



UNIVERSIDAD ANDINA
NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES



CALIDAD DE SERVICIO Y LA RENTABILIDAD EN EL
RESTAURANT TURÍSTICO MOJSA
PUNO PERIODO 2023

TESIS PRESENTADA POR:

Bach. DENNIS INGRID DIAZ QUISPE

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES

JULIACA – PERÚ

2024



UNIVERSIDAD ANDINA

NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

CALIDAD DE SERVICIO Y LA RENTABILIDAD EN EL RESTAURANT TURÍSTICO MOJSA PUNO PERIODO 2023

TESIS PRESENTADA POR:

Bach. DENNIS INGRID DIAZ QUISPE

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

APROBADA POR EL JURADO REVISOR:


PRESIDENTE


: _____
Dr. LEOPOLDO WENCESLAO CONDORI CARI

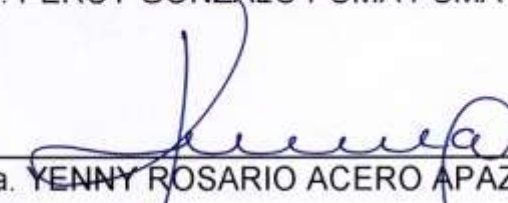
PRIMER MIEMBRO


: _____
Dr. ROBBINS FLORES AGUILAR

SEGUNDO MIEMBRO


: _____
Mg. PERCY GONZALO PUMA PUMA

ASESOR


: _____
Dra. YENNY ROSARIO ACERO APAZA

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

: ORGANIZACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS (5311 -UNESCO)



UNIVERSIDAD ANDINA "NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"

RESOLUCIÓN N.º 1356-2024-D-FCA/UANCV-J

Juliaca, 24 de diciembre de 2024

Vistos: El expediente N° 2024-CU-18209 para optar el Título Profesional de Licenciado(a) en **Administración y Negocios Internacionales**, por la modalidad de Sustentación de Tesis, el Dictamen de aprobación, emitido por el Jurado Evaluador del borrador de tesis y el jefe de la Oficina de Investigación, tesis intitulado: **CALIDAD DE SERVICIO Y LA RENTABILIDAD EN EL RESTAURANT TURÍSTICO MOJSA PUNO PERIODO 2023**; presentado por el(la) Bachiller: **DENNIS INGRID DIAZ QUISPE**.

Que es necesario dar cumplimiento a la Ley 30220, al Estatuto Universitario y al Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad y de la Facultad de Ciencias Administrativas, para la fijación de fecha y hora para la sustentación de tesis de manera presencial.

En uso de las atribuciones conferidas al Decano de la Facultad de Ciencias Administrativas y, estando al informe de la Comisión de Grados y Títulos de la Facultad.

SE RESUELVE:

PRIMERO.- Ratificar a los **JURADOS** para la Sustentación de Tesis para optar el Título Profesional de: **Licenciado(a) en Administración y Negocios Internacionales**, del(la) bachiller: **DENNIS INGRID DIAZ QUISPE**; **habiéndose designado por sorteo a los siguientes docentes:**

- PRESIDENTE : Dr. LEOPOLDO WENCESLAO CONDORI CARI
- 1er. MIEMBRO : Dr. ROBBINS FLORES AGUILAR
- 2do. MIEMBRO : Mg. PERCY GONZALO PUMA PUMA
- ASESOR DE TESIS : Dra. YENNY ROSARIO ACERO APAZA

SEGUNDO.- Fijar fecha de la Sustentación de Tesis para el día **jueves 26 de diciembre de 2024**, a horas **10:00 a.m. (presencial)** en el **Salón de Grados y Títulos** de la Facultad de Ciencias Administrativas Ciudad Universitaria - Juliaca.

TERCERO.- Realizado la sustentación, el jurado levantará el acta en el libro respectivo, donde indicará el resultado obtenido por el Bachiller sustentante.

La Dirección de la Escuela Profesional de **Administración y Negocios Internacionales**, la Comisión de Grados y Títulos de la Facultad de Ciencias Administrativas, y los jurados, quedan encargados de dar cumplimiento a la presente Resolución.

Regístrese, Comuníquese y Cúmplase.



DISTRIBUCIÓN:
Unid. inv. (1)
Jurados (3)
Interesado (1)
Asesor de Tesis (1)

UNIVERSIDAD ANDINA
"NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"**RESOLUCIÓN N.º 0805-2024-D-FCA/UANCV-J**

Juliaca, 12 de Julio de 2024

VISTOS: El Expediente N° 2024-CU-7257, presentado por el(la) egresado(a): **DENNIS INGRID DIAZ QUISPE**, derivado por la Dirección de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas, en el cual solicita emisión de Resolución de revisión del Borrador de Tesis, habiéndose emitido la resolución de aprobación y autorización para la ejecución del proyecto de investigación, intitulado: **CALIDAD DE SERVICIO Y LA RENTABILIDAD EN EL RESTAURANT TURÍSTICO MOJSA PUNO PERIODO 2023**.

CONSIDERANDO:

Que el(la) egresado(a) ha solicitado la revisión del Borrador de Tesis: **CALIDAD DE SERVICIO Y LA RENTABILIDAD EN EL RESTAURANT TURÍSTICO MOJSA PUNO PERIODO 2023** con el propósito de optar el Título Profesional de Licenciado(a) en **Administración y Negocios Internacionales**.

Que es necesario dar cumplimiento a la Ley 30220, al Estatuto Universitario, al Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad y de la Facultad de Ciencias Administrativas, para la revisión del borrador de tesis.

En uso de las atribuciones conferidas al Decano de la Facultad de Ciencias Administrativas y, estando al informe de la Comisión de Grados y Títulos de la Facultad.

SE RESUELVE:

PRIMERO.- Disponer la Revisión del Borrador de Tesis, presentado por: **DENNIS INGRID DIAZ QUISPE**, por el jurado que por sorteo está conformado por los siguientes docentes ordinarios:

- * PRESIDENTE : Dr. LEOPOLDO W. CONDORI CARI
- * 1er. MIEMBRO : Dr. ROBBINS FLORES AGUILAR
- * 2do. MIEMBRO : Mg. PERCY G. PUMA PUMA
- * ASESOR DE TESIS : Dra. YENNY R. ACERO APAZA

SEGUNDO.- El Jurado dentro del plazo de quince (15) días calendarios elevará su dictamen correspondiente a la Dirección de la Unidad de Investigación, indicando las observaciones efectuadas si hubiere, caso contrario se dará por aprobado de conformidad a la Ley N° 27444 y modificatoria Ley N° 29060 y se procederá a fijar la fecha y hora para la sustentación.

TERCERO.- La Comisión de Grados y Títulos de la Facultad de Ciencias Administrativas, la Dirección de Escuela Profesional de **Administración y Negocios Internacionales**, Dirección de la Unidad de Investigación y el Jurado, quedan encargados de dar cumplimiento a la presente Resolución.

Regístrese, Comuníquese y Cúmplase.

**DISTRIBUCIÓN:**

- Unid. Investigación FCA.
- Jurados (3)
- Asesor (1)
- Interesado (1)
- Archivo (1)



UNIVERSIDAD ANDINA "NESTOR CERDA VELÁSQUEZ"

RESOLUCIÓN N.º 755-2023-D-FCA/UANCV-J

Juliaca, 23 de agosto de 2023

VISTOS: El oficio N° 054-2023-UI-FCA-UANCV-J del Director de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas, y copia del acta de Registro de Proyectos de Investigación de fecha 23 de agosto de 2023, presentado por: **DENNIS INGRID DIAZ QUISPE**, para optar el Título Profesional de Licenciada en Administración y Negocios Internacionales.

CONSIDERANDO:

Que, el(la) Bachiller(a): **DENNIS INGRID DIAZ QUISPE**, ha presentado el Proyecto de Investigación Titulado: CALIDAD DE SERVICIO Y LA RENTABILIDAD EN EL RESTAURANT TURÍSTICO MOJSA PUNO PERIODO 2023, para optar el Título Profesional de Licenciada en Administración y Negocios Internacionales.

Que, al haberse cumplido con los requisitos exigidos por la Directiva N° 004-2019-UANCV-VRAD-OI – Lineamientos para Asegurar la Calidad de Trabajos de Investigación con Fines de Obtener Grados Académicos y Títulos Profesionales.



Que, la Dirección de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas en coordinación con el Comité de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas, ha visto por conveniente **aprobar sin observaciones**, el Proyecto de Investigación presentado por el (la) Bachiller(a): **DENNIS INGRID DIAZ QUISPE** Titulado: CALIDAD DE SERVICIO Y LA RENTABILIDAD EN EL RESTAURANT TURÍSTICO MOJSA PUNO PERIODO 2023, para optar el Título Profesional de Licenciada en Administración y Negocios Internacionales, correspondiente a la línea de investigación: ORGANIZACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESA (5311 – UNESCO).

Estando en la opinión favorable del Director de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas, de acuerdo a la Directiva N° 004-2019-UANCV-VRAD-OI, y en uso de las atribuciones que le concede la Ley Universitaria N° 30220, Ley de Creación de la UANCV N° 23738, y modificatoria N° 24661, y el Estatuto Universitario promulgado por Resolución N° 0018-2020-UANCV-AU-R, al Decano de la Facultad de Ciencias Administrativas:

SE RESUELVE:

PRIMERO: APROBAR Y AUTORIZAR LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN, presentado por el(la) Bachiller(a): **DENNIS INGRID DIAZ QUISPE**, Titulado: CALIDAD DE SERVICIO Y LA RENTABILIDAD EN EL RESTAURANT TURÍSTICO MOJSA PUNO PERIODO 2023, para optar el Título Profesional de Licenciada en Administración y Negocios Internacionales, conteniendo los siguientes datos:



RESOLUCIÓN N.º 755-2023-D-FCA/UANCV-J

Juliaca, 23 de agosto de 2023

OBJETIVO GENERAL:	
Determinar la relación de la calidad de servicio y la rentabilidad en el restaurante turístico Mojsa Puno periodo 2023.	
OBJETIVO ESPECÍFICO:	
1.- Determinar la relación entre el elemento tangible de la calidad de servicio y la rentabilidad en el restaurante turístico Mojsa Puno periodo 2023.	
2.- Determinar la relación entre la fiabilidad de la calidad de servicio y la rentabilidad en el restaurante turístico Mojsa Puno periodo 2023.	
3.- Determinar la relación entre la capacidad de respuesta de la calidad de servicio y la rentabilidad en el restaurante turístico Mojsa Puno periodo 2023.	
4.- Determinar la relación entre la seguridad de la calidad de servicio y la rentabilidad en el restaurante turístico Mojsa Puno periodo 2023.	
5.- Determinar la relación entre la empatía de la calidad de servicio y la rentabilidad en el restaurante turístico Mojsa Puno periodo 2023.	
SEDE DE EJECUCIÓN:	Puno
CRONOGRAMA:	FECHA INICIO: abril 2023 FECHA FIN: octubre 2023
PRESUPUESTO:	S/6340.00
LÍNEA DE INVESTIGACIÓN	ORGANIZACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESA (5311 - UNESCO)

SEGUNDO: El Proyecto de Investigación deberá ejecutarse de acuerdo a lo establecido en el Reglamento de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas, con fines de obtención de Grados Académicos y Títulos Profesionales, y el Reglamento de Grados y Títulos de la Facultad de Ciencias Administrativas.

TERCERO: RECONOCER como **ASESOR** del Proyecto de Investigación al docente Ordinario de la Facultad de Ciencias Administrativas: **Dra. YENNY ROSARIO, ACERO APAZA.**

CUARTO: DISPONER que, el Director de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas, la Dirección de la Escuela Profesional de Administración y Negocios Internacionales, quedan encargados de dar cumplimiento a la presente resolución.

Regístrese, Comuníquese y Cúmplase.



UNIVERSIDAD ANDINA
"NESTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"
Dr. Benigno Callata Quispe
DECANO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

DISTRIBUCIÓN:
- Unidad de Investigación (1)
- Dirección FP,
- Asesor
- Interesado (1)
- Archivo FCA (1)
BCCG/vnqp.



