las personas encuestadas manifestaron que la dirección en el restaurante se presenta a un nivel medianamente adecuado, para el 25% es adecuado, el 8.3% indicó que es muy adecuado, así también se observó que el 16.7% lo percibe como poco adecuado y el 0% es decir ninguna persona opinó que sea inadecuado, resultados que muestran que se mantiene una comunicación clara y efectiva con el personal, las estrategias de motivación por lo general son aplicadas, lo mismo con el liderazgo el cual inspira confianza y fomenta la colaboración y que se casi siempre se brinda orientación adecuada para el cumplimiento de funciones.

A. Comparación promedio de los indicadores de la dirección

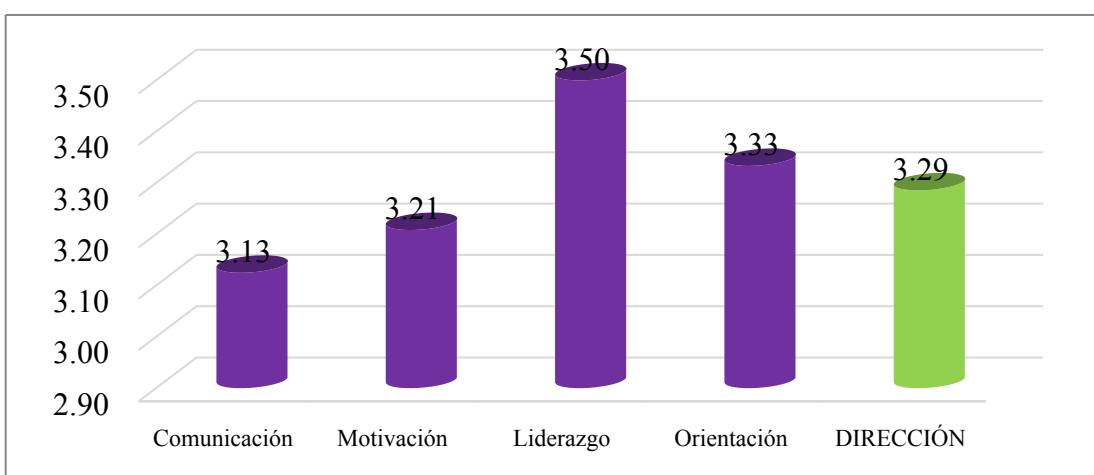
Tabla 14

Comparación promedio de los indicadores de la dirección

Indicadores	Valor	Escala de medición
Comunicación	3.13	Med. adecuado
Motivación	3.21	Med. adecuado
Liderazgo	3.50	Adecuado
Orientación	3.33	Med. adecuado
DIRECCIÓN	3.29	Med. adecuado

Figura 8

Comparación promedio de los indicadores de la dirección



Interpretación y análisis:

- Según la comparación promedio de los indicadores de la dimensión dirección se tiene la comunicación la cual presenta un promedio de 3.13, lo que indica que es medianamente adecuada, reflejando que esta por lo general es clara, pero debe fortalecerse para garantizar que toda la información sea entendida y aplicada correctamente; la motivación con un promedio de 3.21 lo que refleja que es medianamente adecuada ello debido a que se aplican estrategias de motivación, pero aún hay margen de mejora para mantener la motivación a largo plazo; el liderazgo con un promedio de 3.50 que es calificado como adecuado mostrando que los líderes inspiran confianza y fomentan la colaboración, aunque deben seguir desarrollando habilidades de toma de decisiones; finalmente la orientación con un promedio de 3.33 refleja un nivel medianamente adecuado, ello debido a que se brinda orientación a los colaboradores, pero se debe asegurar que sea más personalizada y efectiva. Con dichos resultados la dirección presenta un promedio de 3.29 lo que indica que es medianamente adecuado.

4.2.4. Resultados estadísticos de la dimensión control

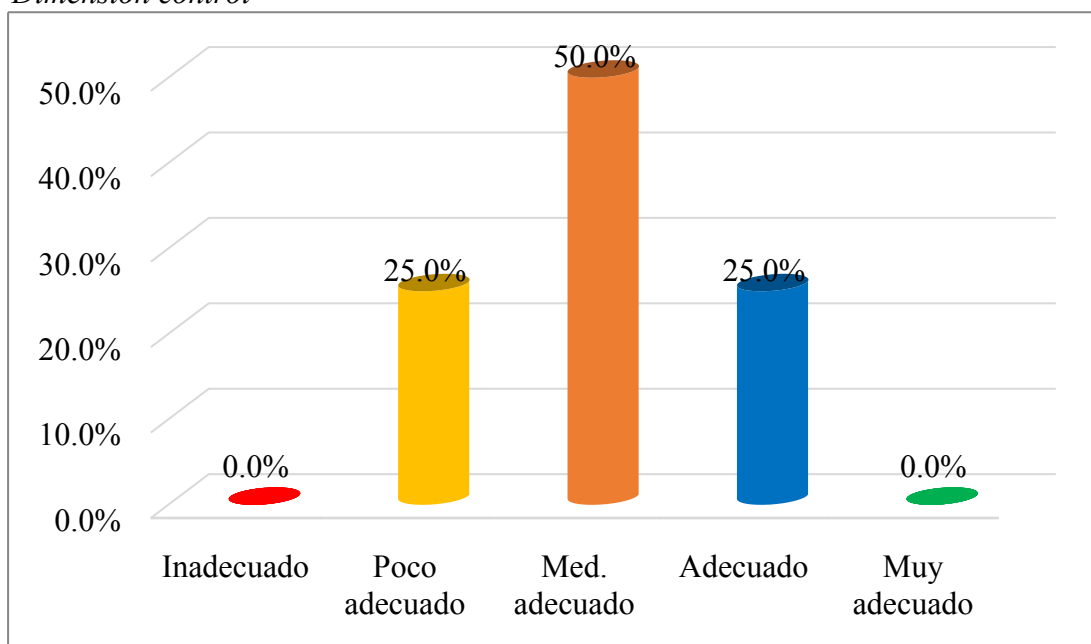
Tabla 15

Distribución y frecuencias de la dimensión control

Ponderación	<i>f</i>	%
Inadecuado	0	0.0%
Poco adecuado	3	25.0%
Medianamente adecuado	6	50.0%
Adecuado	3	25.0%
Muy adecuado	0	0.0%
Total	12	100%

Figura 9

Dimensión control



Interpretación y análisis:

- Al observar la figura, se aprecia que el 50% de las personas encuestadas manifestaron que el control es medianamente adecuado, para el 25% es adecuado, otro 25% lo considera poco adecuado, así mismo, se observa que el 0% de los encuestados es decir ninguna persona lo considera muy adecuado o inadecuado, resultados que indican que se definen estándares claros de desempeño, asimismo, casi siempre se realiza un monitoreo al personal, aplicándose evaluaciones de desempeño con retroalimentación y también hay acciones correctivas cuando es necesario.

A. Comparación promedio de los indicadores del control

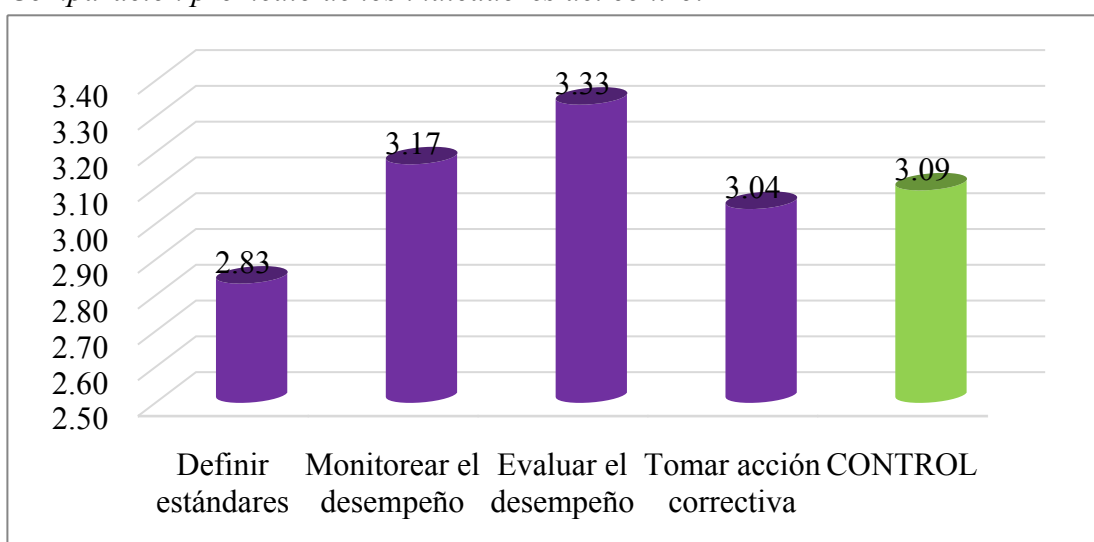
Tabla 16

Comparación promedio de los indicadores del control

Indicadores	Valor	Escala de medición
Definir estándares	2.83	Med. adecuado
Monitorear el desempeño	3.17	Med. adecuado
Evaluar el desempeño	3.33	Med. adecuado
Tomar acción correctiva	3.04	Med. adecuado
CONTROL	3.09	Med. adecuado

Figura 10

Comparación promedio de los indicadores del control



Interpretación y análisis:

- Según la comparación promedio de los indicadores de la dimensión control muestra que la definición de estándares se presenta con un promedio de 2.83 lo que refiere que es medianamente adecuado, lo que refleja que no todos los estándares están claramente definidos; así también el hecho de monitorear el desempeño muestra un promedio de 3.17 reflejando un nivel medianamente adecuado, lo que indica que se hace seguimiento al desempeño, pero este no es muy riguroso y no está basado en métricas claras; la evaluación de desempeño presenta un promedio de 3.33 lo que demuestra un nivel medianamente adecuada, reflejando que la retroalimentación es clara, pero podría hacerse de manera más estructurada y periódica; finalmente la toma de acción correctiva presenta un promedio de 3.04 indicando que es medianamente adecuado, lo que muestra que cuando detectan un área crítica se toman acciones correctivas. Con dichos resultados el control presenta un promedio de 3.09 lo que indica que es medianamente adecuado.

4.2.5. Resultados estadísticos de la variable gestión administrativa

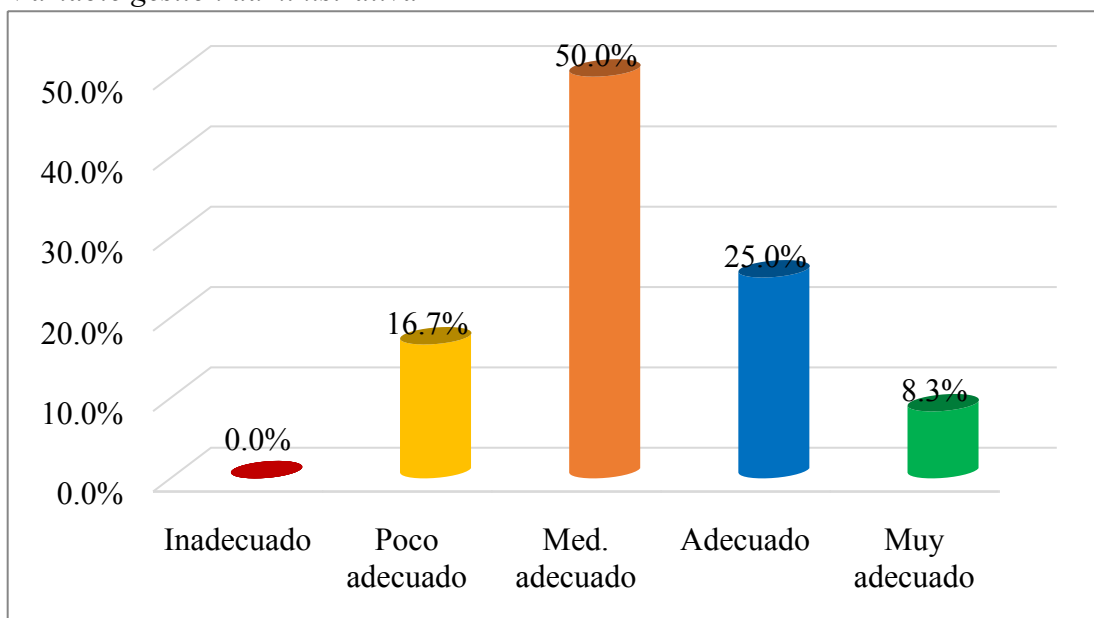
Tabla 17

Distribución y frecuencias de la variable gestión administrativa

Ponderación	<i>f</i>	%
Inadecuado	0	0.0%
Poco adecuado	2	16.7%
Medianamente adecuado	6	50.0%
Adecuado	3	25.0%
Muy adecuado	1	8.3%
Total	12	100%

Figura 11

Variable gestión administrativa



Interpretación y análisis:

- Al observar la figura, se aprecia que el 50% de las personas encuestadas opinaron que la gestión administrativa se presenta a un nivel medianamente adecuado, el 25% indicó que es adecuado, para el 8.3% es muy adecuado, por otro lado, se observa que el 16.7% lo percibe como poco adecuado y el 0% es decir ninguna persona lo considero inadecuado. Resultados que muestran que la gestión administrativa del restaurante es funcional, pero aún existe un margen de mejora en todas sus dimensiones, especialmente en control y planeación.