CALIDAD DE SERVICIO Y LA RENTABILIDAD EN EL RESTAURANT TURÍSTICO MOJSA PUNO PERIODO 2023

INFORME DE ORIGINALIDAD

24%

INDICE DE SIMILITUD

20%

FUENTES DE INTERNET

6%

PUBLICACIONES

17%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE


FUENTES PRIMARIAS

1	Submitted to Universidad Andina Nestor Caceres Velasquez Trabajo del estudiante	9%
2	repositorio.uladech.edu.pe Fuente de Internet	3%
3	hdl.handle.net Fuente de Internet	2%
4	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	1%
5	Submitted to Universidad Tecnologica del Peru Trabajo del estudiante	1%
6	repositorio.uancv.edu.pe Fuente de Internet	1%
7	alicia.concytec.gob.pe Fuente de Internet	1%
8	www.coursehero.com Fuente de Internet	1%



METADATOS COMPLEMENTARIOS

TÍTULO DE LA TESIS	
CALIDAD DE SERVICIO Y LA RENTABILIDAD EN EL RESTAURANT TURÍSTICO MOJSA PUNO PERIODO 2023	
Datos de autor	
Nombres y apellidos	DENNIS INGRID DIAZ QUISPE
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	71431738
URL de ORCID	https://orcid.org/0009-0008-6627-8140
Datos de asesor	
Nombres y apellidos	YENNY ROSARIO ACERO APAZA
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	01324434
URL de ORCID	https://orcid.org/0000-0002-9783-7733
Datos del jurado	
Presidente del jurado	
Nombres y apellidos	LEOPOLDO WENCESLAO CONDORI CARI
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	02389341
Miembro del jurado 1	
Nombres y apellidos	ROBBINS FLORES AGUILAR
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	02426851
Miembro del jurado 2	
Nombres y apellidos	PERCY GONZALO PUMA PUMA
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	02374215

Datos de investigación	
Línea de investigación	Organización y Dirección de Empresas (5311-UNESCO)
Grupo de investigación	No aplica.
Agencia de financiamiento	Sin financiamiento
Ubicación geográfica de la investigación	<p>Ubicación: País: Perú Departamento: Puno Provincia: Puno Distrito: Puno Longitud: 15°50'25.7"S Latitud: 70°01'39.5"W U.R.L https://maps.app.goo.gl/BeyhH8kvUBSSwE147</p> 
Año o rango de años en que se realizó la investigación	Abril 2023 – Octubre 2023
URL de disciplinas OCDE https://concytec-pe.github.io/Peru-CRIS/vocabularios/ocde_ford.html - Librería	<p>Economía y Negocios https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.02.00</p> <p>Negocios, Administración https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.02.04</p>


UNIVERSIDAD ANDINA
NESTOR CÁCERES VELÁSQUEZ
[Signature]
Dr. S. S. Latorre Aguilar Pinto
DIRECTOR
UNID. INVESTIGACIÓN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS



DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y RESPONSABILIDAD

Yo DENNIS INGRID DIAZ QUISPE, identificado con DNI Nro. 71431738 en mi condición de egresado de:

- Escuela Profesional**
- Programa de Segunda Especialidad,**
- Programa de Maestría o Doctorado**

ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

informo que he elaborado el/la Tesis o Trabajo de Investigación, Trabajo Académico denominada:

CALIDAD DE SERVICIO Y LA RENTABILIDAD EN EL RESTAURANT TURÍSTICO MOJSA PUNO
PERIODO 2023

Asesorado por: Dra. YENNY ROSARIO ACERO APAZA

Es un tema original.

Declaro que el presente trabajo de tesis es elaborado por mi persona y **no existe plagio/copia** de ninguna naturaleza, en especial de otro documento de investigación (tesis, revista, texto, congreso, o similar) presentado por persona natural o jurídica alguna ante instituciones académicas, profesionales, de investigación o similares, en el país o en el extranjero.


Dejo constancia que las citas de otros autores han sido debidamente identificadas en el trabajo de investigación, por lo que no asumiré como tuyas las opiniones vertidas por terceros, ya sea de fuentes encontradas en medios escritos, digitales o Internet.

Asimismo, ratifico que soy plenamente consciente de todo el contenido de la tesis y asumo la responsabilidad de cualquier error u omisión en el documento, así como de las connotaciones éticas y legales involucradas.

El incumplimiento de lo declarado da lugar a responsabilidad del declarante, en consecuencia; a través del presente documento asumo frente a terceros, la Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez y/o la Administración Pública toda responsabilidad que pueda derivarse por el trabajo final presentado. Lo señalado incluye responsabilidad pecuniaria incluido el pago de multas u otros por los daños y perjuicios que se ocasionen.

Juliaca 24 de marzo del 2025


Firma del Asesor
(obligatoria)


Firma del Estudiante
(obligatoria)



Huella



DEDICATORIA

A Dios por permitirme la vida día a día, acompañándome a lo largo de mi carrera. Por ser luz en mi trayectoria y darme fuerzas en seguir adelante y alcanzar mis objetivos.

A mis queridos padres Felipe e Irma por su apoyo incondicional. Les agradezco por su confianza y las valiosas lecciones de vida que me han dado, enseñándome que con esfuerzo, trabajo y perseverancia se pueden lograr metas en la vida.

A mi hermana Iris, quien ha sido la imagen y reflejo en el que deseo mirarme, ya que sus virtudes me inspiran a admirarla cada día más. A mi compañero de vida, por su amor, apoyo y por todos los esfuerzos que ha realizado por mí.



AGRADECIMIENTO

A la Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez, por brindarme la oportunidad de convertirme en un buen profesional. A los docentes, por compartir sus conocimientos que me han permitido crecer.

Expresar mi gratitud a las personas que me dieron su apoyo incondicional durante la culminación de esta investigación. Su aliento y colaboración han sido trascendentales para alcanzar este logro.



ÍNDICE

DEDICATORIA.....	iii
AGRADECIMIENTO.....	iv
ÍNDICE	v
ÍNDICE DE TABLAS.....	viii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	ix
RESUMEN.....	x
ABSTRACT	xi
INTRODUCCIÓN.....	xii

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	1
1.1.1. Problema general	6
1.1.2. Problemas específicos	6
1.2. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	7

CAPÍTULO II

OBJETIVOS

2.1. Objetivo general.....	9
2.2. Objetivos específicos	9

CAPÍTULO III

MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

3.1. Antecedentes de la investigación	10
---	----



3.1.1. A nivel internacional	10
3.1.2. A nivel nacional	12
3.1.3. A nivel local	15
3.2. BASES TEÓRICAS	18
3.3. MARCO CONCEPTUAL	24

CAPÍTULO IV

HIPÓTESIS

4.1. HIPÓTESIS GENERAL	25
4.2. HIPÓTESIS ESPECÍFICAS	25
4.3. VARIABLES	26
4.4. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	27

CAPÍTULO V

PROCEDIMIENTO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN

5.1. ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN	28
5.2. MÉTODOS APLICADOS DE INVESTIGACIÓN	28
5.3. TIPO DE INVESTIGACIÓN	30
5.4 NIVEL DE INVESTIGACIÓN	30
5.5 DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	30
5.6. POBLACIÓN Y MUESTRA POBLACIÓN	31
5.6.1. Muestra	31
5.6.2. Muestra	31
5.7. TÉCNICA E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	32
5.7.1. Técnica	32
5.7.2. Instrumentos	32
5.8. CONFIABILIDAD Y VALIDEZ DEL INSTRUMENTO	32
5.8.1. Confiabilidad	32



5.8.2. Validez.....	32
5.9. PROCEDIMIENTO DE TRATAMIENTO DE DATOS.....	33
5.10. CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS.....	33

CAPÍTULO VI

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

6.1. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS	42
6.2. DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	54
CONCLUSIONES.....	57
RECOMENDACIONES.....	60
REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA	62
ANEXO.....	67
MATRIZ DE CONSISTENCIA.....	68
MATRIZ DE DATOS.....	70
INSTRUMENTO(S) DE LA INVESTIGACIÓN.....	74
EVIDENCIAS DE RECOJO DE DATOS.....	75
VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS.....	78



ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1 Operacionalización de variables.....	27
TABLA 2 Estadísticas de fiabilidad.....	33
TABLA 3 Prueba de Tau b de la HG.....	34
TABLA 4 Prueba de Tau b de la HE1.....	35
TABLA 5 Prueba de Tau b de la HE2.....	36
TABLA 6 Prueba de Tau b de la HE3.....	37
TABLA 7 Prueba de Tau b de la HE2.....	38
TABLA 8 Prueba de Tau b de la HE3.....	39
TABLA 9 Resultados de la normalidad de los datos.....	42
TABLA 10 Baremo de correlaciones.....	43
TABLA 11 Relación entre calidad de servicio y rentabilidad.....	44
TABLA 12 Balance general del restaurant turístico Mojsa - 2023.....	45
TABLA 13 Rentabilidad sobre el patrimonio - ROE.....	46
TABLA 14 Rentabilidad sobre el activo - ROA.....	47
TABLA 15 Rentabilidad sobre la inversión - ROI.....	47
TABLA 16 Relación entre la tangibilidad y rentabilidad.....	49
TABLA 17 Relación entre fiabilidad y rentabilidad.....	50
TABLA 18 Relación entre capacidad de respuesta y rentabilidad.....	51
TABLA 19 Relación entre seguridad y rentabilidad.....	52
TABLA 20 Relación entre empatía y rentabilidad.....	53



ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1 Diagrama de dispersión entre calidad de servicio y rentabilidad.....	44
FIGURA 2 <i>Rentabilidad del restaurant turístico Mojsa - Puno</i>	48
FIGURA 3 <i>Diagrama de dispersión entre tangibilidad y rentabilidad</i>	49
FIGURA 4 <i>Diagrama de dispersión entre fiabilidad y rentabilidad</i>	50
FIGURA 5 <i>Diagrama de dispersión entre capacidad de respuesta y rentabilidad</i>	51
FIGURA 6 <i>Diagrama de dispersión entre seguridad y rentabilidad</i>	52
FIGURA 7 <i>Diagrama de dispersión entre empatía y rentabilidad</i>	53



RESUMEN

La investigación tuvo como **objetivo** analizar la relación entre las dimensiones de la calidad del servicio y la rentabilidad del negocio. **Metodología**, utilizando el coeficiente de correlación de Spearman, se evaluaron de manera cuantitativa; en sus dimensiones referidas a Servqual. **Los resultados** indican que existe una correlación positiva alta entre la calidad del servicio y la rentabilidad ($r = 0.818$, $p = 0.001$), lo que sugiere que un aumento en la calidad del servicio impacta directamente en la mejora de los resultados financieros del restaurante. Las dimensiones de tangibilidad ($r = 0.789$), fiabilidad ($r = 0.852$), capacidad de respuesta ($r = 0.723$), seguridad ($r = 0.801$) y empatía ($r = 0.766$) también presentan correlaciones positivas significativas con la rentabilidad, destacando su importancia en la gestión del negocio y la rentabilidad sobre el patrimonio (ROE) del restaurante en el año 2023 es del 25.07%, mientras que la rentabilidad sobre los activos (ROA) es del 14.3% y rentabilidad sobre la inversión (ROI) de 27.38%. Los hallazgos coinciden con estudios previos que subrayan la importancia de la gestión eficaz de la calidad del servicio en la mejora del desempeño financiero de las organizaciones. **La investigación concluye** que la implementación de estrategias enfocadas en mejorar estas dimensiones puede contribuir significativamente al éxito y crecimiento del restaurant Mojsa.

Palabras clave: Calidad de servicio, Desempeño financiero, Rentabilidad, Satisfacción del cliente.



ABSTRACT

The research aimed to analyze the relationship between the dimensions of service quality and business profitability. Methodology, using Spearman's correlation coefficient, was used to quantitatively evaluate the dimensions related to Servqual. The results indicate a high positive correlation between service quality and profitability ($r = 0.818$, $p = 0.001$), suggesting that an increase in service quality directly impacts the improvement of the restaurant's financial results. The dimensions of tangibility ($r = 0.789$), reliability ($r = 0.852$), responsiveness ($r = 0.723$), assurance ($r = 0.801$), and empathy ($r = 0.766$) also present significant positive correlations with profitability, highlighting their importance in business management. The restaurant's return on equity (ROE) in 2023 is 25.07%, while the return on assets (ROA) is 14.3% and return on investment (ROI) is 27.38%. The findings are consistent with previous studies that underline the importance of effective service quality management in improving the financial performance of organizations. The research concludes that the implementation of strategies focused on improving these dimensions can significantly contribute to the success and growth of the Mojsa restaurant.

Keywords: Service quality, financial performance, Profitability, Customer satisfaction.



INTRODUCCIÓN

Perú es internacionalmente reconocido por su riqueza gastronómica, lo que lo convierte en un destino preferido por viajeros que buscan experiencias culinarias únicas. Los restaurantes en diversas ciudades del país, como Puno, se han convertido en puntos de encuentro esenciales, donde los visitantes disfrutan de una variedad de platos que reflejan la diversidad y riqueza de sabores de la gastronomía peruana. Puno, en particular, no solo es un destino turístico extraordinario que atrae a numerosos viajeros extranjeros, sino que también recibe una gran cantidad de visitantes de diferentes regiones del Perú.

En este contexto, la calidad del servicio aludidos proporcionalmente en los restaurantes de Puno, trasciendo como un rol principal en la experiencia del cliente. Ofrecer un servicio superior no solo garantiza la satisfacción del cliente, a la vez también repercute directamente en la rentabilidad de los negocios. La Servqual de alta calidad puede mejorar los resultados financieros de los restaurantes y contribuir a su crecimiento sostenido en el competitivo mercado turístico. La investigación se divide en seis capítulos principales:

Capítulo I: Plantea la problemática de investigación, el diseño de la pregunta de investigación y la justificación del estudio.

Capítulo II: Detalla los objetivos del estudio, tanto generales como específicos.

Capítulo III: Desarrolla los fundamentos teóricos de la investigación, la estructura hipotética y el marco conceptual.

Capítulo IV: Presenta el sistema metodológico de la investigación, incluyendo el tipo y nivel de estudio, el diseño de la investigación, la población y muestra, así



como los métodos e instrumentos utilizados para la recolección de datos.

Capítulo V: Aborda la fiabilidad y validez de los instrumentos de investigación, el tratamiento de los datos y el plan de prueba de las hipótesis.

Capítulo VI: Presenta los resultados del estudio, conclusiones, recomendaciones, referencias bibliográficas y anexos.

Este estudio tiene como finalidad brindar un análisis profundo de cómo la gestión de la calidad del servicio puede influir positivamente en la rentabilidad, ofreciendo una base para aumentar la satisfacción, no solo de los clientes; sino también el desempeño financiero de las empresas en este sector.



CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

A medida que la economía global continúa evolucionando, la importancia de factores como la calidad del servicio y la rentabilidad desempeña un papel cada vez más crucial en su desarrollo y expansión. En los últimos años, los conceptos mencionados anteriormente se han convertido en una estrategia de diferenciación fundamental para las organizaciones. Esto se debe al enfoque integrado de calidad y servicio que busca satisfacer las necesidades y preferencias cambiantes de los consumidores contemporáneos.

Un estudio seminal realizado por Sánchez-García y Sánchez-Romero (2022) subraya la importancia crítica de esta interrelación. Su investigación revela que la ejecución de técnicas centradas en el incremento continuo de la calidad de la administración aumenta la lealtad de los consumidores, pero además fomenta la fiabilidad duradera de los clientes. Esta conexión entre la cualidad de la administración y la dedicación del cliente hace una interpretación de directamente en una expansión crítica en los ingresos y, en consecuencia, una mejora



significativa en el beneficio prolongado de las organizaciones.

El sector gastronómico peruano, reconocido internacionalmente por su excelencia y diversidad, no es ajeno a estas dinámicas globales. El Perú, galardonado repetidamente como destino culinario de primer nivel, ha experimentado un crecimiento sostenido y notable en el sector de la restauración. Este crecimiento, sin embargo, no ha estado exento de desafíos. El COVID-19 supuso un golpe sin precedentes para el sector, obligando a una reinversión y adaptación rápida de los modelos de negocio habidos.

En este contexto de recuperación post-pandémica, un informe reciente del (MINCETUR, 2023) arroja luz sobre la resiliencia y el potencial de crecimiento del sector gastronómico peruano. El informe proyecta un crecimiento del 4.5% para el año 2023, una cifra que, aunque prometedora, subraya la necesidad de estrategias innovadoras y enfocadas en la calidad para capitalizar plenamente esta recuperación.

Las (MYPES) continúan desempeñando un papel crucial en este escenario de recuperación y crecimiento. Según datos del Ministerio de la Producción (Produce, 2022), las MYPES representan más del 90% del tejido empresarial peruano. Esta preponderancia numérica las convierte en un motor fundamental de la economía nacional, particularmente en sectores como el de la restauración, donde la personalización del servicio y la adaptabilidad a las preferencias locales son factores clave de éxito.

Sin embargo, la prevalencia numérica de las MYPES no se traduce automáticamente en una forma superior en el mercado. Estas empresas enfrentan desafíos significativos y multifacéticos en un auge empresarial recíprocamente



complejo y competitivo. Un análisis exhaustivo realizado por Avolio et al. (2022) identifica varios factores críticos para la superación y promoción de las pequeñas empresas de servicios, incluyendo la restauración. Entre estos factores, dos emergen como particularmente cruciales: la adopción de tecnologías digitales y mejora persistente en la calidad del servicio.

La recepción de los avances informáticos supone un cambio de perspectiva en la forma en que las microempresas y pequeñas empresas trabajan y se relacionan con sus clientes. Desde los marcos de reserva en línea hasta las aplicaciones de transporte a domicilio, pasando por la administración de existencias y la investigación de información sobre clientes, la digitalización ofrece oportunidades notables para mejorar la competencia funcional y la experiencia de los clientes. No obstante, la ejecución satisfactoria de estos avances requiere especulación monetaria, pero también un cambio social y de autoridad fundamental.

Paralelamente, la calidad del servicio, fue erigido como un factor diferenciador crítico en un mercado saturado de opciones. Burbano-Vallejo et al. (2023), en su investigación sobre la causa de la calidad del servicio respecto de la rentabilidad de los restaurantes, subrayan que la excelencia en el servicio no es simplemente un valor añadido, sino un requisito indispensable para la supervivencia y el éxito empresarial. Su estudio demuestra una asociación directa y significativa entre la calidad percibida del servicio, la satisfacción del cliente, y los indicadores de rentabilidad de los establecimientos gastronómicos.

En Puno, la calidad de servicio adquiere matices particulares, influenciados por particularidades culturales y socio-económicas de la región. Un estudio local realizado por Mamani y Quispe (2022) identifica tres pilares fundamentales de la



calidad de servicio en el contexto puneño: elementos tangibles, capacidad de respuesta y empatía. Estos factores, adaptados a las expectativas y requerimientos específicos de los consumidores locales y turistas, influyen significativamente en el desempeño financiero y la estabilidad de las organizaciones en el mercado regional.

Los elementos tangibles, que incluyen desde la infraestructura física del establecimiento hasta la presentación del personal y los platos, plantean un rol trascendental en la formación de la primera impresión del cliente. En una ciudad con una rica herencia cultural como Puno, la singularidad y respeto por las tradiciones locales en estos elementos tangibles pueden ser un factor diferenciador clave.

En torno a las aptitudes de respuesta, por su parte, hace alusión a la habilidad del establecimiento para atender de con prontitud y eficiente lo requerimientos y demandas de los clientes. En un entorno turístico como Puno, donde los clientes pueden tener expectativas y necesidades muy diversas, la flexibilidad y la adaptabilidad en el servicio son cruciales.

Finalmente, la empatía, referida como la posibilidad de comprender y responder a los requerimientos emocionales de los clientes, adquiere una importancia particular en un contexto donde la hospitalidad y el calor humano son valores culturales fundamentales.

Es en este complejo y dinámico escenario donde se sitúa el Restaurant Turístico Mojsa. Ubicado en el corazón de Puno, en el emblemático Jr. Lima, epicentro gastronómico de la ciudad, Mojsa se enfrenta al desafío de navegar en un mercado primordialmente competitivo. La empresa debe determinar e implementar



el tipo de atención al cliente más adecuado, uno que no solo satisfaga las expectativas actuales de sus comensales, sino que también anticipe y se adapte a las tendencias emergentes en el sector.

Este desafío se magnifica por la creciente sofisticación de los consumidores, tanto locales como turistas, que cada vez están más informados y tienen expectativas más altas en términos de calidad de servicio y experiencia gastronómica. Además, la aglomeración de plataformas de reseñas en línea y redes sociales ha amplificado el impacto de la satisfacción (o insatisfacción) del cliente, convirtiendo cada interacción en una potencial oportunidad de marketing o un riesgo reputacional.

En este ámbito, surge el imperioso deber de efectuar un análisis metódico, profundo y sistemático de la relación entre las variables. Este estudio no solo busca proporcionar insights valiosos para la mejora operativa y estratégica de Mojsa, sino que también aspira a consolidar al cuerpo de conocimiento sobre la gestión de calidad en el sector gastronómico de Puno y, por extensión, del Perú.

La investigación se propone explorar cómo los diferentes aspectos de la calidad de servicio - desde la amabilidad y eficiencia del personal hasta la autenticidad de la experiencia gastronómica ofrecida - se traducen en indicadores concretos de rentabilidad. Asimismo, se busca identificar áreas de oportunidad para la innovación y la mejora continua, que permitan a Mojsa no solo mantener su posición competitiva actual, sino también liderar la evolución del sector gastronómico en Puno.

En última instancia, este estudio aspira a dar un modelo de ruta clara y accionable para que el Restaurant Turístico Mojsa pueda optimizar su calidad de



servicio, mejorar su posición competitiva y asegurar su sostenibilidad financiera en un mercado exigente y equilibrado. Los resultados de esta investigación no solo beneficiarán a Mojsa, sino que también ofrecerán valiosas lecciones para otras empresas del sector, contribuyendo así al desarrollo económico y turístico de la región de Puno y reforzando la posición del Perú como destino gastronómico de excelencia a nivel mundial.

1.1.1. Problema general

¿Cuál es la relación entre la calidad de servicio y la rentabilidad en el restaurant turístico Mojsa Puno periodo 2023?

1.1.2. Problemas específicos

Problema específico 1

¿Cuál es la relación entre el elemento tangible de la calidad de servicio y la rentabilidad en el restaurant turístico Mojsa Puno periodo 2023?

Problema específico 2

¿Cuál es la relación entre la fiabilidad de la calidad de servicio y la rentabilidad en el restaurant turístico Mojsa Puno periodo 2023?

Problema específico 3

¿Cuál es la relación entre la capacidad de respuesta de la calidad de servicio y la rentabilidad en el restaurant turístico Mojsa Puno periodo 2023?

Problema específico 4



¿Cuál es la relación entre la seguridad de la calidad de servicio y la rentabilidad en el restaurant turístico Mojsa Puno periodo 2023?

Problema específico 5

¿Cuál es la relación entre la empatía de la calidad de servicio y la rentabilidad en el restaurant turístico Mojsa Puno periodo 2023?

1.2. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

El estudio se fundamenta en el uso de teorías existentes y probadas, con el objetivo de generar nuevos conocimientos sobre la relación entre las variables proporcionada. Además, busca mejorar la capacidad de los empleados para mantener su concentración en situaciones de emergencia y propone la implementación de estrategias que garanticen un servicio de calidad. Este enfoque no solo promueve la mejora en la atención al cliente, sino que también permite que los restaurantes, como el Mojsa Puno, optimicen su desempeño financiero a través de una gestión eficiente.

La justificación del estudio radica en su aporte al brindar nueva información sobre la naturaleza de la administración y su impacto en la productividad. Los resultados recabados serán de trascendentes impactos para futuras investigaciones, que contribuyan a la toma de decisiones estratégicas en distintas organizaciones, especialmente en PYMES, las cuales juegan un papel crucial en el fortalecimiento de la economía peruana. El enfoque del estudio permitirá que los propietarios y administradores del restaurant Mojsa reflexionen sobre lo trascendental de priorizar la atención al cliente para mejorar la calidad de los servicios prestados, consolidando así al auge, y fortificación del negocio.



La metodología, el estudio emplea un enfoque cuantitativo, diseño descriptivo, no experimental, transversal y correlacional. Esto significa que los datos fueron recolectados en un solo momento y analizados para identificar las relaciones entre variables. Este enfoque garantiza la legitimidad del estudio y proporciona una representación clara de los factores que repercuten en el Serviqual en el contexto del restaurante Mojsa Puno.

La investigación como recurso ambicioso para los gestores del restaurante, quienes podrán aplicar los resultados obtenidos para implementar mejoras en la gestión y optimización del servicio, lo cual, a su vez, impactará positivamente en los resultados financieros y el crecimiento del negocio.



CAPÍTULO II

OBJETIVOS

2.1. Objetivo general

- Determinar la relación de la calidad de servicio y la rentabilidad en el restaurant turístico Mojsa Puno periodo 2023.