A. Comparación promedio de las dimensiones de la gestión administrativa

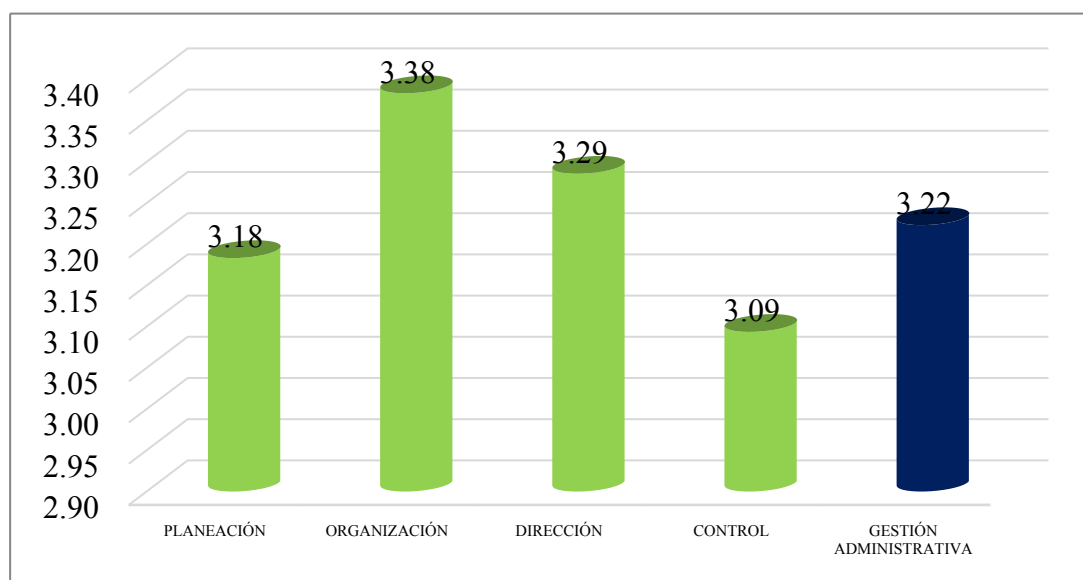
Tabla 18

Comparación promedio de las dimensiones de la gestión administrativa

Dimensiones	Valor	Escala de medición
PLANEACIÓN	3.18	Med. adecuado
ORGANIZACIÓN	3.38	Med. adecuado
DIRECCIÓN	3.29	Med. adecuado
CONTROL	3.09	Med. adecuado
GESTIÓN ADMINISTRATIVA	3.22	Med. adecuado

Figura 12

Comparación promedio de las dimensiones de la gestión administrativa



Interpretación y análisis:

- Según la comparación promedio de las dimensiones de la gestión administrativa, se observa que la planeación se presenta con un promedio de 3.18 la organización con 3.38 de promedio, la dirección con 3.29 y el control con 3.09, todas las dimensiones muestran un nivel medianamente adecuado. Con dichos resultados la variable de la gestión administrativa obtuvo un promedio de 3.22 lo que indica que es medianamente adecuada.

4.3. Resultados respecto a la variable calidad de servicio

4.3.1. Resultados estadísticos de la dimensión confiabilidad

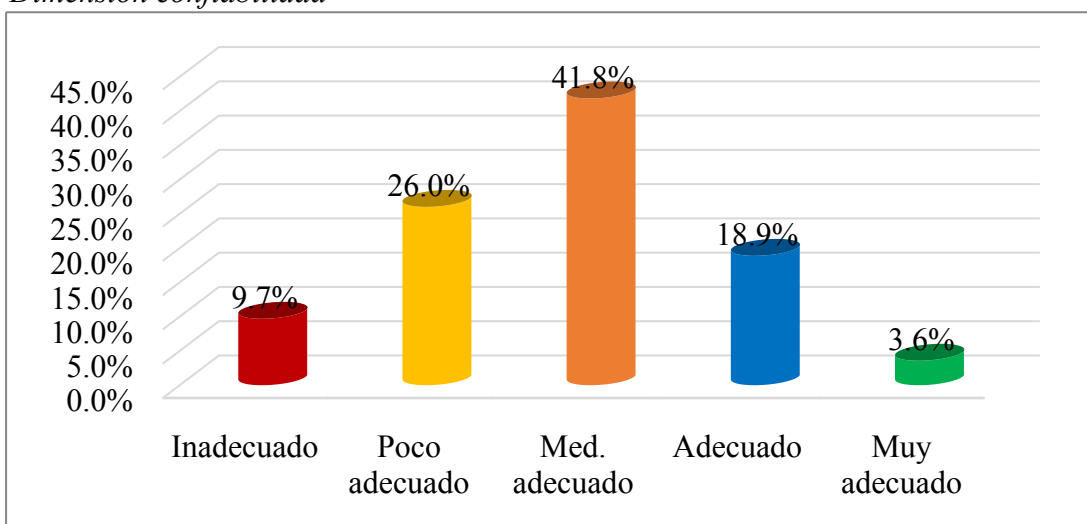
Tabla 19

Distribución y frecuencias de la dimensión confiabilidad

Ponderación	<i>f</i>	%
Inadecuado	19	9.7%
Poco adecuado	51	26.0%
Medianamente adecuado	82	41.8%
Adecuado	37	18.9%
Muy adecuado	7	3.6%
Total	196	100%

Figura 13

Dimensión confiabilidad



Interpretación y análisis:

- Al observar la figura, se aprecia que el 41.8% de las personas encuestadas indicaron que la confiabilidad tiene un nivel medianamente adecuado, para el 26% es poco adecuado, el 9.7% indicó que es inadecuado, por otro lado, se observa que el 18.9% lo percibe como adecuado, y el 3.6% lo considera muy adecuado. Existe una percepción media sobre la confiabilidad del servicio, con oportunidades de mejora en la ejecución del servicio y el cumplimiento de promesas. El restaurante podría enfocarse en mejorar la consistencia y precisión del servicio, asegurando que las expectativas de los clientes sean cumplidas de manera constante.

A. Comparación promedio de los indicadores de la confiabilidad

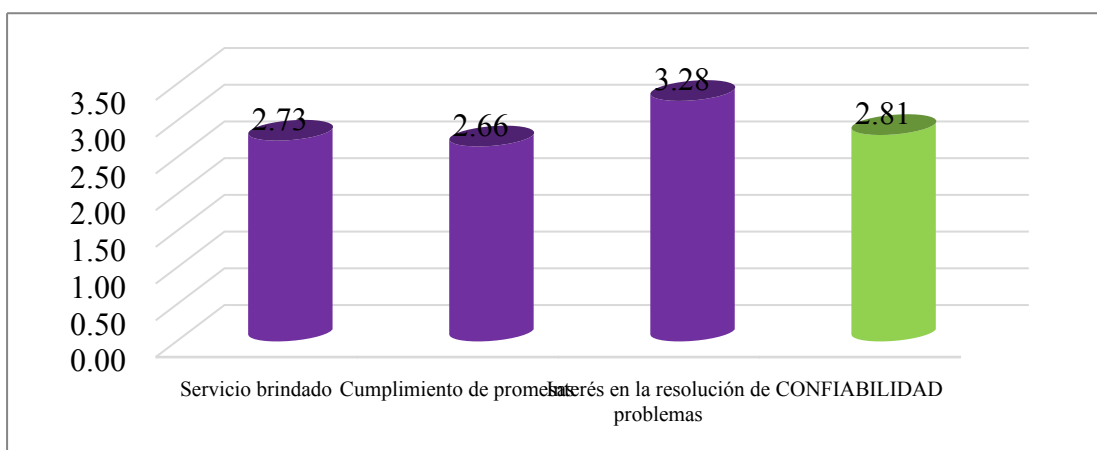
Tabla 20

Comparación promedio de los indicadores de la confiabilidad

Indicadores	Valor	Escala de medición
Servicio brindado	2.73	Med. adecuado
Cumplimiento de promesas	2.66	Med. adecuado
Interés en la resolución de problemas	3.28	Med. adecuado
CONFIABILIDAD	2.81	Med. adecuado

Figura 14

Comparación promedio de los indicadores de la confiabilidad



Interpretación y análisis:

- Según la comparación promedio de los indicadores de la dimensión confiabilidad, el servicio brindado se presenta con un promedio de 2.73 lo que indica que es medianamente adecuado, indicando que los clientes consideran que el servicio no se llevó de manera eficiente en todo momento, el cumplimiento de promesas con un promedio de 2.66 refleja un nivel medianamente adecuado, percibiendo que las expectativas de los clientes no siempre fueron cumplidas, lo que indica posibles inconsistencias en la experiencia del servicio; finalmente el interés en la resolución de problemas con un promedio de 3.28 reflejando un nivel medianamente adecuado, manifestando que el personal muestra disposición para atender inquietudes y resolver problemas. Con dichos resultados la confiabilidad se presenta con un promedio de 2.81 lo que indica que es medianamente adecuada.

4.3.2. Resultados estadísticos de la dimensión capacidad de respuesta

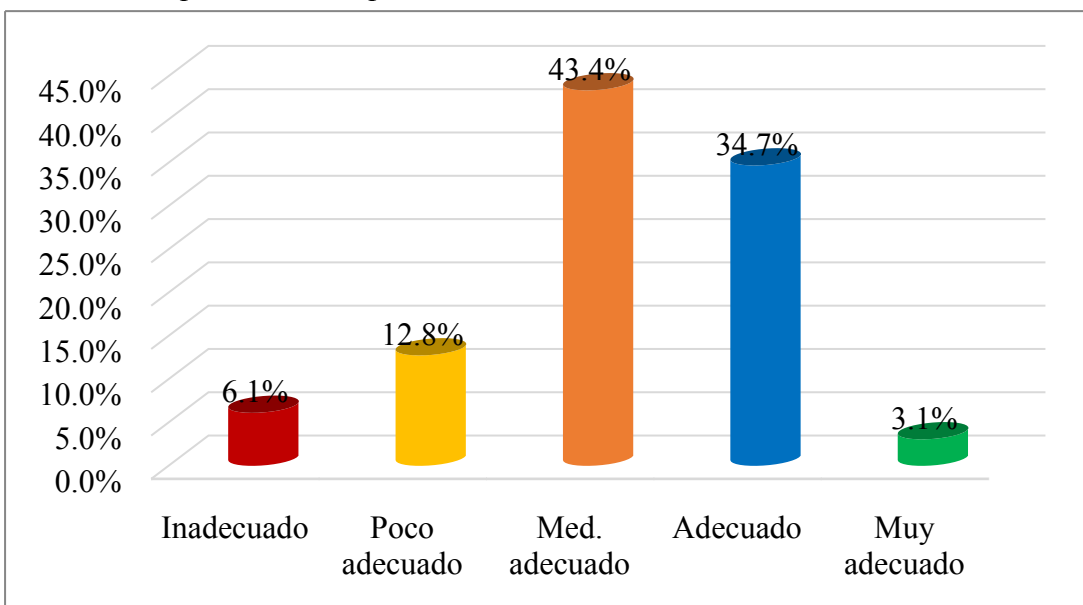
Tabla 21

Distribución y frecuencias de la dimensión capacidad de respuesta

Ponderación	<i>f</i>	%
Inadecuado	12	6.1%
Poco adecuado	25	12.8%
Medianamente adecuado	85	43.4%
Adecuado	68	34.7%
Muy adecuado	6	3.1%
Total	196	100%

Figura 15

Dimensión capacidad de respuesta



Interpretación y análisis:

- Al observar la figura, se aprecia que el 43.4% de las personas encuestadas manifestaron que la capacidad de respuesta se presenta a un nivel medianamente adecuado, el 34.7% indicó que es adecuado, para el 3.1% es muy adecuado, por otro lado, se observa que el 12.8% lo consideró poco adecuada y el 6.1% lo calificó como inadecuada, resultados que la capacidad de respuesta del personal es adecuada, aunque se pueden fortalecer aspectos como la rapidez en la atención y la proactividad del personal. No presentando los mejores niveles en la optimización de los tiempos de espera y la comunicación entre clientes y empleados.

A. Comparación promedio de los indicadores de la capacidad de respuesta

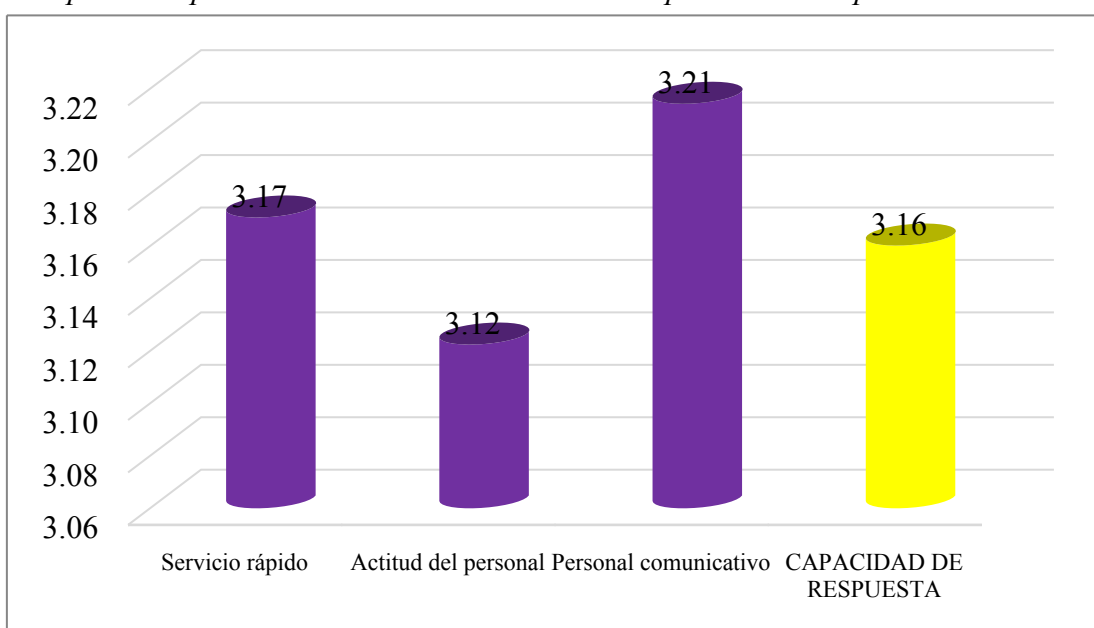
Tabla 22

Comparación promedio de los indicadores de la capacidad de respuesta

Indicadores	Valor	Escala de medición
Servicio rápido	3.17	Med. adecuado
Actitud del personal	3.12	Med. adecuado
Personal comunicativo	3.21	Med. adecuado
CAPACIDAD DE RESPUESTA	3.16	Med. adecuado

Figura 16

Comparación promedio de los indicadores de la capacidad de respuesta



Interpretación y análisis:

- Según la comparación promedio de los indicadores de la dimensión capacidad de respuesta, se tiene que el servicio rápido se presenta con un promedio de 3.17 lo que muestra un nivel medianamente adecuado, lo que indica que el tiempo de atención es aceptable, aunque no sobresaliente; la actitud del personal con un promedio de 3.12 refleja un nivel medianamente adecuado, la cual es bien valorada, pero aún podría mejorar en algunos aspectos; finalmente el indicador personal comunicativo con un promedio de 3.21 reflejando un nivel medianamente adecuado, reflejándose que los colaboradores tienen una disposición aceptable para brindar información. Con dichos resultados la capacidad de respuesta se presenta con un promedio de 3.16, lo que indica que es medianamente adecuada.