2.2. Objetivos específicos

- Determinar la relación entre el elemento tangible de la calidad de servicio y la rentabilidad en el restaurant turístico Mojsa Puno periodo 2023.
- Determinar la relación entre la fiabilidad de la calidad de servicio y la rentabilidad en el restaurant turístico Mojsa Puno periodo 2023.
- Determinar la relación entre la capacidad de respuesta de la calidad de servicio y la rentabilidad en el restaurant turístico Mojsa Puno periodo 2023.
- Determinar la relación entre la seguridad de la calidad de servicio y la rentabilidad en el restaurant turístico Mojsa Puno periodo 2023.
- Determinar la relación entre la empatía de la calidad de servicio y la rentabilidad en el restaurant turístico Mojsa Puno periodo 2023



CAPÍTULO III

MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

3.1. Antecedentes de la investigación

3.1.1. A nivel internacional

Calle y Montenegro (2020) El objetivo era investigar cómo la administración de la capacidad de comprender a cualquier persona en un nivel profundo, en vista de la simpatía, se suma a trabajar en la naturaleza de las administraciones presentadas por las organizaciones monetarias a sus clientes. La sociedad está en continuo desarrollo, lo que impulsa un centro restaurado en torno a la calidad de la administración y la mejora de una cultura jerárquica compasiva. En la investigación de campo, se recogieron datos a través de un estudio, que incluía preguntas relacionadas con la simpatía como uno de los componentes del Modelo Servqual. Se pensaron y desglosaron cinco factores relacionados con la calidad de la ayuda empática. Como fin principal, se expresa que, en el marco financiero, la compasión está firmemente conectada con la viabilidad de la ayuda presentada por los bancos a sus clientes, proponiendo que la impresión de simpatía del cliente depende de la naturaleza de la ayuda prestada.

Cardona y Fontalvo (2021) esperan evaluar los elementos que impactan la construcción de capital del área de cafetería en Colombia. Por esta razón, se completa una investigación de información de tableros utilizando datos monetarios



de 74 organizaciones durante el periodo 2016-2019, separados del conjunto de datos del marco coordinado de datos corporativos (SIIS) de la administración de organizaciones.

Las consecuencias de la revisión proponen que la hipótesis de la cadena alimentaria puede dar sentido a la construcción monetaria de esta área; sin embargo, en las organizaciones más grandes, se encontró que la dinámica en la utilización de apoyo externo depende de la hipótesis de compromiso.

Tal como Porto (2021) Su objetivo es diseccionar las PYME que han tenido dificultades monetarias algo recientemente y que pueden relacionarse con los datos globales del SIREM de la Administración de Organizaciones. Además, se centrará en las organizaciones que venden entre 200 y 2.000 millones de pesos al año. Uno de los principales componentes de la estrategia comercializable está en el significado de los rubros que son la Analítica de Negocios, Metodología de Negocios, Plan Financiero e Ingresos, Administración de Negocios y Autoridades, que son para los empresarios, los aparatos normales que se deben averiguar cómo lograr cambios masivos en su ejecución jerárquica, que en el futuro se pueden estimar y dependen de la mejora constante.

Toala y Hinojosa, (2021) Por este motivo, se utilizó una encuesta que incluía 32 aspectos relacionados con la posada (reunión, habitaciones y cafetería), aplicando un examen de procesos de varios niveles para decidir las cargas de cada aspecto y parte de la encuesta. Además, se completaron los exámenes correspondientes para distinguir las partes vitales en la calidad de administración del alojamiento. Los resultados mostraron que el nivel de fidelidad de los consumidores estaba entre satisfecho y muy satisfecho. era entre cumplido y extremadamente cumplido, a pesar de que se distinguió que el restaurante tenía



regiones para el desarrollo en la asistencia. A nivel general, se presumió que la sensación y el diseño de la sala de banquetes, así como el enriquecimiento de las habitaciones y el ambiente del eatery, eran los factores más significativos en cada parte. Estos descubrimientos benefician directamente al alojamiento diseccionado y además ofrecen orientación a los supervisores de diferentes posadas sobre los sistemas para trabajar en su superioridad a través de la calidad de la asistencia.

Cuenca (2021) El objetivo de este estudio fue decidir el significado de las administraciones públicas para la sociedad, por lo que conocer el entusiasmo de los usuarios es esencial. Este trabajo diseccionó el discernimiento y valoración de los clientes de la administración de agua consumible en la ciudad de El Coca, evaluando la disponibilidad, calidad, recurrencia de la administración y su grado de satisfacción. Como componente del procedimiento, se utilizó un estudio web, manejo de datos, examen probabilístico y asesoramiento maestro. Según los resultados, los estudios de evaluación revelan información adecuada para evaluar la calidad y la administración del agua. Por regla general, se demuestra que la calidad y la administración del agua potable son calificadas de «estupendas» por los clientes. Además, hay pruebas de decepción entre la población, llamando la atención la desafortunada organización de los especialistas y la ausencia de apoyo de las plantas de tratamiento entre los principales. Por fin, hay dificultades para trabajar en la calidad y la administración del agua potable.

3.1.2. A nivel nacional

Grijalba (2019) espera desglosar cómo el fortalecimiento del personal y la calidad de la administración están conectados en el Personal de Ciencias durante el período 2018-I. Es correlacional y no exploratoria, con una población de 1.086 sujetos y un ejemplo de 284 estudiantes. Para concentrarse en los factores de



fortalecimiento y calidad de la administración, se utilizó el método de surtido de información por medio de revisiones, cuyos instrumentos comprendieron encuestas. Los descubrimientos demuestran que existe una enorme conexión entre el fortalecimiento y la naturaleza de la administración del personal de la Fuerza Laboral de Ciencias, con un nivel de importancia de 0,05, un coeficiente Rho de Spearman de 0,771 y un valor p de 0,000, que es inferior a 0,05.

Panduro (2019) El objetivo de este estudio era desglosar la gestión administrativa y la naturaleza de la asistencia prestada a los estudiantes en la EPG. El ejemplo se compuso de 80 sujetos, utilizando una inspección no probabilística e intencionada, y los resultados se examinaron en un nivel claro, utilizando frecuencias y tasas, y en un nivel inferencial, se utilizaron percepciones paramétricas, explícitamente el coeficiente de relación de Pearson en un grado de 0,05, considerando que la información mostraba una circulación típica. Los descubrimientos demuestran que tanto la administración gerencial como la calidad de la administración se encuentran trascendentalmente en un nivel medio. Asimismo, existe una relación inmediata, alta y crítica entre la administración gerencial y la calidad de la administración.

Torres (2019) El objetivo es llevar a cabo una reingeniería para trabajar de forma justa y equitativa la atención al cliente; los clientes intentan satisfacer sus necesidades en cuanto a la atención al cliente que les ofrece el establecimiento monetario, por lo que se propone utilizar dispositivos para trabajar sobre la naturaleza de la administración. Para la mejora del examen se utilizó el sintagma integral, de tipo proyectivo, con una metodología mixta, de tipo extensivo a través de una técnica científica; la inspección probabilística de población conocida de 345 clientes de sexo femenino y masculino y de un ámbito de edad de 25-30 años, 31-



35 años y 36 años y más establecidos. La revisión se aplicó a los clientes que visitan el establecimiento monetario y el surtido de información utilizó el instrumento subjetivo, la reunión se coordinó con 03 especialistas, lo que permitió identificar los problemas y elaborar la propuesta para aplicar la reingeniería. El motivo de la propuesta fue actualizar los ciclos para trabajar en el funcionamiento de la metodología asociada con la atención, en la que se crearon tres objetivos de la propuesta: preparar al profesorado sobre las administraciones, seguir desarrollando los procesos de documentación y planificar los canales de atención al cliente.

Camones (2021) El objetivo era distinguir las principales cualidades de financiación y productividad de esta microempresa. El sistema utilizado fue cuantitativo, con una metodología distinta y un plan no exploratorio. Se utilizó el método de estudio, utilizando una encuesta aplicada a una población y prueba de seis especialistas del restaurante El Horno E.I.R.L. en 2019. Los resultados obtenidos fueron los siguientes El 66,70% de los encuestados expresó que utilizaba su propio flujo de caja para respaldar su organización, mientras que el 83,30% demostró que no recurría a ningún medio extra para conseguir apoyo. Además, el 66,70% opina que los costes de financiación ofrecidos no son suficientes, y el 33,30% expresa que la utilización de sus propios activos no contribuye a aumentar la productividad de la asociación. Por último, el 33,30% expresó que el beneficio neto no produce beneficios para la organización. Tomando todo en cuenta, la microempresa El Horno E.I.R.L. en la zona de Huaraz enfrenta algunos impedimentos en cuanto al apoyo. Además, en cuanto al beneficio, gran parte de sus trabajadores no están conformes con la idea, lo que se convierte en realizar ejercicios sin una investigación suficiente de lo que significan para la edad de

beneficios críticos para la organización.

Suclupe (2022) En cuanto a la técnica, el tipo de examen es fundamental, no preliminar, basado en valores y el plan es proyectivo, ya que se proponen procedimientos de progreso. Se utilizó la estrategia de examen narrativo y el instrumento utilizado fue una estructura de alistamiento de datos. La proposición se aprobó mediante juicio maestro. La proposición ha sido propuesta bajo los cuatro elementos del tablero: ordenación, asociación, curso y control. Del mismo modo, se ha desglosado la productividad monetaria, que se ha ampliado en el semestre fundacional de 2021, es decir, tras la reactivación financiera, el restaurante ha ampliado su nivel de beneficio y, de este modo, el alcance objeto de examen se ha ampliado en conjunto para el trimestre fundamental de 2021. En cuanto al beneficio monetario del tiempo

3.1.3. A nivel local

García (2019), El objetivo fue decidir la conexión entre la calidad de la administración y la fidelidad del consumidor en la tienda. La exploración se planificó de forma no exploratoria y correlacional. Por este motivo, se utilizaron instrumentos que se ajustaron y aprobaron mediante decisiones maestras, incluida una prueba piloto para comprobar realmente su fiabilidad. La población constituida por los clientes de la tienda Topitop del Patio Genuino de Juliaca, con un total típico de 2.922 clientes durante 90 días, de los cuales se seleccionó un ejemplo de 304. Los resultados, diseccionados a través del coeficiente Tau-b de Kendall, mostraron una conexión directa y excepcionalmente crítica entre la calidad de la administración y la lealtad de los consumidores de la tienda Topitop del Patio Genuino de Juliaca. En definitiva, se tiende a expresar que, a mayor calidad de ayuda, mayor lealtad del consumidor en la tienda Topitop de la Plaza Genuino Juliaca, 2019.



Collanqui (2020), El objetivo de este estudio era retratar como los clientes ven la naturaleza de la administración en esta oficina subadministrativa. El examen se planificó como un examen no experimental, transversal y esclarecedor, con una población de 212.927 ocupantes. La muestra consistió en 383 clientes de la subgerencia de transporte de vehículos menores del Comercio Común de San Román, utilizando el método panorámico y aplicando el «sondeo SERVQUAL», creado por Zeithaml, Parasuraman y Berry (1993), el cual fue ajustado y revalidado, constando de 12 preguntas y cinco reglas para evaluar la impresión de la naturaleza de la administración. El tratamiento de la información y la investigación se realizaron con el programa medible de adaptación 22 del SPSS, que funcionó con la adquisición de resultados factuales fascinantes. Con todo, se resolvió que la opinión de la calidad entre los clientes de la subjunta de transporte y bienestar en la calle es baja, sostenida por evaluaciones bajas en los componentes de componentes inconfundibles, fiabilidad, etc.

Quispe (2021) se adoptó un enfoque cuantitativo con un diseño no experimental. La recolección de datos fue cruzada y se realizó con una muestra de 399 usuarios del transporte público urbano de Juliaca. Para el procesamiento de la base de datos se utilizaron respuestas de encuestas consistentes en preguntas cerradas, utilizando una escala Likert de 1 a 5. El instrumento aplicado fue el cuestionario basado en el método Servqual, y para su análisis se utilizó el programa SPSS.

Arias (2021) El objetivo fue describir las características de la financiación y rentabilidad de la microempresa Direpsur Home Centre S.A.C. durante el año 2020. La metodología utilizada fue cuantitativa, con un enfoque descriptivo y no probabilístico. Para llevar a cabo la investigación, se seleccionó una muestra de 15



empleados del sector minorista de la empresa y se administró un cuestionario de 18 preguntas. Al primer objetivo específico, el 66,67% de los trabajadores cree que proporcionar financiación es importante, mientras que el 20% piensa que no es importante y el 13,33% no tiene opinión al respecto. En cuanto a la financiación a corto plazo, el 26,67% de los trabajadores la considera relevante, el 40% dice que no lo es y el 33,33% no especifica su opinión. En cuanto al segundo objetivo específico, el 66,67% de los encuestados afirma que la formación es pertinente para la empresa, el 33,33% dice que no lo es y el 0% no especifica. Además, el 60% indica que ha habido una mejora en la rentabilidad de la empresa, mientras que el 26,67% dice que no ha habido mejora y el 13,33% no especifica. En conclusión, se observa que las mini y pequeñas empresas que implementen financiación y formación obtendrán resultados positivos que contribuirán a mejorar su rentabilidad.

Alegre (2022) El objetivo, analizar el financiamiento y su impacto en la rentabilidad en mini y pequeñas empresas del sector comercial en el Perú, centrándose en la empresa Distribuciones Elvisur E.I.R.L. de Juliaca durante el año 2020. La metodología adoptada fue cualitativa, con un diseño no experimental, descriptivo, bibliográfico y de estudio de caso. Se utilizaron técnicas de revisión bibliográfica y documental, así como entrevistas. Las conclusiones fueron las siguientes: en relación al Oe1, se determinó que las mini y pequeñas empresas del sector ferretero y de materiales de construcción recurren al financiamiento externo a través de acreedores, y enfrentan como principal dificultad las altas tasas de interés, que pueden llegar hasta el 20% en las instituciones financieras. Al Oe2, se concluyó que el gerente de Distribuciones Elvisur E.I.R.L. opta por la financiación a corto plazo de terceros para minimizar los costes por intereses. Al Oe3, se observó que los resultados de los dos primeros objetivos están alineados, mostrando que



las mini y pequeñas empresas que solicitan financiación externa la utilizan para capital circulante, lo que repercute positivamente en su rentabilidad. La conclusión general es que la financiación contribuye a mejorar la rentabilidad de Distribuciones Elvisur E.I.R.L.

3.2. BASES TEÓRICAS

Calidad de servicio

Para Setó (2004) Los clientes se enfrentan a mayores dificultades a la hora de evaluar la naturaleza de las administraciones que la de los artículos. Esto se debe a que la evaluación de las administraciones engloba la evaluación de los resultados obtenidos, pero también el proceso de transmisión de la administración. Además, la impresión de valor se crea a partir de la correlación entre las suposiciones del cliente y el resultado real de la ayuda. Por otra parte, el creador (Medina, 2000), la definición principal sugiere la reacción emocional de la persona a los objetos y es así una peculiaridad excepcionalmente relativista que contrasta entre las decisiones y la segunda infiere un punto de vista objetivo o normal para una cosa u ocasión. La idea de calidad genuina está cerca de la idea de calidad basada en el ensamblaje, y sugiere el ajuste a las particularidades de la creación o a los principios de la administración.

Dimensión de Calidad de Servicio

A) Elementos tangibles

Para Calixto y Hernández (2017) caracterizan momentáneamente los componentes de la calidad de la siguiente manera: los componentes sustanciales que contribuyen a la ayuda, la fiabilidad o capacidad para desempeñar la ayuda de forma fiable y cautelosa, la capacidad de respuesta que alude al afán y la



preparación para asistir a los clientes con una ayuda diestra, la seguridad que sugiere la información y la consideración de los trabajadores para crear confianza, y la compasión que comprende dar una consideración personalizada a cada cliente. En este artículo, y según las hipótesis de los autores, el componente de la calidad de la administración se aborda mediante la disección de los componentes sustanciales, la capacidad de respuesta, la fiabilidad, la seguridad y la compasión.

Los efectos son aquellas perspectivas convencionales, por ejemplo, la agrupación, la marca, el plan, lo que puede entrar por cualquiera de las facultades. Los intangibles, por su parte, aluden a la asistencia que presta el artículo y su impresión, las sensaciones o sentimientos que genera. En las organizaciones de correspondencia, donde se unen componentes modernos y de administración, respaldo y contenido, esta calificación puede ser bastante arriesgada, ya que el elemento que presenta la organización es, por lo general, inmaterial (Sabater, 2009)

B) Fiabilidad

Es la capacidad de ejecutar tareas con rapidez, precisión y en el primer intento. También está capacitado para crear y satisfacer la demanda de servicios eficientes y optimizados, con el objetivo principal de alcanzar el máximo nivel de rendimiento que demuestre resultados tangibles (Perdomo, 2014).

C) Capacidad de respuesta

Según Demuner et al. (2020), la capacidad de respuesta al entorno implica aprovechar los conocimientos adquiridos y las habilidades perfeccionadas para que una organización pueda comprender y responder eficazmente a su entorno. Este concepto está vinculado a la eficiencia, la puntualidad y la coherencia de las acciones implementadas, que se evalúan y perfeccionan periódicamente.

La capacidad de respuesta denota la disposición y disponibilidad de los



empleados para atender a los clientes y brindar un servicio oportuno. Evalúe la importancia de la capacidad de respuesta como un aspecto de la calidad del servicio dentro de su organización (Mariño, Rubio y Rodríguez, 2015).

D) Seguridad

La seguridad incluye la información especializada que se espera que sirva al cliente y construya su confianza y validez, creando un grado de confianza en la naturaleza de la ayuda anunciada. Esto se consigue a través de la civilidad y la claridad en la correspondencia con los clientes, garantizando que no haya dudas sobre la ayuda que se va a prestar. (Huaman, 2017).

E) Empatía

Para Arenas y Jaramillo (2017) insisten en tres puntos de vista para el significado de la compasión; en primer lugar, discuten la idea desde un punto de vista innovador/escolar o de comprensión de las condiciones de los demás, sin haber tenido un encuentro genuino comparable. Luego, representan un punto de vista de actuación profunda que responde a las sensaciones de los demás, por último, su tercera posición, toma la simpatía según una perspectiva incorporada que combina puntos de vista mentales y cercanos, representa al creador (López, Filippetti, y Richaud, 2014) interesantemente dentro del área de la ciencia del cerebro, aludida como una intuición natural. Para este creador, la visión de un sentimiento en uno más a través de su enunciación gestual de los diferentes movimientos individuales directamente promulgado ese sentimiento equivalente en el perceptor, sin mediación de las capacidades mentales en el estilo de punto de vista teniendo.

Rentabilidad

Los autores Ferrer, & De la Hoz (2008) expresó que el beneficio es la



conexión entre la remuneración y los costes creados por la utilización de los recursos de la organización en ejercicios útiles (Aguirre, Barona y Dávila, 2020). La navegación correcta se corresponde directamente con la obtención de fondos o activos y, por lo tanto, se relaciona directamente con un beneficio más notable. No obstante, independientemente de descubrir que existe una relación, expresa que no impactan en la efectividad para conseguir apoyos, de esta manera, afirmar estas aseveraciones a través del examen de resultados es fundamental.

Dimensiones de la Rentabilidad

Ratios de la rentabilidad

Las proporciones de beneficio se centran en mostrar el grado de efectividad alcanzado en la actividad y el tablero de los activos de la organización en varios niveles, por ejemplo, la productividad de trabajo creada en cada período o la productividad de los recursos de la organización (Andrade, 2023).

No obstante, como el beneficio de una cartera en su mayor parte se expande con su apuesta, es atractivo contar con instrumentos que nos permitan observar carteras cambiadas. Estos instrumentos también serán excepcionalmente útiles para evaluar el trabajo del supervisor, ya que nos permitirán reconocer a las personas que han obtenido un rendimiento decente con poca apuesta (Brun y Moreno, 2012)

Rentabilidad en relaciones con ventas

Según Mora y Calderón, (2018) Sostienen que la productividad es la conexión entre el beneficio y la empresa que se espera que lo logre, ya que evalúa la competencia de la administración de una organización, reflejada en los beneficios creados a partir de acuerdos y la utilización de especulaciones. Además, su clasificación y rutina aparecen en el patrón de beneficios. Estos beneficios, por lo tanto, son la determinación de una organización hábil, una preparación esencial de



gastos y costes y, en general, del reconocimiento de cualquier acción que tienda a obtener beneficios.

La Productividad Monetaria es antes de gastos y el Beneficio Monetario se determina utilizando una cifra de beneficio después de gastos. La Productividad Monetaria es un instrumento fundamental para orientar los ejercicios cotidianos de la empresa, ya que proporciona un punto de referencia que permite evaluar todas las tareas. No obstante, como una cifra única proporciona esencialmente un objetivo, para que sea útil en la dinámica debe separarse en sus partes. Esto se realiza en dos fases: en primer lugar, la proporción principal se divide en dos proporciones auxiliares y, a continuación, cada una de ellas se divide en sus partes desglosadas. (Cano & et al, 2013).

Rentabilidad en relación con la inversión

Para Maldonado (2022) afirma que el movimiento dedica activos para obtener un beneficio en algo. Esperan un coste de puerta abierta renunciando a activos en el presente para obtener un beneficio de ahora en adelante. Esa es la razón mientras que la planificación financiera efectiva, se espera una apuesta específica.

Para Caiza, Valencia y Bedoya (2020) expresan que la productividad es una acción que alude a un tiempo determinado del rendimiento creado por el valor, en general sin considerar la circulación de los resultados. De esta manera, la productividad monetaria debe ser visible como un marcador de productividad más importante para los inversionistas o propietarios que el beneficio financiero. En consecuencia, hipotéticamente, y según la evaluación más conocida, éste es el marcador de productividad que los jefes buscan ampliar para ayudar a los propietarios.



Rentabilidad Sobre el Capital

Para los creadores Ramírez y et al (2019) las especulaciones sobre el diseño de capital y la productividad en las organizaciones se centran en elaborar y examinar la forma de comportamiento del beneficio del valor y su construcción monetaria. De la investigación del ejemplo, se razona que ROE y diseño monetario han dado vacilaciones patrones descendentes.

Las hipótesis financieras tradicionales sostienen que el desarrollo afecta enfáticamente a la productividad. En el momento en que las organizaciones se desarrollan, pueden obtener ventajas normales para asociaciones más grandes, por ejemplo, explotar economías de escala, las ventajas obtenidas de la curva de experiencia, un poder de regateo más prominente con proveedores y clientes, y la oportunidad de replantear ejercicios. Esto ayuda a las organizaciones a aumentar sus índices de productividad. (Daza, 2016)

Restaurante Turístico

Según Armijos y et al (2019) expresan que para lograr la lealtad del consumidor es fundamental que las fundaciones de vacacionistas generalmente completen una evaluación en la que puedan cuantificar sus habilidades, compasión del trabajador, seguridad y contribuciones de artículos gastronómicos. Por lo tanto, la opinión de las administraciones está conectada con componentes sustanciales, como la satisfacción de los compromisos, el comportamiento competente y la habilidad. Además, es un (Monroy y Urcádiz, 2021) la experiencia de la industria de viajes se puede captar a través de evaluaciones posteriores a la administración, en las que se aborda a los vacacionistas para que compartan sus valoraciones y discernimientos sobre todo lo que han experimentado hacia el final de una salida. Dentro de este enfoque se espera que los vacacionistas tengan una comprensión



inequívoca de sus necesidades e inspiraciones de movimiento y puedan evaluar deliberadamente el grado en que sus requisitos pueden ser satisfechos.

3.3. MARCO CONCEPTUAL

3.3.1. Calidad: La calidad alude al límite de un artículo para satisfacer necesidades o expresas según un límite, una satisfacción de requisitos previos de valor.

3.3.2. Atención: Alude a la condición de percepción y agudeza que nos permite ser conscientes de lo que ocurre en nuestra circunstancia actual. Al fin y al cabo, la consideración es la capacidad de crear, dirigir y mantener una condición de actuación suficiente para el manejo correcto de los datos.

3.3.3. Servicios: Los servicios se caracterizan principalmente por su intangibilidad, ya que son inmateriales y no pueden ser poseídos por el consumidor. Un ejemplo claro de este tipo de servicios son los de atención al cliente, que son comunes en grandes restaurantes.

3.3.4. Rentabilidad: La rentabilidad económica evalúa la relación entre los resultados obtenidos a partir de las actividades de la empresa y las inversiones realizadas para lograr esos resultados.

3.3.5. Turismo: Conjunto de actividades que realiza un individuo mientras viaja y pernocta en un lugar único en relación con su domicilio habitual, durante un tiempo continuado inferior a lo que un año.

3.3.6. Restaurante: Establecimiento dedicado a ofrecer una variedad de platos para el consumo de sus clientes. También permite disfrutar de aperitivos o bebidas de manera individual en el lugar.



CAPÍTULO IV

HIPÓTESIS

4.1. HIPÓTESIS GENERAL

- Existe una relación significativa entre la calidad de servicio y la rentabilidad en el restaurant turístico Mojsa Puno, periodo 2023.

4.2. HIPÓTESIS ESPECÍFICAS

- Existe una relación significativa entre el elemento tangible de la calidad de servicio y la rentabilidad en el restaurant turístico Mojsa Puno periodo 2023.
- Existe una relación significativa entre la fiabilidad de la calidad de servicio y la rentabilidad en el restaurant turístico Mojsa Puno periodo 2023.
- Existe una relación significativa entre la capacidad de respuesta de la calidad de servicio y la rentabilidad en el restaurant turístico Mojsa Puno periodo 2023.
- Existe una relación significativa entre la seguridad de la calidad de servicio y la rentabilidad en el restaurant turístico Mojsa Puno periodo 2023.
- Existe una relación significativa entre la empatía de la calidad de servicio y la rentabilidad en el restaurant turístico Mojsa Puno periodo 2023.