4.3.3. Resultados estadísticos de la dimensión seguridad

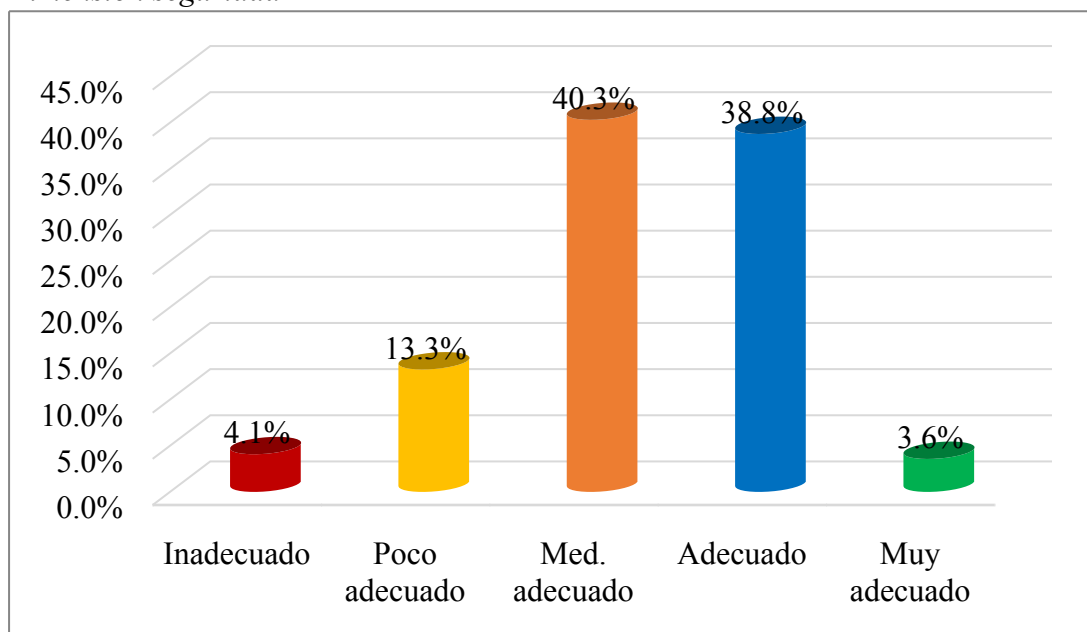
Tabla 23

Distribución y frecuencias de la dimensión seguridad

Ponderación	<i>f</i>	%
Inadecuado	8	4.1%
Poco adecuado	26	13.3%
Medianamente adecuado	79	40.3%
Adecuado	76	38.8%
Muy adecuado	7	3.6%
Total	196	100%

Figura 17

Dimensión seguridad



Interpretación y análisis:

- Al observar la figura, se aprecia que el 40.3% de las personas encuestadas manifestaron que la seguridad se presenta a un nivel medianamente adecuado, para el 38.8% es adecuado, el 3.6% indicó que es muy adecuado, por otro lado, el 13.3% lo percibe como poco adecuado y el 4.1% indicó que es inadecuado, resultados que reflejan que la seguridad del servicio es positiva, pero podría beneficiarse de un refuerzo en la capacitación del personal para asegurar que la información proporcionada sea más precisa y confiable.

A. Comparación promedio de los indicadores de la seguridad

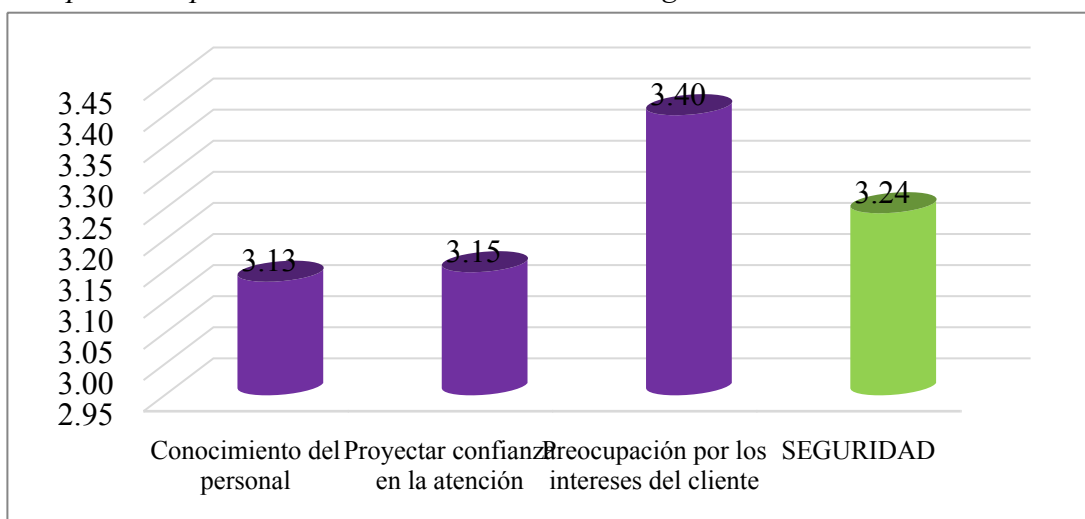
Tabla 24

Comparación promedio de los indicadores de la seguridad

Indicadores	Valor	Escala de medición
Conocimiento del personal	3.13	Med. adecuado
Proyectar confianza en la atención	3.15	Med. adecuado
Preocupación por los intereses del cliente	3.40	Med. adecuado
SEGURIDAD	3.24	Med. adecuado

Figura 18

Comparación promedio de los indicadores de la seguridad



Interpretación y análisis:

- Según la comparación promedio de los indicadores de la dimensión seguridad, se tiene que el conocimiento del personal se presenta con un promedio de 3.13 lo que indica que es medianamente adecuado, ello debido a que los clientes perciben que el personal tiene conocimientos suficientes sobre los productos y servicios que ofrece el restaurante; el indicador proyectar confianza en la atención (3.15) es medianamente adecuado, reflejando que se percibe que los empleados generan confianza en los clientes; y , la preocupación por los intereses del cliente (3.40) también refleja un nivel medianamente adecuado lo que indica que los clientes sienten que sus intereses son priorizados. Con dichos resultados se tienen que la seguridad es medianamente adecuada con un promedio de 3.24.

4.3.4. Resultados estadísticos de la dimensión elementos tangibles

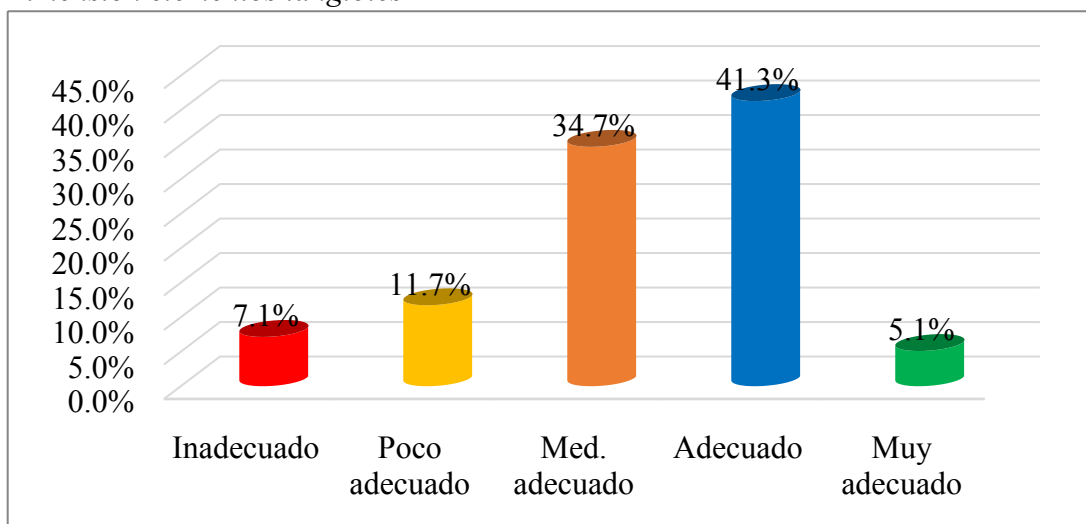
Tabla 25

Distribución y frecuencias de la dimensión elementos tangibles

Ponderación	<i>f</i>	%
Inadecuado	14	7.1%
Poco adecuado	23	11.7%
Medianamente adecuado	68	34.7%
Adecuado	81	41.3%
Muy adecuado	10	5.1%
Total	196	100%

Figura 19

Dimensión elementos tangibles



Interpretación y análisis:

- Al observar la figura, se aprecia que el 41.3% de las personas consideraron que los elementos tangibles son adecuados, el 5.1% indicó que es muy adecuado, para el 34.7% es medianamente adecuado, el 11.7% respondió que es poco adecuado y el 7.1% lo considera inadecuado, resultados que muestran que en general, los elementos tangibles tienen una valoración aceptable, pero aún existen espacios que se deben mejorar, aspectos como la limpieza y la ambientación de las instalaciones para generar una experiencia más placentera. Así mismo, la presentación del personal presente aceptación, sin embargo, para algunos clientes esta puede mejorarse con un código de vestimenta más riguroso o protocolos de imagen más definidos.

A. Comparación promedio de los indicadores de los elementos tangibles

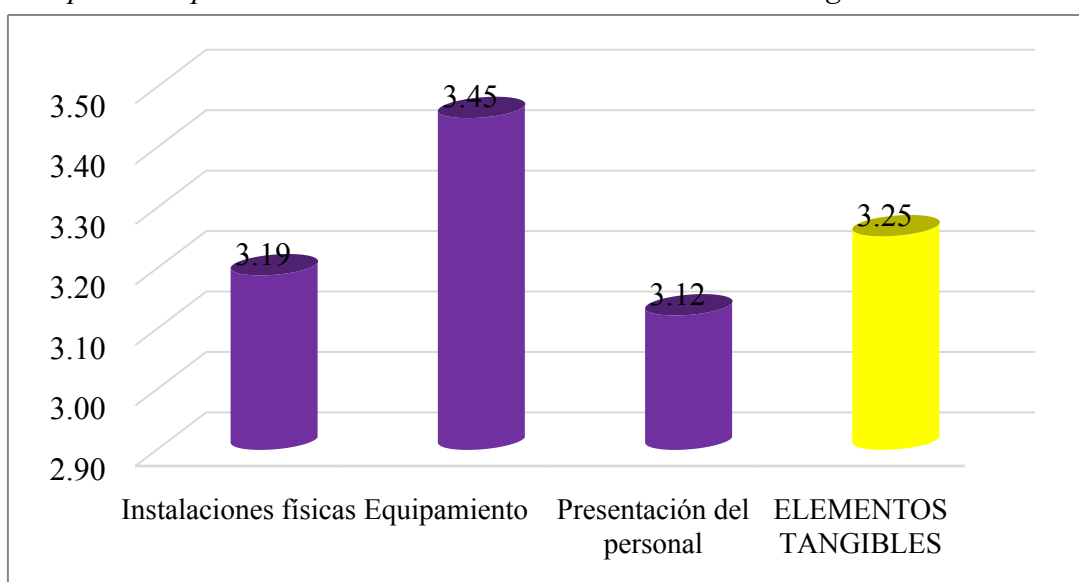
Tabla 26

Comparación promedio de los indicadores de los elementos tangibles

Indicadores	Valor	Escala de medición
Instalaciones físicas	3.19	Med. adecuado
Equipamiento	3.45	Adecuado
Presentación del personal	3.12	Med. adecuado
ELEMENTOS TANGIBLES	3.25	Med. adecuado

Figura 20

Comparación promedio de los indicadores de los elementos tangibles



Interpretación y análisis:

- Según la comparación promedio de los indicadores de la dimensión elementos tangibles, se tiene que las instalaciones físicas (3.19) reflejan un nivel medianamente adecuado, mostrando que los clientes consideran que el ambiente del restaurante es regular; el equipamiento (3.45) también indica que es medianamente adecuado, lo que indica que el equipamiento del restaurante se encuentra en buenas condiciones; y, la presentación del personal (3.12) con un nivel medianamente adecuado considerándose que la apariencia del personal es aceptable, pero con posibilidad de mejora. Con dichos resultados se tiene que los elementos tangibles se presentan con un promedio de 3.25 lo que indica que es medianamente adecuado.