4.3. VARIABLES

Calidad de servicio

Según Herrera (2014) la calidad del servicio se define como "el proceso de transformación que involucra a toda la organización orientados hacia los clientes de nuestro negocio" (p.130).

Rentabilidad

Fernández (2013) señala que "la rentabilidad es el beneficio o renta expresado en términos monetarios o porcentuales en relación con alguna otra magnitud económica." (p.234).

4.4. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.

TABLA 1

Operacionalización de variables

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE VALORACIÓN
V1: Calidad de servicio	TANGIBILIDAD	<ul style="list-style-type: none"> • Apariencia • Materiales suficientes 	Totalmente satisfecho
	FIABILIDAD	<ul style="list-style-type: none"> • Necesidad del servicio. • El interés del empleado. • Servicio óptimo 	Satisfecho
	CAPACIDAD DE RESPUESTA	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitación de empleados • Atención a tiempo 	Ni insatisfecho, ni satisfecho
	SEGURIDAD	<ul style="list-style-type: none"> • Ayuda a clientes de los empleados • Empleados con conocimientos ante preguntas. 	Insatisfecho
	EMPATIA	<ul style="list-style-type: none"> • Igualdad • Capacidad de organización • Intereses de sus clientes • Horarios convenientes • Atención específica 	Totalmente insatisfecho
V2: Rentabilidad	RATIO DE RENTABILIDAD DE LAS VENTAS (ROE)	<ul style="list-style-type: none"> • Utilidad neta • Total, ingreso • Total, egreso • Patrimonial 	Numérico
	RATIO DE RENTABILIDAD GENERAL (ROA)	<ul style="list-style-type: none"> • Utilidad neta • Total, ingreso • Total, egreso • Activos Totales • Activos corrientes • Activos no corrientes 	

Nota. Tabla de realización propia. (Matriz de consistencia, Anexo 1)



CAPÍTULO V

PROCEDIMIENTO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN

5.1. ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN

Cuantitativa, ya que se utilizará el conjunto de la información para probar la especulación, esto de acuerdo a la estimación estadística y la prueba de los hechos, para establecer ejemplos de conducta y probar las hipótesis, (Hernández y et al, 2006), según (Bernal, 2006), en vista de la estimación de las cualidades de las peculiaridades sociales, que incluye la obtención de un sistema calculado aplicable a la cuestión diseccionada, una progresión de propuestas que expresan las conexiones entre los factores concentrados de una manera lógica. En general, esta estrategia resumirá y normalizará los resultados.

5.2. MÉTODOS APLICADOS DE INVESTIGACIÓN

El presente estudio utilizó principalmente el método deductivo, complementado por enfoques analíticos y correlacionales:

Método Deductivo: Este método constituyó la base principal de la



investigación. Partiendo de la teoría general sobre la relación entre las variables proporcionadas, se formularon hipótesis específicas para el contexto del restaurante turístico Mojsa Puno. Estas hipótesis se sometieron a prueba mediante la recolección y análisis de datos empíricos, permitiendo así llegar a conclusiones particulares a partir de principios generales.

Método Analítico: Se empleó el concepto de calidad de servicio en sus dimensiones constituyentes y examinar su relación individual con los indicadores de rentabilidad (ROE, ROA, ROI). Este análisis detallado permitió una comprensión más profunda de cómo cada aspecto de la calidad de servicio influye en la rentabilidad del restaurante.

Método. - Complementando el enfoque deductivo, se utilizó para cuantificar la relación entre las variables. Mediante Spearman, se evaluó la fuerza y dirección de las asociaciones entre las dimensiones de la calidad de servicio y los indicadores de rentabilidad, proporcionando evidencia empírica para respaldar o refutar las hipótesis derivadas deductivamente.

La aplicación de estos métodos permitió un abordaje riguroso del problema de investigación:

1. Se partió de la teoría general sobre calidad de servicio y rentabilidad.
2. Se formularon hipótesis específicas para el caso del restaurante Mojsa Puno.
3. Se recolectaron datos empíricos mediante encuestas y análisis financiero.
4. Se analizaron estos datos utilizando métodos estadísticos (correlación de Spearman).



5. Se interpretaron los resultados para llegar a conclusiones particulares sobre la relación entre calidad de servicio y rentabilidad en el contexto específico del estudio. Este enfoque deductivo, respaldado por análisis correlacional y analítico, proporcionó una base sólida para examinar cómo los principios generales de calidad de servicio se aplican en el caso particular del restaurante turístico Mojsa Puno, permitiendo así alcanzar los objetivos del estudio y evaluar la validez de las hipótesis propuestas.

5.3. TIPO DE INVESTIGACIÓN

Aplicativo, porque el objetivo es determinar la relación de las variables en el restaurante turístico como explica (Hernández & et al, 2006).

5.4 NIVEL DE INVESTIGACIÓN

El trabajo investigación será de nivel correlacional, ya que el objetivo es determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y la rentabilidad. (Hernández & et al, 2006).

5.5 DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

No Experimental, ya que la información será adquirida una sola vez en cada cliente y, por tanto, son aquellas revisiones que se dirigen sin control intencionado de factores y en las que sólo se ven las peculiaridades en el momento y después se desglosan (Hernández y et al., 2006). En una concentración sin juicio no se crea ninguna circunstancia, sino que se advierten las ya existentes, no apertura das de manera deliberada en ese estado de ánimo por el especialista.

5.6. POBLACIÓN Y MUESTRA POBLACIÓN

5.6.1. Muestra

La población de estudio está compuesta por los clientes que recibe el restaurante turístico Mojsa, ubicado en la plaza principal de la ciudad de Puno. La población se determinó de los meses enero del 2023 hasta el mes Junio del 2023, mediante las comandas (facturas, recibos) realizadas por cada pedido. Siendo 1360 clientes en promedio.

5.6.2. Muestra

La muestra es el proceso para la elección de un ejemplo irregular básico depende de si la población es limitada o infinita «un ejemplo arbitrario directo de tamaño n de una población limitada de tamaño N es un ejemplo elegido con el objetivo de que cada ejemplo concebible de tamaño n tenga una probabilidad similar de ser elegido». (Hernández & et al, 2006)

Se utilizará la muestra aleatoria simple, donde se determinó de acuerdo a la fórmula de la muestra:

Tamaño de muestra:

$$n = \frac{Z^2 PQN}{e^2 (N - 1) + Z^2 PQ}$$

Dónde:

- n : Muestra
- N : Población (1360)
- Z : 95% de confianza)
- e : 5% de error
- p : Probabilidad de éxito (0.5)

$$1360(1.96)^2 \times (0.50 \times (0.50))$$

$$n = \frac{(0.05)^2 \times (1360 - 1) + (1.96)^2 \times (0.50) \times (0.50)}{43579}$$
$$n = \frac{13061440}{43579}$$
$$n = 299,71$$

Muestra: 300 clientes que se encuestaron.

5.7. TÉCNICA E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

5.7.1. Técnica

La encuesta se basa en un cuestionario diseñado para recopilar información de las personas. (Bernal,2006). Para la recolección de los datos se realizará la técnica de encuestas el cual nos permitirá obtener información de nuestra muestra.

5.7.2. Instrumentos

El cuestionario definido como la recolección de datos se realizará mediante encuestas dirigidas a personas en roles de liderazgo.

5.8. CONFIABILIDAD Y VALIDEZ DEL INSTRUMENTO

5.8.1. Confiabilidad

Se aplicó en los 22 ítems; los datos proporcionados son obtenidos mediante trabajo de campo en 300 usuarios, aplicando la información el Spss.V22, Alpha de Cronbach.

5.8.2. Validez

Para la variable rentabilidad se utilizará las ratios financieras del Restaurant Turístico Mojsa.



TABLA 2

Estadísticas de fiabilidad

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
.864	22

Nota: Creación original

Según George y Mallery (2003), un valor de Alfa de Cronbach superior a 0.8 se considera "bueno" en términos de fiabilidad. Por lo tanto, el resultado obtenido de 0.864 indica que la encuesta de 22 ítems presenta una consistencia interna buena.

Este valor sugiere que los ítems de la encuesta están midiendo la dimensión teórica y que existe una alta correlación entre ellos. En otras palabras, los participantes han respondido de manera consistente a los diferentes ítems, lo que respalda la fiabilidad del instrumento.

5.9. PROCEDIMIENTO DE TRATAMIENTO DE DATOS

El procesamiento de datos se efectuó en el software Spss versión 22, donde se procesará la información recolectada en la investigación, de ellos se presentará los resultados en tablas y figuras para su análisis respectivo.

5.10. CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS

El alfa seleccionada fue del 0,05 porque debe ser menor a lo indicado, si se contradice la condición en tal caso; se negará la H_a .

- **Planteamiento de la H_0**

H_0 : No existe una relación significativa entre la calidad de servicio y la

rentabilidad en el restaurant turístico Mojsa Puno, periodo 2023.

H1: Existe una relación significativa entre la calidad de servicio y la rentabilidad en el restaurant turístico Mojsa Puno, periodo 2023.

- Estadística

TABLA 3

Prueba de Tau b de la HG

		Valor	Error estándar asintótica	T aproximado	Significación aproximada
Ordinal por ordinal	Tau-b de Kendall	,584	,039	14,906	,001
N de casos válidos		300			

Nota. Diseño propio.

- P-valor

Si P-valor es $>$ a alfa; se acepta la hipótesis nula (H0)

Si P-valor es $<$ a alfa se acepta la hipótesis alterna (H1)

Decisión

Según los datos establecidos en la tabla 3, se obtuvo como resultado de la significancia 0,001; efectuando una interpretación estadística; se concluye que existe una relación significativa. Por lo tanto, según las condiciones establecidas en el estudio, se concluye, aceptando la H_a y rechazando estadísticamente la H_o . Dando como prioridad la existencia de una relación significativa entre las variables analizadas.

Planteamiento de HE1

H0: No existe una relación significativa entre el elemento tangible de la calidad de servicio y la rentabilidad en el restaurant turístico Mojsa Puno periodo 2023.

H1: Existe una relación significativa entre el elemento tangible de la calidad de servicio y la rentabilidad en el restaurant turístico Mojsa Puno periodo 2023.

- Estadística

TABLA 4

Prueba de Tau b de la HE1

	Valor	Error estándar asintótica	T aproximado	Significación aproximada
Ordinal por ordinal Tau-b de Kendall	,625	,042	17,321	,001
N de casos válidos	300			

Nota. Diseño propio.

- P-valor

Si P-valor es $>$ a alfa; se acepta la hipótesis nula (H0)

Si P-valor es $<$ a alfa se acepta la hipótesis alterna (H1)

- **Decisión**

Según los datos establecidos en la tabla 4, se obtuvo como resultado de la significancia 0,001; efectuando una interpretación estadística; se concluye que existe una relación significativa. Por lo tanto, según las condiciones establecidas en el estudio, se concluye, aceptando la H_a y rechazando estadísticamente la H_0 .

Dando como prioridad la existencia de una relación significativa entre las variables analizadas.

- **Planteamiento de HE2**

H0: No existe una relación significativa entre la fiabilidad de la calidad de servicio y la rentabilidad en el restaurant turístico Mojsa Puno periodo 2023.

H1: Existe una relación significativa entre la fiabilidad de la calidad de servicio y la rentabilidad en el restaurant turístico Mojsa Puno periodo 2023.

- Estadística

TABLA 5

Prueba de Tau b de la HE2

	Valor	Error estándar asintótica	T aproximado	Significación aproximada
Ordinal por ordinal Tau-b de Kendall	,423	,032	15,823	,001
N de casos válidos	300			

Nota. Diseño propio.

- P-valor

Si P-valor es $>$ a alfa; se acepta la hipótesis nula (H0)

Si P-valor es $<$ a alfa se acepta la hipótesis alterna (H1)

- **Decisión**

Según los datos establecidos en la tabla 5, se obtuvo como resultado de la significancia 0,001; efectuando una interpretación estadística; se concluye que existe una relación significativa. Por lo tanto, según las condiciones establecidas en

el estudio, se concluye, aceptando la H_a y rechazando estadísticamente la H_0 . Dando como prioridad la existencia de una relación significativa entre las variables analizadas.

- **Planteamiento de HE3**

H_0 : No existe una relación significativa entre la capacidad de respuesta de la calidad de servicio y la rentabilidad en el restaurant turístico Mojsa Puno periodo 2023.

H_1 : Existe una relación significativa entre la capacidad de respuesta de la calidad de servicio y la rentabilidad en el restaurant turístico Mojsa Puno periodo 2023.

- Estadística

TABLA 6

Prueba de Tau b de la HE3

	Valor	Error estándar asintótica	T aproximado	Significación aproximada
Ordinal por ordinal Tau-b de Kendall	,533	,058	16,694	,001
N de casos válidos	300			

Nota. Diseño propio.

- P-valor

Si P-valor es $>$ a alfa; se acepta la hipótesis nula (H_0)

Si P-valor es $<$ a alfa se acepta la hipótesis alterna (H_1)

- **Decisión**

Según los datos establecidos en la tabla 6, se obtuvo como resultado de la

significancia 0,001; efectuando una interpretación estadística; se concluye que existe una relación significativa. Por lo tanto, según las condiciones establecidas en el estudio, se concluye, aceptando la H_a y rechazando estadísticamente la H_0 . Dando como prioridad la existencia de una relación significativa entre las variables analizadas.

- **Planteamiento de HE4**

H_0 : No existe una relación significativa entre la seguridad de la calidad de servicio y la rentabilidad en el restaurant turístico Mojsa Puno periodo 2023.

H_1 : Existe una relación significativa entre la seguridad de la calidad de servicio y la rentabilidad en el restaurant turístico Mojsa Puno periodo 2023.

- Estadística

TABLA 7

Prueba de Tau b de la HE2

	Valor	Error estándar asintótica	T aproximado	Significación aproximada
Ordinal por ordinal Tau-b de Kendall	,668	,053	17,814	,001
N de casos válidos	300			

Nota. Diseño propio.

- P-valor

Si P-valor es $>$ a alfa; se acepta la hipótesis nula (H_0)

Si P-valor es $<$ a alfa se acepta la hipótesis alterna (H_1)

- **Decisión**

Según los datos establecidos en la tabla 7, se obtuvo como resultado de la significancia 0,001; efectuando una interpretación estadística; se concluye que existe una relación significativa. Por lo tanto, según las condiciones establecidas en el estudio, se concluye, aceptando la H_a y rechazando estadísticamente la H_0 . Dando como prioridad la existencia de una relación significativa entre las variables analizadas.

- **Planteamiento de HE5**

H_0 : No existe una relación significativa entre la empatía de la calidad de servicio y la rentabilidad en el restaurant turístico Mojsa Puno periodo 2023.

H_1 : Existe una relación significativa entre la empatía de la calidad de servicio y la rentabilidad en el restaurant turístico Mojsa Puno periodo 2023.

- Estadística

TABLA 8

Prueba de Tau b de la HE3

	Valor	Error estándar asintótica	T aproximado	Significación aproximada
Ordinal por ordinal Tau-b de Kendall	,498	,045	13,689	,001
N de casos válidos	300			

Nota. Diseño propio.

- P-valor

Si P-valor es $>$ a alfa; se acepta la hipótesis nula (H_0)

Si P-valor es < a alfa se acepta la hipótesis alterna (H1)

- Decisión

Según los datos establecidos en la tabla 3, se obtuvo como resultado de la significancia 0,001; efectuando una interpretación estadística; se concluye que existe una relación significativa. Por lo tanto, según las condiciones establecidas en el estudio, se concluye, aceptando la H_a y rechazando estadísticamente la H_o . Dando como prioridad la existencia de una relación significativa entre las variables analizadas.

Rentabilidad

Rentabilidad sobre el activo (ROA)

$$ROA = \frac{Utilidad\ Neta}{Activos\ totales} \times 100$$

La utilidad neta se encuentra en el balance general, después de restar todos los costos y gastos de los ingresos totales. Los activos totales se encuentran en el balance general e incluyen tanto los activos corrientes como los no corrientes.

Rentabilidad sobre el patrimonio (ROE)

$$ROE = \frac{Utilidad\ Neta}{Patrimonio\ neto} \times 100$$

La utilidad neta se encuentra en el balance general, después de restar todos los costos y gastos de los ingresos totales. El patrimonio neto, por otro lado, se encuentra en el balance general de la empresa e incluye el capital aportado por los accionistas, más las reservas y ganancias retenidas.



Rentabilidad sobre la inversión (ROI)

$$ROI = \frac{\text{Ingreso} - \text{inversión}}{\text{Inversión}} \times 100$$

El Ingreso es la ganancia obtenida y la inversión es el monto total invertido.



CAPÍTULO VI

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

6.1. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

Una vez finalizado el proceso de recolección de los datos a través de las encuestas realizadas a 300 comensales del restaurant turístico Mojsa de la ciudad de Puno, datos procesados en el programa Spss versión 22, se logró obtener los resultados pudiéndolos observar a través de tablas, gráficos y sus respectivas interpretaciones.

TABLA 9

Resultados de la normalidad de los datos

	Kolmogórov Smirnov		
	Estadística	gl.	Sig.
Calidad de servicio	,086	300	,034
Rentabilidad	,079	300	,064

Nota. diseño propio.

Los resultados recogidos en la tabla 9 de la variable 1, trasciende en 0,034 y la variable 2, obtiene 0,064. Se obtiene que, respecto de la primera variable no tiene un supuesto de normalidad y en alusión a la segunda variable si se percibe la existencia. En tal sentido, se aplicó el Rho Spearman.

TABLA 10*Baremo de correlaciones*

-1.00	Correlación negativa perfecta.
-0.90	Correlación negativa muy fuerte.
-0.75	Correlación negativa considerable.
-0.50	Correlación negativa media.
-0.25	Correlación negativa débil.
-0.10	Correlación negativa muy débil.
0.00	No existe correlación alguna entre las variables.
+0.10	Correlación positiva muy débil.
+0.25	Correlación positiva débil.
+0.50	Correlación positiva media.
+0.75	Correlación positiva considerable.
+0.90	Correlación positiva muy fuerte.
+1.00	Correlación positiva perfecta.

Nota. Hernández et al. (2014).

TABLA 11

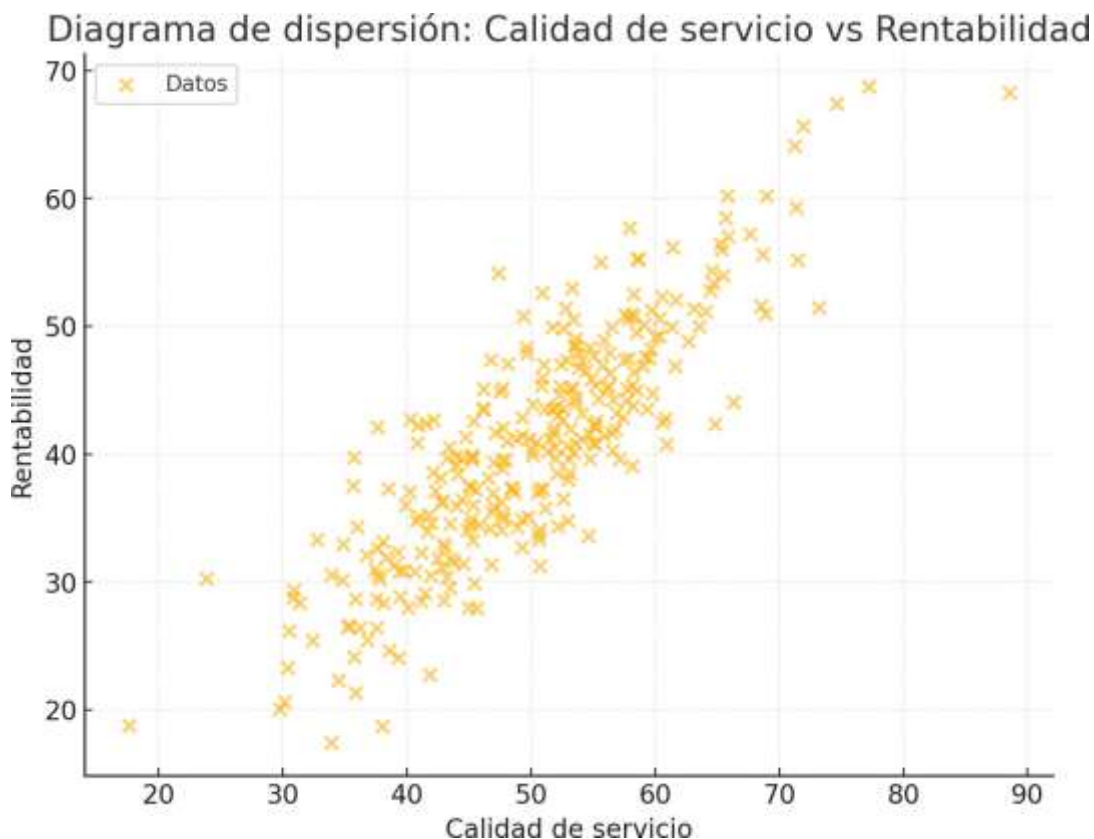
Relación entre calidad de servicio y rentabilidad

		Calidad de servicio	Rentabilidad
Rho de Spearman	Calidad De Servicio	Coeficiente de correlación	,818
		Sig. (bilateral)	,001
		N	300
	Rentabilidad	Coeficiente de correlación	,818
		Sig. (bilateral)	,001
		N	300

Nota. Estadístico SPSS. V26.

FIGURA 1

Diagrama de dispersión entre calidad de servicio y rentabilidad



Nota. Diseño propio. Interpretación:

En la tabla 11, muestra el análisis del coeficiente de correlación de Spearman ($r = 0.818$, $p = 0.001$) evidencia una correlación positiva alta y estadísticamente significativa entre la calidad de servicio y la rentabilidad. Este resultado indica que a medida que la calidad del servicio mejora, también aumenta la rentabilidad. Por lo tanto, se puede inferir que la calidad de servicio es un factor relevante para el desempeño financiero de la organización. El diagrama de dispersión respalda esta relación, mostrando una tendencia creciente entre ambas variables.

TABLA 12

Balance general del restaurant turístico Mojsa - 2023

RESTAURANT TURÍSTICO MOJSA PERIODO 2023			
ACTIVO		PASIVO	
<u>ACTIVO CORRIENTE</u>		<u>PASIVO CORRIENTE</u>	
EFFECTIVO Y EQUIV. EFEC.	48,420.00	TRIBUTOS Y APOR SIS	2,517.00
CTAS POR COBRAR	-	PEN Y SAL POR PAGAR	-
OTROS ACTIVOS CORRIENTES	1,195.00	CTAS POR PAGAR COM TEC	20,000.00
PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO	2,935.00		
TOTAL, ACTIVO CORRIENTE	52,550.00	TOTAL PASIVO	22,517.00
<u>ACTIVO NO CORRIENTE</u>		- <u>PATRIMONIO</u>	
		CAPITAL	17,350.00
		RESULTADOS ACUMULADOS	5,153.00
		UTILIDAD DEL EJERCICIO	7,530.00
		TOTAL PATRIMONIO	30,033.00
TOTAL ACTIVO	52,550.00	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	52,550.00

Nota. Diseño propio.

Rentabilidad

Rentabilidad sobre patrimonio – ROE

TABLA 13

Rentabilidad sobre el patrimonio - ROE

Rentabilidad sobre el patrimonio -	2023
ROE	
Utilidad Neta	7,530.00
Patrimonio	30,033.00
Resultado	0.2507

Nota. Diseño propio.

La rentabilidad sobre el patrimonio (ROE) del restaurant turístico Mojsa en Puno para el año 2023 es del 25.07%, lo que refleja una gestión excepcionalmente eficiente en la utilización del capital de sus accionistas para generar beneficios. Este alto índice de rentabilidad no solo indica una sólida posición financiera, sino que también muestra una correlación directa con la alta calidad de servicio que ofrece Mojsa.

La capacidad del restaurante para mantener una rentabilidad tan elevada apunta a una experiencia de cliente excepcional, donde la satisfacción y lealtad de los visitantes probablemente juegan un papel crucial. Asimismo, un servicio de calidad superior atrae a más clientes y fomenta las recomendaciones, lo cual incrementa los ingresos y, en última instancia, mejora la rentabilidad del restaurante. En este sentido, el éxito financiero de Mojsa en 2023 se atribuye en gran medida en su dedicación a proporcionar un servicio de excelencia a sus clientes.



Rentabilidad sobre el activo – ROA

TABLA 14

Rentabilidad sobre el activo - ROA

Rentabilidad sobre el activo - ROA	2023
Utilidad Neta	7,530.00
Activo Total	52,550.00
Resultado	0.143

Nota. Diseño propio.