4.3.5. Resultados estadísticos de la dimensión empatía

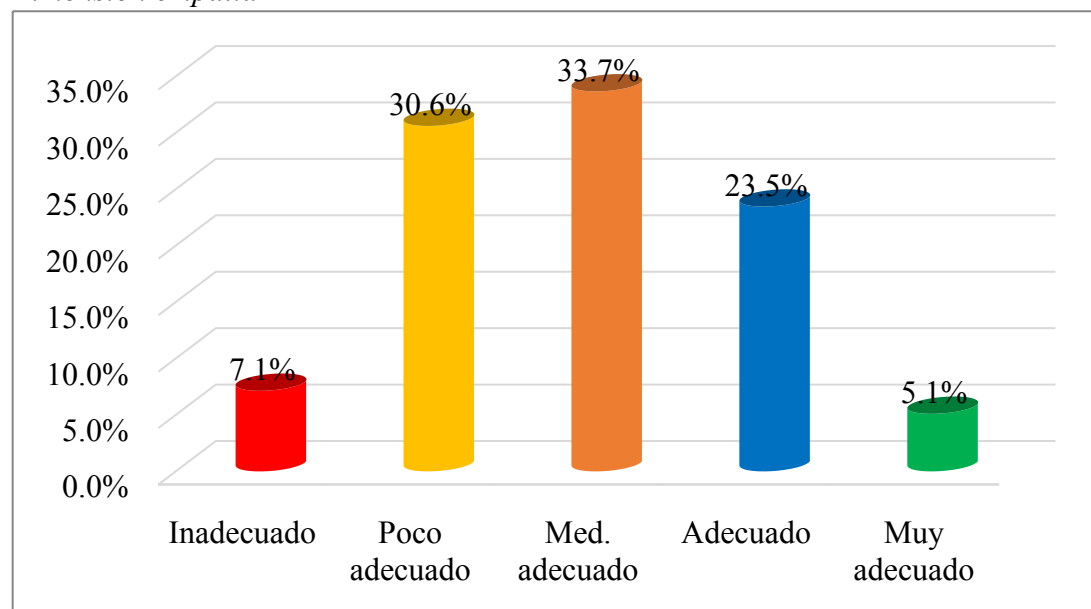
Tabla 27

Distribución y frecuencias de la dimensión empatía

Ponderación	<i>f</i>	%
Inadecuado	14	7.1%
Poco adecuado	60	30.6%
Medianamente adecuado	66	33.7%
Adecuado	46	23.5%
Muy adecuado	10	5.1%
Total	196	100%

Figura 21

Dimensión empatía



Interpretación y análisis:

- Al observar la figura, se aprecia que el 33.7% de las personas encuestadas manifestaron que la empatía se presenta a un nivel medianamente adecuado, para el 30.6% es poco adecuada, y el 7.1% lo percibe como inadecuada, por otro lado, se observa que el 23.5% indicó que es adecuado, y el 5.1% respondió que es muy adecuada, identificándose la necesidad de fortalecer la relación cliente-personal, haciendo que la atención sea más cálida y cercana.

A. Comparación promedio de los indicadores de la empatía

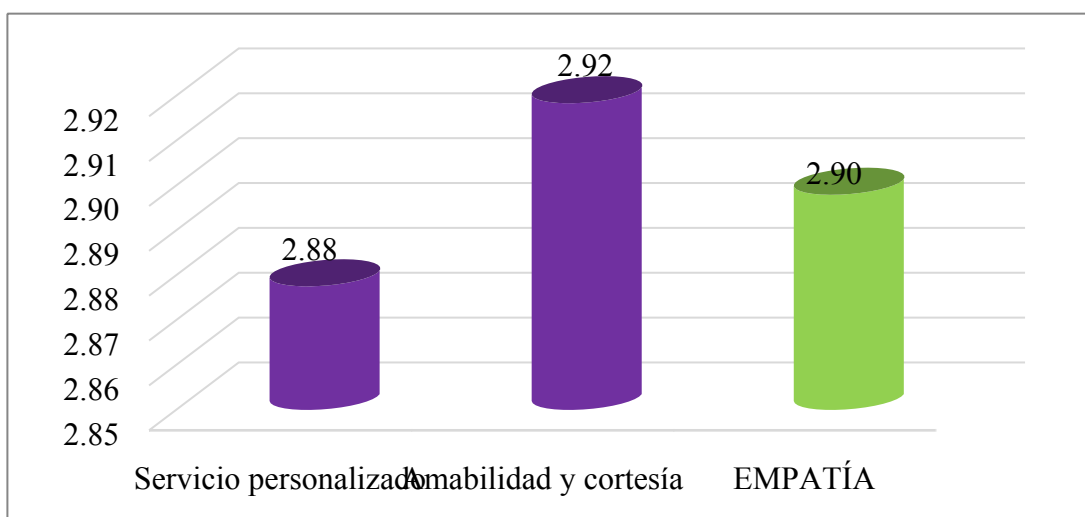
Tabla 28

Comparación promedio de los indicadores de la empatía

Indicadores	Valor	Escala de medición
Servicio personalizado	2.88	Med. adecuado
Amabilidad y cortesía	2.92	Med. adecuado
EMPATÍA	2.90	Med. adecuado

Figura 22

Comparación promedio de los indicadores de la empatía



Interpretación y análisis:

- Según la comparación promedio de los indicadores de la dimensión empatía, se tiene que el servicio personalizado se presenta con un promedio de 2.88 lo que indica que es medianamente adecuada, lo que indica que la personalización del servicio es limitada; la amabilidad y cortesía con un promedio de 2.92 también refleja un nivel medianamente adecuado, si bien es aceptable, hay margen para mejorar la interacción del personal con los clientes donde ellos puedan ser amables y corteses con los clientes. Con dichos resultados la empatía obtuvo un promedio de 2.90 que indica un nivel medianamente adecuado.

4.3.6. Resultados estadísticos de la variable calidad de servicio

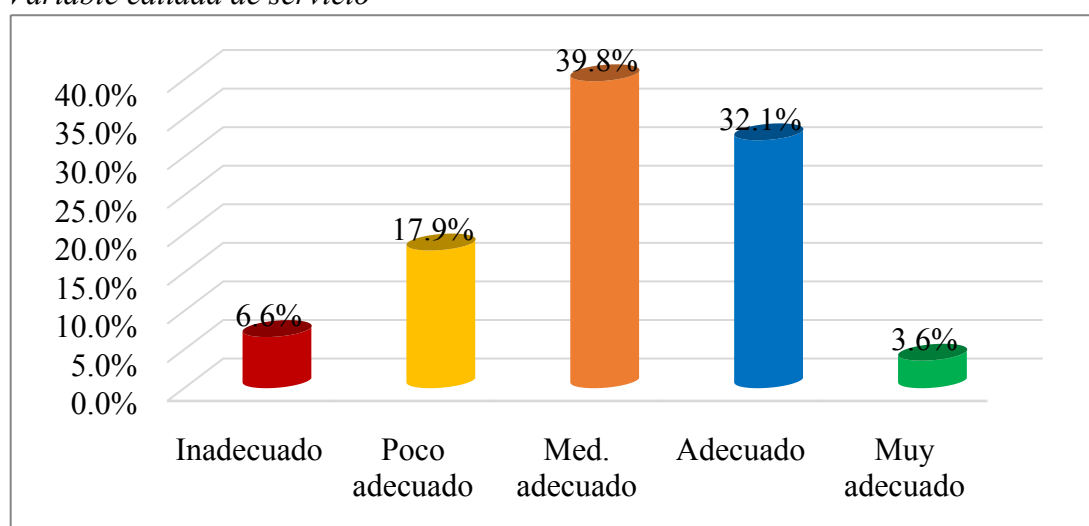
Tabla 29

Distribución y frecuencias de la variable calidad de servicio

Ponderación	<i>f</i>	%
Inadecuado	13	6.6%
Poco adecuado	35	17.9%
Medianamente adecuado	78	39.8%
Adecuado	63	32.1%
Muy adecuado	7	3.6%
Total	196	100%

Figura 23

Variable calidad de servicio



Interpretación y análisis:

- Al observar la figura, se aprecia que el 39.8% de los clientes encuestados del restaurante Jardín el Encanto del distrito de Pisac opinaron que la calidad del servicio es medianamente adecuada, para el 32.1% es adecuada, el 3.6% opinó que es muy adecuada, por otro lado, se tiene que el 17.9% lo consideró poco adecuada y el 6.6% lo percibe como inadecuada, con dichos resultado se tiene que la infraestructura y el equipamiento son puntos positivos los cuales muestran la aceptación de los clientes, asimismo, el personal es percibido como atento y con disposición para resolver problemas, sin embargo, se debe asegurar un cumplimiento más preciso de las promesas del servicio, así como la rapidez y eficiencia en la atención y buscar capacitar al personal en técnicas de empatía y comunicación efectiva.

A. Comparación promedio de las dimensiones de la calidad de servicio

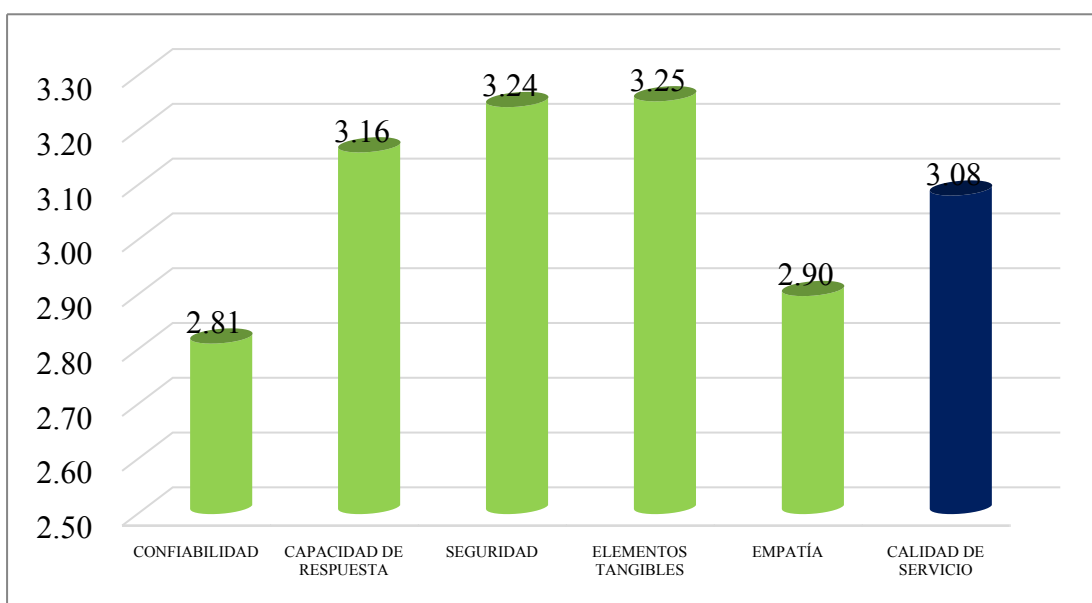
Tabla 30

Comparación promedio de las dimensiones de la calidad de servicio

Dimensiones	Valor	Escala de medición
CONFIABILIDAD	2.81	Med. adecuado
CAPACIDAD DE RESPUESTA	3.16	Med. adecuado
SEGURIDAD	3.24	Med. adecuado
ELEMENTOS TANGIBLES	3.25	Med. adecuado
EMPATÍA	2.90	Med. adecuado
CALIDAD DE SERVICIO	3.08	Med. adecuado

Figura 24

Comparación promedio de las dimensiones de la calidad de servicio



Interpretación y análisis:

- Según la comparación promedio de las dimensiones de la variable calidad de servicio, se tiene a la confiabilidad con un promedio de 2.81, la dimensión capacidad de respuesta con 3.16; la seguridad con 3.24; los elementos tangibles con 3.25 y la empatía con 2.90, todos con un nivel medianamente adecuado. Con dichos resultados la variable calidad de servicio obtuvo un promedio de 3.08 lo que indica un nivel medianamente adecuado.

4.4. Prueba de hipótesis

Para conocer la correlación que existe entre la gestión administrativa y la calidad de servicio se llevó a cabo la prueba de hipótesis con las condiciones siguientes:

- Si el valor obtenido (valor P) < 0.05, hipótesis planteada es aceptada
- Si el valor obtenido (valor P) > 0.05, la hipótesis planteada es rechazada

4.5. Referidos a los objetivos específicos

Tabla 31

Correlación entre las dimensiones de la gestión administrativa y la calidad de servicio

		Calidad de servicio	
Rho de Spearman	Planeación	Coefficiente de correlación	0.927
		Sig. (bilateral)	<0,001
	Organización	Coefficiente de correlación	0.828
		Sig. (bilateral)	<0,03
	Dirección	Coefficiente de correlación	0.927
		Sig. (bilateral)	<0,001
	Control	Coefficiente de correlación	0.940
		Sig. (bilateral)	<0,005

Interpretación:

- Como se puede observar existe relación entre la planeación y la calidad de servicio en el personal del restaurante Jardín el Encanto del distrito de Pisac, donde el Rho de Spearman = 0.927 valor que revela una correlación positiva muy alta, con pvalor < 0,001 lo que indica que la correlación es significativa y se acepta la hipótesis planteada.
- Existe relación entre la organización y la calidad de servicio en el personal del restaurante Jardín el Encanto del distrito de Pisac, donde el Rho de Spearman = 0.828 valor que revela una correlación positiva alta, con pvalor < 0,03 lo que indica que la correlación es significativa y se acepta la hipótesis planteada.

- Existe relación entre la dirección y la calidad de servicio en el personal del restaurante Jardín el Encanto del distrito de Pisac, donde el Rho de Spearman = 0.927 valor que revela una correlación positiva muy alta, con pvalor < 0,001 lo que indica que la correlación es significativa y se acepta la hipótesis planteada.
- Existe relación entre el control y la calidad de servicio en el personal del restaurante Jardín el Encanto del distrito de Pisac, donde el Rho de Spearman = 0.940 valor que revela una correlación positiva muy alta, con pvalor <0,005 lo que indica que la correlación es significativa y se acepta la hipótesis planteada.

4.6. Referidos al objetivo general

Hipótesis general:

H₁: Existe relación significativa entre la gestión administrativa y la calidad de servicio en el restaurante Jardín el Encanto del distrito de Pisac, Cusco-2024.

H₀: No existe relación significativa entre la gestión administrativa y la calidad de servicio en el restaurante Jardín el Encanto del distrito de Pisac, Cusco-2024.

Tabla 32

Correlación entre la gestión administrativa y la calidad de servicio

			Calidad de servicio
Rho de Spearman	Gestión administrativa	Coefficiente de correlación	0.927
		Sig. (bilateral)	<0,001

Interpretación:

- Como se puede observar existe relación entre la gestión administrativa y la calidad de servicio en el personal del restaurante Jardín el Encanto del distrito de Pisac, donde el Rho de Spearman = 0.927 valor que revela una correlación positiva muy alta, con pvalor < 0,001 lo que indica que la correlación es significativa y se acepta la hipótesis planteada.

CAPITULO QUINTO

DISCUSION

5.1. Descripción de los hallazgos más relevantes y originales

Los principales hallazgos responden al objetivo planteado, el cual indica Determinar la relación que existe entre la gestión administrativa y la calidad de servicio en el restaurante Jardín el Encanto del distrito de Pisac, Cusco 2024, habiendo concluido el Rho de Spearman = 0.927 valor que revela una correlación positiva muy alta entre las variables, con pvalor < 0,001 lo que indica que la correlación es significativa, aceptando la hipótesis general planteada, así como todas las hipótesis específicas planteadas.

En cuanto a la gestión administrativa, existe una brecha entre la planificación y la ejecución. Si bien los líderes tienen un rol fuerte dentro de la dirección del restaurante, la falta de claridad en los estándares de desempeño y la limitada asignación de recursos pueden generar obstáculos para alcanzar los objetivos estratégicos. La organización es sólida, pero la implementación de controles más rigurosos podría optimizar la eficiencia operativa.

En cuanto a la calidad de servicio, se halló que el factor más determinante en la percepción del servicio es la inconsistencia, ya que los clientes sienten que las promesas no siempre se cumplen y que la atención no está completamente personalizada. Si bien la infraestructura y el equipamiento son puntos positivos, estos no compensan la necesidad de generar confianza y establecer una conexión más humana con el cliente.

5.2. Descripción de las limitaciones del estudio

La población o muestra correspondiente a la variable gestión administrativa estuvo conformada por 12 colaboradores, lo que representó una limitación debido a su reducido tamaño. Esta condición disminuye el poder estadístico de estudio, es decir, le quita fuerza o peso estadístico y limita la generalización de los resultados, por lo que las conclusiones se interpretaron con cautela.

Asimismo, dentro de las limitaciones se tuvo el temor del personal para responder la encuesta, la cual fue superada indicando la necesidad de conocer como es la administración a fin de proponer mejoras, asimismo, muchos de los clientes no

quisieron responder manifestando que no tenían tiempo para eso, teniendo que esperar más tiempo para el recojo de datos.

5.3. Comparación crítica con la literatura existente y los antecedentes

Según Chiavenato (2019) la gestión administrativa se define como el conjunto de principios, procesos y prácticas que permiten planificar, organizar, dirigir y controlar los recursos de una organización para alcanzar sus objetivos de manera eficiente y eficaz. Desde esta perspectiva, la gestión administrativa debe garantizar un equilibrio entre la planificación estratégica, la estructuración organizacional, el liderazgo efectivo y el monitoreo del desempeño. Los resultados obtenidos reflejan que la gestión administrativa del restaurante evaluado se encuentra en un nivel medianamente adecuado, con un puntaje global de 3.22. Al analizar las dimensiones por separado, se observa que la organización obtuvo la mejor puntuación (3.38) seguida de la dirección (3.29) la planeación (3.18) y, finalmente, el control (3.09). Esto indica que, aunque los procesos administrativos están establecidos, aún existen oportunidades de mejora en la ejecución. Entendiéndose entonces que los principios de la gestión administrativa propuestos por Chiavenato (2019) están presentes en el restaurante, pero no se aplican de manera óptima en todas las dimensiones.

En cuanto a la calidad de servicio, de acuerdo con Tschohl (2018) la calidad de servicio es un conjunto de estrategias que buscan satisfacer a los clientes, fidelizarlos y asegurar el éxito de la empresa. Un servicio de alta calidad se convierte en una ventaja comparativa clave, determinando la competitividad de un negocio en su sector. Según Tschohl (2018) la fidelización de los clientes es un pilar fundamental para el éxito empresarial. Sin embargo, con una confiabilidad de 2.81, los clientes no perciben que el restaurante cumpla consistentemente con sus promesas. Esto puede afectar la lealtad del cliente y generar una baja retención, lo que se contrapone a la teoría de que la calidad del servicio debe estimular a los clientes a regresar y comprar más.

Al realizar la comparación con los antecedentes, se tomó el estudio realizado por Bravo (2020) sobre la gestión administrativa en los restaurantes de la Parroquia San Lorenzo, Manta, y los resultados obtenidos en el restaurante Jardín el Encanto del distrito de Pisac, Cusco, mostrando similitudes y diferencias, en ambos estudios, se observa que la gestión administrativa tiene un impacto significativo en la calidad del

servicio y la satisfacción del cliente. En el estudio de Bravo el 97% de los encuestados consideró que la gestión administrativa contribuye a la calidad del servicio, mientras que en el restaurante Jardín el Encanto, también se destaca que la gestión administrativa es funcional, aunque con margen de mejora. Este hallazgo resalta que la gestión administrativa es una variable esencial que contribuye a la percepción positiva del servicio ofrecido a los clientes, lo cual es clave para la fidelización y éxito del negocio. Asimismo, en el estudio de Bravo (2020) la falta de planificación y estrategias administrativas ha causado pérdidas económicas y menor competitividad en el sector restaurantero. Similarmente, en el restaurante Jardín el Encanto, el 50% de los encuestados considera que la gestión administrativa es medianamente adecuada, lo que muestra que, si bien la estructura administrativa está funcionando en alguna medida, se necesita optimizar áreas como el control y la planeación para alcanzar un nivel más adecuado de gestión.

El estudio de Baldeón (2021) como el análisis del restaurante Jardín el Encanto del distrito de Pisac, se encontró una correlación positiva significativa entre la gestión administrativa y la calidad de servicio. En la investigación de Baldeón el coeficiente de correlación de Spearman fue de 0.694, indicando una relación positiva moderada entre estas variables. De manera similar, en el restaurante Jardín el Encanto, el valor de $Rho = 0.927$ revela una correlación positiva muy alta, lo que implica que en ambos casos la gestión administrativa impacta de manera considerable en la calidad del servicio. Además, en ambos estudios, el p-valor fue significativo ($<0,001$) lo que refuerza la validez de la correlación encontrada. Esto indica que, en ambas organizaciones, una mejor gestión administrativa se asocia con una mayor calidad en los servicios ofrecidos, lo que resulta crucial para la satisfacción del cliente. En ambos estudios, se encontró que las dimensiones clave de la gestión administrativa, como la planeación, organización, dirección y control, tienen una relación significativa con la calidad de servicio. En el estudio de Baldeón (2021) todas estas dimensiones mostraron correlaciones significativas con la calidad de atención, destacando la importancia de estas prácticas en la mejora de los servicios. Similarmente, en el restaurante Jardín el Encanto, las dimensiones de la gestión administrativa también presentaron un nivel medianamente adecuado, lo que refleja una estructura administrativa funcional, pero con espacio para mejoras en áreas como planeación y control.

Los estudios de Puclla y Moscoso (2022) sobre la relación entre la gestión empresarial y la calidad de servicio en las empresas hoteleras del distrito de Santa Ana, La Convención – Cusco, y el análisis realizado en el restaurante Jardín el Encanto del distrito de Pisac, Cusco, muestran que ambos estudios destacan una correlación positiva significativa entre la gestión administrativa y la calidad de servicio, lo que refuerza la idea de que una buena gestión organizacional está directamente relacionada con la satisfacción del cliente. En el estudio de Puclla y Moscoso (2022) la correlación más fuerte se observa entre dirección y calidad de servicio ($Rho = 0.887$) mientras que en el restaurante Jardín el Encanto, el $Rho = 0.927$ también muestra una correlación positiva muy alta entre la gestión administrativa y la calidad del servicio. Ambos estudios presentan un p-valor de $<0,001$, lo que indica que estas correlaciones son altamente significativas. Esto sugiere que, en ambas organizaciones, la calidad del servicio depende en gran medida de la eficacia de la gestión administrativa.

5.4. Implicancias del estudio

Las implicancias prácticas pueden abordarse desde diferentes perspectivas considerando el impacto en la eficiencia operativa, la satisfacción del cliente y la sostenibilidad del negocio. a fin de mejorar la gestión administrativa del restaurante se sugiere el estudio de tiempos y movimientos en la atención, así como la elaboración de una propuesta de la implementación de herramientas tecnológicas para la gestión de reservas y control de inventarios.

CONCLUSIONES

Primera: De acuerdo al objetivo general se tiene que la gestión administrativa se presenta con un promedio de 3.22 y la calidad de servicio con 3.08 ambas variables reflejan un nivel medianamente adecuado, valor considerado en una escala de medición de 1 a 5; con dichos resultados, se afirma que existe relación entre la gestión administrativa y la calidad de servicio en el personal del restaurante Jardín el Encanto del distrito de Pisac, donde el Rho de Spearman = 0.927 valor que revela una correlación positiva muy alta, con pvalor < 0,001 lo que indica que la correlación es significativa.

Segunda: De acuerdo al objetivo específico 1 se afirma que existe relación entre la planeación y la calidad de servicio en el personal del restaurante Jardín el Encanto del distrito de Pisac, donde el Rho de Spearman = 0.927 valor que revela una correlación positiva muy alta, con pvalor < 0,001 lo que indica que la correlación es significativa.

Tercera: De acuerdo al objetivo específico 2 se afirma que existe relación entre la organización y la calidad de servicio en el personal del restaurante Jardín el Encanto del distrito de Pisac, donde el Rho de Spearman = 0.828 valor que revela una correlación positiva alta, con pvalor < 0,03 lo que indica que la correlación es significativa.

Cuarta: De acuerdo al objetivo específico 3 se afirma que existe relación entre la dirección y la calidad de servicio en el personal del restaurante Jardín el Encanto del distrito de Pisac, donde el Rho de Spearman = 0.927 valor que revela una correlación positiva muy alta, con pvalor < 0,001 lo que indica que la correlación es significativa.

Quinta: De acuerdo al objetivo específico 4 se afirma que existe relación entre el control y la calidad de servicio en el personal del restaurante Jardín el Encanto del distrito de Pisac, donde el Rho de Spearman = 0.940 valor que revela una correlación positiva muy alta, con pvalor < 0,005 lo que indica que la correlación es significativa.

RECOMENDACIONES

Primera: Se recomienda a la administración del restaurante Jardín el Encanto del distrito de Pisac, realizar capacitaciones al personal en estándares de servicio para garantizar una atención constante y eficiente, con lo que se podrá asegurar que los clientes confíen en la calidad del servicio, asimismo, se recomienda mejorar la comunicación interna entre el personal de cocina y atención para agilizar el servicio, reduciendo con ello demoras en la atención, e implementar estrategias de servicio personalizado, como recordar preferencias de clientes frecuentes o adaptar recomendaciones según las necesidades del cliente. Estas actividades permitirán optimizar la experiencia del cliente, fortalecer la atención personalizada, y mejorar la reputación del restaurante.

Segunda: Se recomienda a la administración del restaurante Jardín el Encanto del distrito de Pisac, que, para fortalecer la planeación, a través de charlas bimestrales se deba clarificar y comunicar la misión y objetivos del restaurante a todo el personal, asegurando su comprensión y aplicación en las funciones diarias, así como diseñar planes estratégicos detallados para alcanzar los objetivos del negocio con acciones claras y medibles, con ello, se mejorará la alineación del equipo con la estrategia organizacional, aumentando la eficiencia operativa y garantizar la coherencia en la gestión

Tercera: Se recomienda a la administración del restaurante Jardín el Encanto del distrito de Pisac, que, para mejorar la organización del trabajo, se revise y ajuste la división del trabajo para equilibrar cargas laborales y evitar sobrecargas en el personal, así como establecer una asignación óptima de recursos asegurando que cada trabajador cuente con lo necesario para el cumplimiento de sus funciones y definir roles y responsabilidades con mayor precisión para evitar confusión y mejorar la operatividad, con estas acciones, se podrá asegurar una operación más fluida, reducir errores administrativos y aumentar la productividad del personal.

Cuarta: Se recomienda a la administración del restaurante Jardín el Encanto del distrito de Pisac, que, a fin de potenciar la dirección se realicen reuniones periódicas que logren mejorar la comunicación con todo el personal, así también se implementen estrategias de motivación como incentivos y reconocimientos, y la realización de capacitaciones al personal administrativo en temas de habilidades de gestión y resolución de conflictos, actividades que fomentarán un ambiente de trabajo positivo, y la satisfacción laboral.

Quinta: Se recomienda a la administración del restaurante Jardín el Encanto del distrito de Pisac, que, para lograr un control adecuado, se definan y estandaricen indicadores de desempeño para evaluar el trabajo del personal de manera justa y objetiva, asimismo, se mejore el monitoreo del desempeño con supervisión más constante y una retroalimentación constructiva, y se apliquen acciones correctivas efectivas para solucionar deficiencias detectadas en la operatividad y en la atención al cliente, acciones que permitirán elevar la calidad del servicio, optimizar los procesos internos y garantizar una cultura de mejora continua.

REFERENCIAS

- Alles, M. (2023). *12 pasos para ser un buen jefe* (Primera ed.). Ediciones Granica. https://www.google.com.pe/books/edition/12_Pasos_Para_Ser_Un_Buen_Jefe/d2nWEAAAQBAJ?hl=es&gbpv=1
- Baldeon, P. (2021). Gestión administrativa y calidad de servicio de la empresa “JBP” S.A.C., Huancayo – Junín, 2021. *Tesis de pregrado*. Universidad Alas Peruanas. https://repositorio.uap.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12990/10436/Tesis_Gesti%C3%B3nAdministrativa_Calidad.Servicio_Empresa%20JBP%20SAC._Huancayo_Jun%C3%ADn.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Barra, C. (2022). Percepción de la calidad de servicio en el Hotel Koyllur Inn de la ciudad del Cusco, 2022. *Tesis de pregrado*. Universidad Alas Peruanas. <https://repositorio.uap.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12990/11129/TRABAJO-BARRA%20MIRANDA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Barten, M. (2024). *Industria de restaurantes: descripción general, tipos, ejemplos y más*. https://www.revfine.com/es/restaurante-industria/?utm_source=chatgpt.com
- Bravo, B. (2020). La gestión administrativa y su influencia en la satisfacción al cliente de los restaurantes de la Parroquia San Lorenzo- Manta. *Tesis de pregrado*. Universidad Estatal del Sur de Manabí. <https://repositorio.unesum.edu.ec/bitstream/53000/2807/1/TESIS%20BERONICA%20BRAVO.pdf>
- Bustamante, M., Zerda, E., Obando, F., & Tello, M. (2019). Fundamentos de la calidad de servicio, el Modelo Servqual. *Revista Empresarial*, 13(2), 1-15. doi.org/10.23878/empr.v13i2.001
- Carrasco-Díaz, S. (2019). *Metodología de la investigación científica* (Segunda ed.). Lima: San Marcos.
- Carrón, A. (2019). *Servicio básico de alimentos y bebidas y tareas de postservicio en el restaurante* (Primera ed.). Editorial Tutor Formación. https://www.google.com.pe/books/edition/Servicio_b%C3%A1sico_de_alimentos_y_bebidas/TDe0DwAAQBAJ?hl=es&gbpv=1&dq=realizar+bien+el+servicio&pg=PA44&printsec=frontcover
- Chiavenato, I. (2017). *Comportamiento Organizacional: La dinámica del éxito en las organizaciones* (Tercera ed.). McGraw-Hill/Interamericana Editores, S.A. de C.V.

- Chiavenato, I. (2019). *Introducción a la teoría general de la administración* (Décima ed.). McGraw-Hill Interamericana Editores, S.A. de C.V.
- Chiavenato, I. (2020). *Gestión del talento humano: El nuevo papel de los recursos humanos en las organizaciones* (Quinta ed.). McGraw-Hill/Interamericana Editores, S.A. de C.V.
- Chinga, J. H., & Gómez, S. L. (2023). Gestion administrativa en las empresas de servicios de catering del Canton Portoviejo, Manabi, Ecuador. *Revista Científica Multidisciplinaria Arbitrada Yachasun-ISSN*, 7(12), 251-274. <https://doi.org/10.46296/yc.v7i12.0286>
- Cronin, J., & Taylor, S. (1992). Measuring service quality: A re-examination and extension. *Journal of Marketing*, 56(3), 55-68. <https://doi.org/10.2307/1252296>
- D'Alessio, F. (2015). *El proceso estratégico un enfoque de gerencia* (Tercera ed.). Pearson.
- Daft, R. (2019). *Teoría y diseño organizacional* (Décimo segunda ed.). Cengage Learning.
- Delgado, A. (2025). *INEI reporta aumento de actividad en restaurantes: destacan pollerías, negocios de comida rápida y más*. Infobae: <https://www.infobae.com/peru/2025/01/21/inei-reporta-aumento-de-actividad-en-restaurantes-destacan-pollerias-negocios-de-comida-rapida-y-mas/>
- Demelza, M. (2017). *Gestión Organizacional* (Primera ed.). Fondo Editorial Areandino. <https://core.ac.uk/download/pdf/326423934.pdf>
- Díaz, C., & Marrero, C. (2021). La evaluación del impacto de la capacitación: retos y beneficios para las organizaciones actuales. *Universidad y Sociedad*, 13(6), 28-35. http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2218-36202021000600028&script=sci_abstract
- Espinoza, J. (2019). La gestión administrativa y la calidad del servicio al cliente en el Hotel el Molino Periodo 2018. *Tesis de pregrado*. Universidad Nacional de Chimborazo. <http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/5776/1/UNACH-EC-FCP-ING-COM-2019-0022.pdf>
- Ferrel, O., & Hartline, M. (2018). *Estrategia de marketing* (Sexta ed.). Cengage Learning.
- Fuentes-Doria, D., Toscano, E., Malvaceda, E., Díaz, L., & Díaz, L. (2020). *Metodología de la investigación: Conceptos, herramientas y ejercicios prácticos en las ciencias*

administrativas y contables. Editorial Universidad Pontificia Bolivariana.

- García, A. (2018). *Gestión organizacional* (Primera ed.). Tinta Fresca - Alfaomega. https://www.google.com.pe/books/edition/Gesti%C3%B3n_organizacional/uNwoC AAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=1
- García, S. d. (2019). Gestión de calidad y eficiencia de los procesos administrativos en las Mypes del sector servicios, restaurant turístico-Yarinacocha, 2019. *tesis de pregrado*. Universidad Católica Los Ángeles Chimbote. https://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/15121/GESTION_CALIDAD_GARCIA_C ARDENAS_SARITA_DEL_PILAR.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Gil-López, V. (2020). *Fundamentos de Atención al Cliente* (Primera ed.). Editorial Elearning S.L. https://www.google.com.pe/books/edition/COMT004PO_Fundamentos_de_atenci%C3%B3n_al_cl/VGzoDwAAQBAJ?hl=es&gbpv=1&dq=calidad+de+servicio&printsec=frontcover
- González, J. C., & Pérez, R. (2021). *Formación y Orientación Laboral* (Octava ed.). Ediciones Paraninfo, S.A. https://www.google.com.pe/books/edition/Formaci%C3%B3n_y_orientaci%C3%B3n_laboral_8_%C2%AA_e/7nA-EAAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=1
- González, K., castillo, L., & Alcaraz, i. (2021). Planeación estratégica. Montiel & Soriano Editores S.A. de C.V. https://www.academia.edu/61127925/PLANEACI%C3%93N_ESTRAT%C3%89GICA_Enfoque_Te%C3%B3rico_Pr%C3%A1ctico
- Granados, M., & Noblecilla, M. (2018). *El marketing y su aplicación en diferentes áreas del conocimiento* (Primera ed.). UTMACH.
- Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, P. (2023). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta* (Segunda ed.). McGraw-Hill Interamericana Editores, S.A. de C.V.
- Ibarra, E., & Casa, V. (2015). Aplicación del modelo Servperf en los centros de atención Telcel, Hermosillo: una medición de la calidad en el servicio. *Contaduría y administración*, 60(1), 105-122. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0186-10422015000100010&script=sci_arttext&utm_source=chatgpt.com
- Julio, P. d. (2020). Importancia del modelo de gestión empresarial para las organizaciones modernas. *Revista de investigación en ciencias de la administración*, 4(16), 272 -

283. doi.org/10.33996/revistaenfoques.v4i16.99

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017a). *Fundamentos de Marketing* (Decimotercera ed.). Pearson Educación.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017b). *Marketing* (Decimosexta ed.). Pearson Educación de México, S.A. de C.V.
- Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Dirección de Marketing* (Decimoquinta ed.). Pearson Educación de México, S.A. de C.V.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2018). *Marketing 4.0* (Primera ed.). Lid Editorial.
- Kotler, P., Keller, K., & Chernev, A. (2023). *Dirección de marketing* (Decimosexta ed.). Pearson.
- Larico, N. (2022). Calidad del servicio en restaurantes de Cañete – Perú. *Revista Venezolana de Gerencia*, 27(7), 556-571. <https://produccioncientificaluz.org/index.php/rvg/article/view/38078>
- Leire, L. (2020). *Procesos de gestión de calidad en hostelería y turismo* (Primera ed.). Editorial CEP S.L. https://www.google.com.pe/books/edition/eBook_Manual_Procesos_de_gesti%C3%B3n_de_cal/RsraDwAAQBAJ?hl=es&gbpv=1&dq=empleados+con+apariciencia+pulcra+empresas&pg=PA48&printsec=frontcover
- Mateos de Pablo, M. Á. (2019). *Atención al cliente y calidad en el servicio* (Primera ed.). IC Editorial. [https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=0VcpEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT6&dq=respeto+y+amabilidad+\(Mateos+de+Pablo,+2019\)&ots=UNdpHlDAq1&sig=MqkrUKvCygHj_wU7OqzQQJQH2ec#v=onepage&q=respeto%20y%20amabilidad%20\(Mateos%20de%20Pablo%2C%202019\)&f=false](https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=0VcpEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT6&dq=respeto+y+amabilidad+(Mateos+de+Pablo,+2019)&ots=UNdpHlDAq1&sig=MqkrUKvCygHj_wU7OqzQQJQH2ec#v=onepage&q=respeto%20y%20amabilidad%20(Mateos%20de%20Pablo%2C%202019)&f=false)
- Mendoza, V., & Moreira, J. (2021). Procesos de gestión administrativa, un recorrido desde su origen. *Revista Científica FIPCAEC (Fomento de la investigación y publicación en Ciencias Administrativas, Económicas y Contables)*, 6(3), 608-620. doi.org/10.23857/fipcaec.v6i3.414
- Mercado, D. (2020). *Procesos de servicios* (Segunda ed.). Ediciones Paraninfo, SA. https://www.google.com.pe/books/edition/Procesos_de_servicios_en_restaurante/0JzODwAAQBAJ?hl=es&gbpv=1
- Mero-Vélez, J. (2018). Empresa, administración y proceso administrativo. *Revista Científica*

- FIPCAEC (Fomento De La investigación Y publicación científico-técnica multidisciplinaria)*., 3(8), 84-102.
<https://fipcaec.com/index.php/fipcaec/article/view/59/71>
- Murrieta, A., Ochoa, E., & Carballo, B. (2019). Reflexión crítica de los sistemas de gestión de calidad: ventajas y desventajas. *Revista de Investigación en Administración, Contabilidad, Economía y Sociedad*, 8(12), 115-132.
<https://ojs.tdea.edu.co/index.php/encontexto/article/view/668/816>
- National Restaurant Association. (2025). *Restaurant Industry Poised for Growth in 2025: Industry Expected to Employ 15.9 Million People and Reach \$1.5 Trillion in Sales*.
https://restaurant.org/research-and-media/media/press-releases/restaurant-industry-poised-for-growth-in-2025-industry-expected-to-employ-15-9-million-people-and-r/?utm_source=chatgpt.com
- Ñaupas, H., Mejía, E., Trujillo, R., Romero, H., Medina, W., & Novoa, E. (2023). *Metodología de la investigación. Cuantitativa - cualitativa y redacción de la tesis* (Sexta ed.). Ediciones de la U.
- Osejos, A., & Merino, J. (2020). Modelo SERVQUAL como instrumento de evaluación de la calidad del servicio al cliente, Cantón Jipijapa. *Revista Científica Multidisciplinaria*, 4(4), 79-92. <https://revistas.unesum.edu.ec/index.php/unesumciencias/article/view/284/241>
- Palma, A., Palma, F., Torres, R., & Murillo, K. (2018). Los servicios en la gestión de calidad. *Revista Ciencias Sociales y Económica*, 2(2), 39-57.
<https://revistas.uteq.edu.ec/index.php/csye/article/view/273/269>
- Pando-Mamani, R. (2021). La gestión administrativa y el logro de objetivos organizacionales, según la percepción del personal de la Sociedad de Beneficencia Pública de Puno, periodo 2019. *Tesis de maestría*. Universidad Nacional del Altiplano. <http://repositorio.unap.edu.pe/handle/20.500.14082/17152>
- Peña, K., Sánchez, M., & Sancan, L. (2022). Gestión administrativa y su impacto en la calidad del servicio. *Recimundo*, 6(1), 120-131.
[https://doi.org/10.26820/recimundo/6.\(suppl1\).junio.2022.120-131](https://doi.org/10.26820/recimundo/6.(suppl1).junio.2022.120-131)
- Pineda, E. F., & Tello, C. (2018). ¿Ciencia, técnica y arte?: análisis crítico sobre algunas posturas del problema del estatus epistemológico de la Administración. *Revista*

- Logos, Ciencia & Tecnología*, 10(4).
<https://www.redalyc.org/journal/5177/517764491016/517764491016.pdf>
- Pino, M., Solís, C., & Jiménez, M. (2023). *Seguridad, higiene y protección ambiental en hostelería* (Primera ed.). IC Editorial.
https://www.google.com.pe/books/edition/Seguridad_e_higiene_y_protecci%C3%B3n_ambien/P1i6EAAAQBAJ?hl=es&gbpv=1&dq=que+son+los+equipos+fisicos+en+un+restaurante&pg=PT23&printsec=frontcover
- PROSEGUR . (2024). *Administración de restaurantes: consejos para optimizar tu negocio*.
https://www.prosegur.com.pe/blog/efectivo/administracion-de-restaurantes?utm_source=chatgpt.com
- Puella, L., & Moscoso, R. (2022). Gestión empresarial y calidad de servicio de las empresas hoteleras en el Distrito de Santa Ana, La Convención, Cusco 2022. *Tesis de pregrado*. Universidad Privada Líder Peruana.
<http://repositorio.ulp.edu.pe/bitstream/handle/ULP/67/empastado%20Luz%20y%20Reyner.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Ramírez, C., Ramírez, M. d., & Ramírez, F. (2022). *fundamentos de administración* (Cuarta ed.). Ecoe ediciones S.A.S.
https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=RGBjEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR19&dq=La+administraci%C3%B3n+como+ciencia,+t%C3%A9cnica+y+arte&ots=ErgY1UF_GY&sig=Wz50WjIFESLqbO25i8OB0PpyeDU#v=onepage&q=La%20administraci%C3%B3n%20como%20ciencia%20t%C3%A9cnica%20y%20
- Recharte, D. (2022). Caidad de servicio y satisfacción del cliente en el restaurant Don Belisario del Real Plaza Cusco, 2022. *Tesis de pregrado*. Universidad César Vallejo.
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/102145/Recharte_HD_J-SD.pdf?sequence=4&isAllowed=y
- Robbins, S., & Coulter, M. (2023). *Administración* (Primera ed.). Pearson Educación de México.
- Robbins, S., & Judge, T. (2017). *Comportamiento organizacional* (Decimoséptima ed.). Pearson Educación de México, S.A. de C.V.
- Salazar, D., Díaz, P., Benalcáza, L., & Acuña, J. (2018). Gestión administrativa en establecimientos de alimentos y bebidas ubicados en el sector de La Ronda del centro

- histórico de la ciudad de Quito (Ecuador). *Revista interamericana de ambiente y turismo*, 14(1), 2-13. https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-235X2018000100002&script=sci_arttext&utm_source=chatgpt.com
- Serrano, P., Señalín, L., Vega, F., & Herrera, J. (2018). El control interno como herramienta indispensable para una gestión financiera y contable eficiente en las empresas bananeras del cantón Machala (Ecuador). *Revista Espacios*, 39(03), 30. https://www.researchgate.net/profile/Jonathan-Herrera-6/publication/324170088_El_control_interno_como_herramienta_indispensable_para_una_gestion_financiera_y_contable_eficiente_en_las_empresas_bananeras_del_canton_Machala_Ecuador/links/5ac36b26aca27222c75
- Silva, J., & Sánchez, C. (2024). Proceso administrativo y los objetivos empresariales: Empresa Jipi chifle del Cantón Jipijapa. *Revista Científica Ciencia y Desarrollo*, 27(2), 127-137. [dx.doi.org/10.21503/cyd.v27i2.2607](https://doi.org/10.21503/cyd.v27i2.2607)
- Solomon, M., Askegaard, S., Hogg, M., & Bamossy, G. (2019). *Consumer behavior: A European perspective* (Séptima ed.). Pearson Education Limited.
- Suárez-Espinar, M. J. (2018). Gestión Empresarial: una paradigma del siglo XXI. *FIPCAEC*, 3(8), 44-64. doi.org/10.23857/fipcaec.v3i8.57
- Tschohl, J. (2018). *Servicio al cliente. Técnicas, estrategias y una verdadera cultura para generar beneficios* (Duodécima ed.). Service Quality Institute Latin America. <https://www.servicequality.net/ftp/servicio-al-cliente.pdf>
- Valls, W., Román, V., Chica, C., & Salgado, G. (2017). *La calidad del servicio: Vía segura para alcanzar la competitividad* (Primera ed.). Mar Abierto. https://issuu.com/marabiertouleam/docs/la_calidad_del_servicio_wtest
- Vásquez-González, J. J. (2017). Percepción de la calidad de servicio en los restaurantes de los Hoteles cuatro estrellas en Miralores. *tesis de pregrado*. Universidad San Ignacio de Oyola. <https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/b12875df-a641-4094-8e06-d721e6bd2ec8/content>
- Vásquez-Ramírez, A. A., Guanuchi-Orellana, L., Cahuana-Tapia, R., Vera-Treves, R., & Holgado-Tisoc, J. (2023). *Método de investigación científica* (Primera ed.). Instituto Universitario de Innovación Ciencia y Tecnología Inudi Perú S.A.C. <https://editorial.inudi.edu.pe/index.php/editorialinudi/catalog/view/105/148/173>

- Villanueva, J., & De Toro, M. (2018). *Marketing estratégico*. Alfaomega Colombiana S.A.
- Wehrich, H., Cannice, M., & Koontz, H. (2017). *Administración: Una perspectiva global, empresarial y de innovación* (Decimoquinta ed.). McGraw-Hill/Interamericana Editores S.A. de C.V.
- Werther, W., Davis, K., & Guzman, P. (2019). *Administracion de Recursos Humanos Gestion Capital Humano* (Octava ed.). Mc Graw Hill.
- Zeithaml, V., Bitner, M., & Gremler, D. (2018). *Marketing de servicios: integración del enfoque en el cliente en toda la empresa* (Séptima ed.). McGraw-Hill/Interamericana Editores, S.A. de C.V. https://search.library.uq.edu.au/primo-explore/fulldisplay?vid=61UQ&docid=61UQ_ALMA21192767190003131&lang=en_US&context=L

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de operacionalización de variables

Var.	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores
Gestión administrativa	La gestión administrativa es el conjunto de principios, procesos y prácticas que permiten planificar, organizar, dirigir y controlar los recursos de una organización para alcanzar sus objetivos de manera eficiente y eficaz (Chiavenato, 2019)	Chiavenato (2019) menciona que la gestión administrativa se operacionaliza mediante la aplicación de los siguientes procesos clave: planeación, organización, dirección, y, control.	Planeación: Primera función administrativa, por ser la que sirve de base para el resto de las funciones, pues define anticipadamente cuáles son los objetivos a ser alcanzados y qué se debe hacer para lograrlo (Chiavenato, 2019, p. 106).	<ul style="list-style-type: none"> - Definir la misión - Formular objetivos - Definir planes para alcanzar los objetivos - Programar las actividades
			Organización: Es el acto de organizar, estructurar e integrar los recursos y órganos involucrados de su administración, y establecer sus atribuciones y las relaciones entre ello (Chiavenato, 2019, p. 110).	<ul style="list-style-type: none"> - Dividir el trabajo - Designar actividades - Asignar recursos - Definir autoridad y responsabilidad
			Dirección: Está relacionada con la acción, con la puesta en marcha, y tiene mucho que ver con el papel de las personas y de los liderazgos (Chiavenato, 2019, p. 111).	<ul style="list-style-type: none"> - Comunicación - Motivación - Liderazgo - Orientación
			Control: Consiste en un proceso que guía la actividad hacia un fin previamente determinado. Como proceso, el control presenta fases que merecen una explicación (Chiavenato, 2019, p. 113).	<ul style="list-style-type: none"> - Definir estándares - Monitorear el desempeño - Evaluar el desempeño - Tomar acción correctiva

Var.	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores
Calidad de servicio	Es la orientación que siguen todos los recursos y empleados de una empresa para lograr la satisfacción de los clientes. Esto incluye a todas las personas que trabajan en la empresa, y no solo a las que tratan personalmente con los clientes o se comunican con ellos a través de diferentes medios. (Tschohl, 2018, p. 12)	De acuerdo a Tschohl (2018) las dimensiones de la calidad de servicio son: confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, elementos tangibles, empatía.	Confiabilidad: Los clientes desean que las empresas realicen el servicio deseado de forma fiable, precisa y consistente (Tschohl, 2018, p. 146).	<ul style="list-style-type: none"> - Servicio brindado - Cumplimiento de promesas - Interés en la resolución de problemas
			Capacidad de respuesta: Las empresas deberían mostrar una actitud de ayuda y ofrecimiento de un servicio rápido (Tschohl, 2018, p. 146).	<ul style="list-style-type: none"> - Servicio rápido - Actitud del personal - Personal comunicativo
			Seguridad: La seguridad implica garantizar a los clientes que el servicio será entregado de manera confiable y consistente, sin riesgos y cumpliendo las promesas de la marca (Tschohl, 2018, p. 146).	<ul style="list-style-type: none"> - Conocimiento del personal - Proyectar confianza en la atención - Preocupación por los intereses del cliente
			Elementos tangibles: Las instalaciones físicas y los equipos deben ser atractivos, limpios y los empleados deben tener una buena apariencia física (Tschohl, 2018, p. 146).	<ul style="list-style-type: none"> - Instalaciones físicas - Equipamiento - Presentación del personal
			Empatía: “Los clientes desean empresas que les ofrezcan un servicio personalizado y que los escuchen” (Tschohl, 2018, p. 146).	<ul style="list-style-type: none"> - Servicio personalizado - Amabilidad y cortesía

Anexo 2: Matriz de consistencia

Problema general	Objetivo general	Hipótesis general	Variables y dimensiones	Método	Población y muestra	Técnicas e instrumentos
¿Cuál es la relación que existe entre la gestión administrativa y la calidad de servicio en el restaurante Jardín el Encanto del distrito de Pisac, Cusco 2024?	Determinar la relación que existe entre la gestión administrativa y la calidad de servicio en el restaurante Jardín el Encanto del distrito de Pisac, Cusco 2024.	Existe relación significativa entre la gestión administrativa y la calidad de servicio en el restaurante Jardín el Encanto del distrito de Pisac, Cusco-2024.	Gestión administrativa - Planificación - Organización - Dirección - Control	Tipo: Básica Alcance: Descriptivo o correlacional	Población: 12 trabajadores y 399 clientes del restaurante por semana	Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario
Problemas específicos	Objetivos específicos	Hipótesis específicas				
¿Cuál es la relación que existe entre la planificación y la calidad de servicio en el restaurante Jardín el Encanto del distrito de Pisac, Cusco-2024?	Determinar la relación que existe entre la planificación y la calidad de servicio en el restaurante Jardín el Encanto del distrito de Pisac, Cusco-2024.	Existe relación significativa entre la planificación y la calidad de servicio en el restaurante Jardín el Encanto del distrito de Pisac, Cusco-2024.	Calidad de servicio - Confiabilidad - Capacidad de respuesta - Seguridad - Elementos tangibles - Empatía	Enfoque: Cuantitativo Diseño: No experimental / transversal	Muestra: 196 clientes	
¿Cuál es la relación que existe entre la organización y la calidad de servicio en el restaurante Jardín el Encanto del distrito de Pisac, Cusco-2024?	Determinar la relación que existe entre la organización y la calidad de servicio en el restaurante Jardín el Encanto del distrito de Pisac, Cusco-2024.	Existe relación significativa entre la organización y la calidad de servicio en el restaurante Jardín el Encanto del distrito de Pisac, Cusco-2024.				
¿Cuál es la relación que existe entre la dirección y la calidad de servicio en el restaurante Jardín el Encanto del distrito de Pisac, Cusco-2024?	Determinar la relación que existe entre la dirección y la calidad de servicio en el restaurante Jardín el Encanto del distrito de Pisac, Cusco-2024.	Existe relación significativa entre la dirección y la calidad de servicio en el restaurante Jardín el Encanto del distrito de Pisac, Cusco-2024.				
¿Cuál es la relación que existe entre el control y la calidad de servicio en el restaurante Jardín el Encanto del distrito de Pisac, Cusco-2024?	Determinar la relación que existe entre el control y la calidad de servicio en el restaurante Jardín el Encanto del distrito de Pisac, Cusco-2024.	Existe relación significativa entre el control y la calidad de servicio en el restaurante Jardín el Encanto del distrito de Pisac, Cusco-2024.				

Anexo 3: Matriz del instrumento de la gestión administrativa (colaboradores)

Var	Dimensiones	Indicadores	Reactivos	Peso	N° de ítems	Criterios de evaluación
Gestión administrativa	Planeación	Definir misión	1. Está definida de manera clara la misión del restaurante.	20%	5	1=Totalmente en desacuerdo 2=En desacuerdo 3= Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4=De acuerdo 5=Totalmente de acuerdo
		Formular objetivos	2. Los objetivos establecidos son alcanzables y medibles dentro de los recursos disponibles.			
		Definir planes para alcanzar los objetivos	3. Se desarrollan planes estratégicos detallados para alcanzar los objetivos definidos. 4. Existen recursos y herramientas suficientes para implementar los planes establecidos.			
		Programar las actividades	5. La administración del restaurante se preocupa por detallar cuidadosamente los planes necesarios para cumplir de manera efectiva con los objetivos.			
	Organización	Dividir el trabajo	6. La administración del restaurante se preocupa por dividir el trabajo de manera efectiva a los colaboradores para realizar tareas de manera organizada.	20%	5	
		Designar actividades	7. La administración del restaurante se preocupa por designar actividades específicas a cada miembro del equipo para asegurar el buen funcionamiento de las operaciones diarias.			
		Asignar recursos	8. La administración asigna o distribuye los recursos necesarios para el cumplimiento de las funciones.			
		Definir autoridad y responsabilidad	9. En el restaurant existe claridad entre la autoridad y responsabilidad de los diferentes puestos. 10. Hay un equilibrio adecuado entre la autoridad otorgada y las responsabilidades asignadas.			
	Dirección	Comunicación.	11. La administración del restaurante se preocupa por mantener una comunicación clara y efectiva con los colaboradores para realizar sus funciones de manera eficiente.	28%	7	
			12. La administración brinda información clara y oportuna sobre las decisiones y objetivos de la organización.			
Motivación.		13. La administración del restaurante se preocupa por mantener una motivación constante en el personal para el buen cumplimiento de sus funciones.				
		14. La administración del restaurante implementa estrategias				

		efectivas para motivar a los colaboradores.		
	Liderazgo	15. Los líderes del restaurante inspiran confianza y fomentan la colaboración en el equipo. 16. Los líderes del restaurante muestran efectividad al momento de tomar decisiones y resolver conflictos.		
	Orientación	17. La administración del restaurante te brinda orientación necesaria para cumplir con tus funciones y responsabilidades.		
	Definir estándares	18. Los estándares están claramente definidos para medir el desempeño en tu organización. 19. Se comunica al personal cuáles son los estándares que debes cumplir en el trabajo.		
Control	Monitorear el desempeño	20. La administración del restaurante se preocupa por monitorear constantemente el desempeño de los colaboradores para asegurar el mejor cumplimiento de sus tareas. 21. El monitoreo aplicado contribuye a identificar oportunidades de mejora en el desempeño.	32%	8
	Evaluar el desempeño	22. La administración del restaurante realiza una retroalimentación clara y constructiva sobre tu desempeño laboral. 23. Los criterios utilizados para evaluar el desempeño son justos y relevantes.		
	Tomar acción correctiva	24. La administración del restaurante se preocupa por tomar acciones correctivas cuando es necesario. 25. Las acciones correctivas implementadas son efectivas para resolver los problemas detectados.		
	TOTAL			100%

Anexo 4: Matriz del instrumento de la calidad de servicio (clientes)

Var.	Dimensiones	Indicadores	Reactivos	Peso	N° de ítems	Criterios de evaluación
Calidad de servicio	Confiabilidad	Servicio brindado	1. El personal del restaurante llevó a cabo el servicio de manera eficiente y profesional. 2. Estas satisfecho con la calidad del servicio brindado por el restaurante.	25%	5	1=Totalmente en desacuerdo 2=En desacuerdo 3= Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4=De acuerdo 5=Totalmente de acuerdo
		Cumplimiento de promesas	3. El personal del restaurante cumplió con lo prometido en cuanto a la calidad del servicio. 4. El servicio proporcionado cumplió con tus expectativas de forma constante.			
		Interés en la resolución de problemas	5. El personal del restaurante demuestra interés en resolver tus inquietudes o problemas.			
	Capacidad de respuesta	Servicio rápido	6. El personal fue rápido y eficiente al momento de brindar el servicio durante su visita al restaurante. 7. Estas satisfecha con la precisión con la que el restaurant realizó el servicio.	25%	5	
		Actitud del personal	8. El personal mostró una actitud profesional y servicial durante su atención. 9. Te sentiste cómodo al interactuar con el personal del restaurante.			
		Personal comunicativo	10. Los colaboradores demostraron estar dispuestos a ayudar en todo momento durante su experiencia en el restaurante.			
	Seguridad	Conocimiento del personal	11. El personal del restaurante mostró un buen conocimiento sobre el menú y las opciones disponibles. 12. Sientes seguridad con la información proporcionada por el personal sobre el servicio.	25%	5	
		Proyectar confianza en la	13. El personal del restaurante le transmitió confianza en cuanto a la calidad del servicio ofrecido.			

Var.	Dimensiones	Indicadores	Reactivos	Peso	N° de ítems	Criterios de evaluación
		atención				
		Preocupación por los intereses del cliente	14. El personal del restaurante mostró una actitud cortés y profesional en su atención. 15. El personal del restaurante prioriza tus intereses al ofrecer sus servicios.			
	Elementos tangibles	Instalaciones físicas	16. Las instalaciones del restaurant son limpias, seguras y adecuadas para el servicio que ofrecen.			
		Equipamiento	17. El equipamiento del restaurante para brindar el servicio se muestra en buenas condiciones.	15%	3	
		Presentación del personal	18. El personal del restaurante mostró una presentación adecuada durante su visita.			
	Empatía	Servicio personalizado	19. El personal del restaurante le ofreció un servicio personalizado que mejore su experiencia como cliente.	10%	2	
		Amabilidad y cortesía	20. El personal del restaurante se mostró amable y cortés durante su estadía en la empresa.			
		TOTAL		100%	20	

Anexo 5: Instrumento de investigación para la variable gestión administrativa

ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA PRIVADA KHIPU

Programa de estudios Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras

Cuestionario aplicado a los trabajadores del Restaurante Jardín el Encanto del distrito de Pisac

El presente instrumento se aplica con la finalidad de recoger información para el trabajo de investigación titulado: “Gestión administrativa y calidad de servicio en el restaurante Jardín el Encanto del distrito de Pisac, Cusco 2024”, teniendo como objetivo Determinar la relación que existe entre la gestión administrativa y la calidad de servicio en el restaurante Jardín el Encanto del distrito de Pisac, la información que Ud. facilite será de completa reserva.

Instrucciones: Marcar con una X la respuesta que Ud. considere más adecuada a las afirmaciones presentadas:

Escala de medición – Likert				
Nomenclatura				
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1	2	3	4	5

Instrumento:

Ítems/reactivo	1	2	3	4	5
1. Está definida de manera clara la misión del restaurante.					
2. Los objetivos establecidos son alcanzables y medibles dentro de los recursos disponibles.					
3. Se desarrollan planes estratégicos detallados para alcanzar los objetivos definidos.					
4. Existen recursos y herramientas suficientes para implementar los planes establecidos.					
5. La administración del restaurante se preocupa por detallar cuidadosamente los planes necesarios para cumplir de manera efectiva con los objetivos.					
6. La administración del restaurante se preocupa por dividir el trabajo de manera efectiva a los colaboradores para realizar tareas de manera organizada.					
7. La administración del restaurante se preocupa por designar actividades específicas a cada miembro del equipo para asegurar el buen funcionamiento de las operaciones diarias.					
8. La administración asigna o distribuye los recursos necesarios para el cumplimiento de las funciones.					
9. En el restaurant existe claridad entre la autoridad y responsabilidad de los diferentes puestos.					
10. Hay un equilibrio adecuado entre la autoridad otorgada y las responsabilidades asignadas.					

Ítems/reactivo	1	2	3	4	5
11. La administración del restaurante se preocupa por mantener una comunicación clara y efectiva con los colaboradores para realizar sus funciones de manera eficiente.					
12. La administración brinda información clara y oportuna sobre las decisiones y objetivos de la organización.					
13. La administración del restaurante se preocupa por mantener una motivación constante en el personal para el buen cumplimiento de sus funciones.					
14. La administración del restaurante implementa estrategias efectivas para motivar a los colaboradores.					
15. Los líderes del restaurante inspiran confianza y fomentan la colaboración en el equipo.					
16. Los líderes del restaurante muestran efectividad al momento de tomar decisiones y resolver conflictos.					
17. La administración del restaurante te brinda orientación necesaria para cumplir con tus funciones y responsabilidades.					
18. Los estándares están claramente definidos para medir el desempeño en tu organización.					
19. Se comunica al personal cuáles son los estándares que debes cumplir en el trabajo.					
20. La administración del restaurante se preocupa por monitorear constantemente el desempeño de los colaboradores para asegurar el mejor cumplimiento de sus tareas.					
21. El monitoreo aplicado contribuye a identificar oportunidades de mejora en el desempeño.					
22. La administración del restaurante realiza una retroalimentación clara y constructiva sobre tu desempeño laboral.					
23. Los criterios utilizados para evaluar el desempeño son justos y relevantes.					
24. La administración del restaurante se preocupa por tomar acciones correctivas cuando es necesario.					
25. Las acciones correctivas implementadas son efectivas para resolver los problemas detectados.					

Gracias por su colaboración

Anexo 6: Instrumento de investigación para la variable calidad de servicio

ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA PRIVADA KHIPU

Programa de estudios Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras

Cuestionario aplicado a los clientes del Restaurante Jardín el Encanto del distrito de Pisac

El presente instrumento se aplica con la finalidad de recoger información para el trabajo de investigación titulado: “Gestión administrativa y calidad de servicio en el restaurante Jardín el Encanto del distrito de Pisac, Cusco 2024”, teniendo como objetivo Determinar la relación que existe entre la gestión administrativa y la calidad de servicio en el restaurante Jardín el Encanto del distrito de Pisac, la información que Ud. facilite será de completa reserva.

Instrucciones: Marcar con una X la respuesta que Ud. considere más adecuada a las afirmaciones presentadas:

Escala de medición – Likert				
Nomenclatura				
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1	2	3	4	5

Instrumento:

Ítems/reactivo	1	2	3	4	5
1. El personal del restaurante llevó a cabo el servicio de manera eficiente y profesional.					
2. Estas satisfecho con la calidad del servicio brindado por el restaurante.					
3. El personal del restaurante cumplió con lo prometido en cuanto a la calidad del servicio.					
4. El servicio proporcionado cumplió con tus expectativas de forma constante.					
5. El personal del restaurante demuestra interés en resolver tus inquietudes o problemas.					
6. El personal fue rápido y eficiente al momento de brindar el servicio durante su visita al restaurante.					
7. Estas satisfecha con la precisión con la que el restaurant realizó el servicio.					
8. El personal mostró una actitud profesional y servicial durante su atención.					
9. Te sentiste cómodo al interactuar con el personal del restaurante.					
10. Los colaboradores demostraron estar dispuestos a ayudar en todo momento durante su experiencia en el restaurante.					

Ítems/reactivo	1	2	3	4	5
11. El personal del restaurante mostró un buen conocimiento sobre el menú y las opciones disponibles.					
12. Sientes seguridad con la información proporcionada por el personal sobre el servicio.					
13. El personal del restaurante le transmitió confianza en cuanto a la calidad del servicio ofrecido.					
14. El personal del restaurante mostró una actitud cortés y profesional en su atención.					
15. El personal del restaurante prioriza tus intereses al ofrecer sus servicios.					
16. Las instalaciones del restaurant son limpias, seguras y adecuadas para el servicio que ofrecen					
17. El equipamiento del restaurante para brindar el servicio se muestra en buenas condiciones.					
18. El personal del restaurante mostró una presentación adecuada durante su visita.					
19. El personal del restaurante le ofreció un servicio personalizado que mejore su experiencia como cliente.					
20. El personal del restaurante se mostró amable y cortés durante su estadía en la empresa.					

Gracias por su colaboración

Anexo 7: Procedimiento de la baremación

La presente investigación utilizo la escala de medida para medir cada uno de los ítems:

Escala de medida	Valor
Totalmente en desacuerdo	1
En desacuerdo	2
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3
De acuerdo	4
Totalmente de acuerdo	5

Promedio máximo de los ítems del instrumento: $\bar{X}_{max} = 5$

Promedio mínimo de los ítems instrumento: $\bar{X}_{min} = 1$

Rango: $R = \bar{X}_{max} - \bar{X}_{min} = 4$

Amplitud: $A = \frac{Rango}{Numero\ de\ escalas\ de\ interpretación} = \frac{4}{5} = 0.80$

Construcción de la Baremación:

Promedio	Interpretación para gestión administrativa	Interpretación para calidad de servicio
1.00 – 1.80	Inadecuado	Inadecuado
1.81 – 2.60	Poco adecuado	Poco adecuado
2.61 – 3.40	Medianamente adecuado	Medianamente adecuado
3.41 – 4.20	Adecuado	Adecuado
4.21 – 5.00	Muy adecuado	Muy adecuado

Anexo 8: Validación de expertos

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE GESTIÓN ADMINISTRATIVA

1. DATOS GENERALES.

1.1. Título del trabajo de investigación

GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y CALIDAD DE SERVICIO EN EL RESTAURANTE
JARDÍN EL ENCANTO DEL DISTRITO DE PISAC, CUSCO - 2024

1.2. Tesista

Eneida Gallegos Gaspar
Marleay Lima Challaanca

2. DATOS DEL EXPERTO.

2.1. Nombres y Apellidos:Edwin Umores Mesa.....

2.2. Profesión:Lic. en administración.....

2.3. Lugar y Fecha:Cusco, 22 de enero 2025.....

2.4. Cargo e institución donde labora:Universidad Continental.....

COMPONENTE	INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE 1	REGULAR 2	BUENO 3	MUY BUENO 4	EXCELENTE 5
FORMA	1.- REDACCIÓN	Los indicadores están redactados considerando los elementos necesarios.				X	
	2.- CLARIDAD	Este formulado con un lenguaje apropiado.				X	
	3.- OBJETIVIDAD	Este expresado en conducta observable.				X	
CONTENIDO	4.- ACTUALIDAD	Es adecuado al avance de la ciencia.				X	
	5.- SUFICIENCIA	Los indicadores son adecuados en cantidad y claridad.				X	
	6.- INTENCIONALIDAD	El instrumento mide pertinientemente la variable de investigación.				X	
ESTRUCTURA	7.- ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.				X	
	8.- CONSISTENCIA	Se basa en aspectos teóricos de la investigación.				X	
	9.- COHERENCIA	Existe coherencia entre los indicadores, dimensiones y variables.				X	
	10.- METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.				X	

3. OPINIÓN DE APLICABILIDAD:Corresponde.....

4. PORCENTAJE DE VALORACIÓN:80 %.....

5. LUEGO DE REVISADO EL INSTRUMENTO:

Procede a su aplicación (X) Debe corregirse ()



.....

Firma del Experto.

DNI: 23946399

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE CALIDAD DE SERVICIO

1. DATOS GENERALES.

1.1. Título del trabajo de investigación

GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y CALIDAD DE SERVICIO EN EL RESTAURANTE
JARDÍN EL ENCANTO DEL DISTRITO DE PISAC, CUSCO - 2024

1.2. Tesista

Endira Gallegos Gaspar
Marlene Lima Challanca

2. DATOS DEL EXPERTO.

2.1. Nombres y Apellidos: Edwin Umarea Mesa

2.2. Profesión: Lic. en administración

2.3. Lugar y Fecha: Cusco, 22 de enero 2025

2.4. Cargo e institución donde labora: Universidad Continental

COMPONENTE	INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE 1	REGULAR 2	BUENO 3	MUY BUENO 4	EXCELENTE 5
FORMA	1.- REDACCIÓN	Los indicadores están redactados considerando los elementos necesarios.				X	
	2.- CLARIDAD	Está formulado con un lenguaje apropiado.				X	
	3.- OBJETIVIDAD	Está expresado en conducta observable.				X	
CONTENIDO	4.- ACTUALIDAD	Es adecuado al avance de la ciencia.					X
	5.- SUFFICIENCIA	Los indicadores son adecuados en cantidad y claridad.					X
	6.- INTENCIONALIDAD	El instrumento mide pertinentemente la variable de investigación.					X
ESTRUCTURA	7.- ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.					X
	8.- CONSISTENCIA	Se basa en aspectos técnicos de la investigación.				X	
	9.- COHERENCIA	Existe coherencia entre los indicadores, dimensiones y variables.				X	
	10.- METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.					X

3. OPINIÓN DE APLICABILIDAD: Corresponde aplicar

4. PORCENTAJE DE VALORACIÓN: 90 %

5. LUEGO DE REVISADO EL INSTRUMENTO:

Procede a su aplicación (X) Debe corregirse ()



Firma del Experto.
DNI: 23946399

Anexo 9: Registro fotográfico