La rentabilidad sobre los activos (ROA) del restaurant turístico Mojsa en Puno para el año 2023 es del 14.3%. Esto significa que el restaurante está generando aproximadamente 14.3 céntimos de beneficio por cada sol invertido en sus activos totales. Este indicador sugiere una eficiencia considerable en la gestión de los recursos del restaurante para generar beneficios. Una alta ROA puede estar estrechamente relacionada con la calidad del servicio ofrecido, ya que un servicio de alta calidad atrae a más clientes y fomenta la repetición y las recomendaciones, incrementando así los ingresos. Por ende, el restaurante Mojsa, su capacidad para mantener un ROA elevado refleja no solo una gestión financiera eficiente, sino también un compromiso con la excelencia en la experiencia del cliente, lo cual es fundamental para el éxito sostenido en el sector turístico.

Rentabilidad sobre la inversión – ROI

TABLA 15

Rentabilidad sobre la inversión - ROI

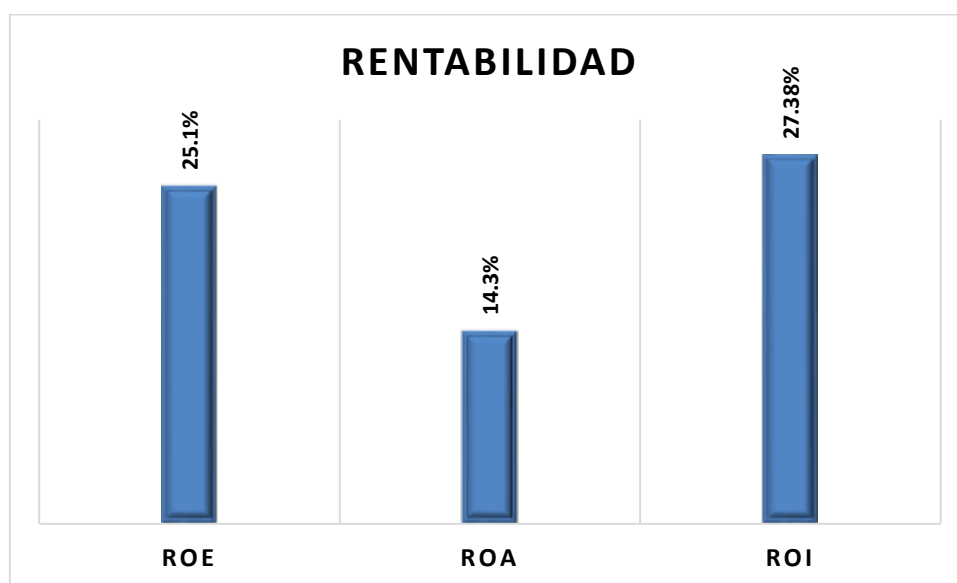
Rentabilidad sobre la inversión - ROI	2023
Ingresos	510,140.70
Inversión	400,500.00
Resultado	0.2738

Nota. Diseño propio.

La rentabilidad sobre la inversión (ROI) del restaurant turístico Mojsa en Puno para el año 2023 es del 27.38%. Este alto índice de ROI indica que, por cada sol invertido en el restaurante, se generaron aproximadamente 27.38 céntimos de beneficios netos. Este resultado sugiere una gestión altamente eficiente y efectiva de los recursos invertidos. Además, la notable calidad de servicio ofrecida por Mojsa probablemente juega un papel crucial en este éxito financiero. Un servicio al cliente excepcional no solo atrae a más visitantes, sino que también fomenta la repetición de negocio y las recomendaciones boca a boca, lo que incrementa los ingresos y, consecuentemente, mejora la rentabilidad de la inversión. Es decir, el éxito del ROI en 2023 es un reflejo directo del compromiso del restaurante con la excelencia en la experiencia del cliente.

FIGURA 2

Rentabilidad del restaurant turístico Mojsa - Puno



Nota. Diseño propio.

La rentabilidad sobre el patrimonio (ROE) del 25.1%, la rentabilidad sobre los activos (ROA) del 14.3%, y la rentabilidad sobre la inversión (ROI) del 27.38% del restaurant turístico Mojsa en Puno para el año 2023 reflejan una gestión financiera excepcional y una destacada calidad de servicio. Estos altos índices sugieren que

el restaurant Mojsa no solo utiliza de manera eficiente el capital y los activos para generar beneficios, sino que también ofrece una experiencia de cliente superior, atrayendo a más visitantes y fomentando la repetición de visitas y recomendaciones. La alta calidad del servicio es un factor crucial que contribuye a estos resultados financieros positivos, ya que un servicio de excelencia no solo incrementa la satisfacción del cliente, sino también la rentabilidad del negocio.

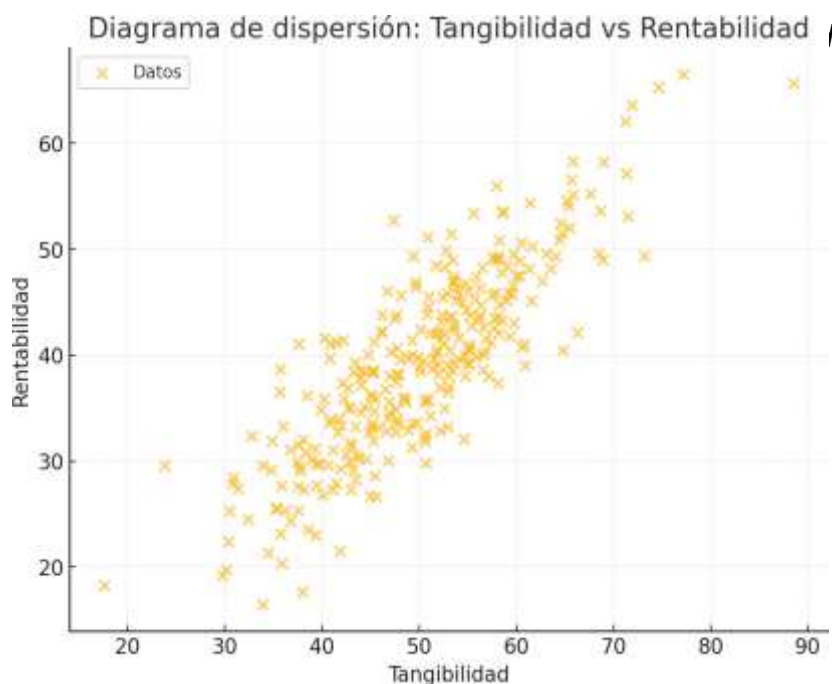
TABLA 16

Relación entre la tangibilidad y rentabilidad

Correlaciones			
		Tangibilidad	Rentabilidad
Rho de Spearman	Tangibilidad	Coefficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,001
		N	300
Rho de Spearman	Rentabilidad	Coefficiente de correlación	,789
		Sig. (bilateral)	,001
		N	300

Nota. Estadístico SPSS. V26.

FIGURA 3



Nota. Diseño propio. Interpretación:

En la tabla 16, muestra el análisis del coeficiente de correlación de Spearman ($r = 0.789$, $p = 0.001$) evidencia una correlación positiva alta y estadísticamente significativa entre la tangibilidad y la rentabilidad. Este resultado sugiere que una mayor tangibilidad está asociada con un aumento en la rentabilidad, lo que destaca la importancia de este factor en el desempeño financiero de la organización. El diagrama de dispersión confirma esta relación, mostrando un patrón creciente entre ambas variables.

TABLA 17

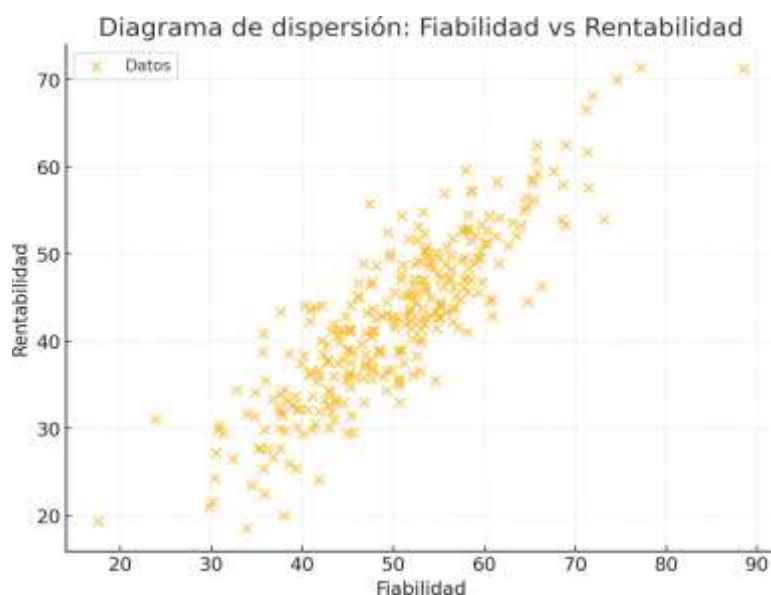
Relación entre fiabilidad y rentabilidad

		Correlaciones		
		Fiabilidad	Rentabilidad	
Rho de Spearman	Fiabilidad	Coeficiente de correlación	1,000	,852
		Sig. (bilateral)	.	,001
		N	300	300
	Rentabilidad	Coeficiente de correlación	,852	1,000
		Sig. (bilateral)	,001	.
		N	300	300

Nota. Estadístico SPSS. V26.

FIGURA 4

Diagrama de dispersión entre fiabilidad y rentabilidad



Nota. Diseño propio.

Interpretación: En la tabla 17, muestra el análisis del coeficiente de correlación de Spearman ($r = 0.852$, $p = 0.001$) muestra una correlación positiva muy alta y estadísticamente significativa entre la fiabilidad y la rentabilidad. Esto indica que una mayor fiabilidad está asociada con un aumento en la rentabilidad, destacando la relevancia de la fiabilidad como un factor clave en el desempeño financiero de la organización. El diagrama de dispersión respalda esta relación, evidenciando una tendencia creciente entre ambas variables.

TABLA 18

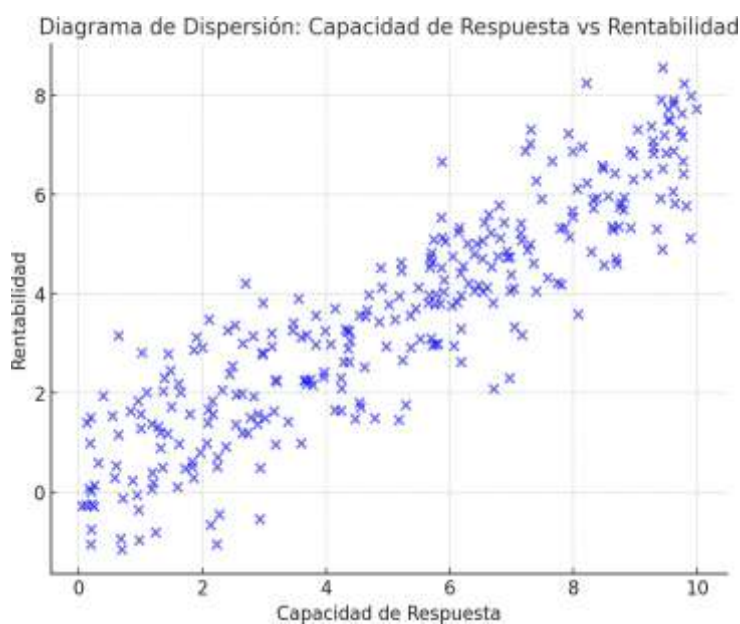
Relación entre capacidad de respuesta y rentabilidad

		Capacidad de respuesta	Rentabilidad	
Rho de Spearman	Capacidad de respuesta	Coefficiente de correlación	,723	
		Sig. (bilateral)	,001	
		N	300	
	Rentabilidad	Coefficiente de correlación	,723	1,000
		Sig. (bilateral)	,001	.
		N	300	300

Nota. Estadístico SPSS. V26

FIGURA 5

Diagrama de dispersión entre capacidad de respuesta y rentabilidad



Nota. Diseño propio.

Interpretación: En la tabla 18, muestra la correlación de Spearman entre la capacidad de respuesta y la rentabilidad muestra un coeficiente de 0.723, lo que indica una correlación positiva fuerte entre ambas variables. Esto sugiere que a medida que aumenta la capacidad de respuesta, también tiende a aumentar la rentabilidad de manera significativa. El valor p asociado es 0.001, lo que indica que esta correlación es estadísticamente significativa con un nivel de confianza alto ($p < 0.05$). Este hallazgo refleja una asociación robusta y consistente entre las dos variables, basada en los 300 casos analizados.

TABLA 19

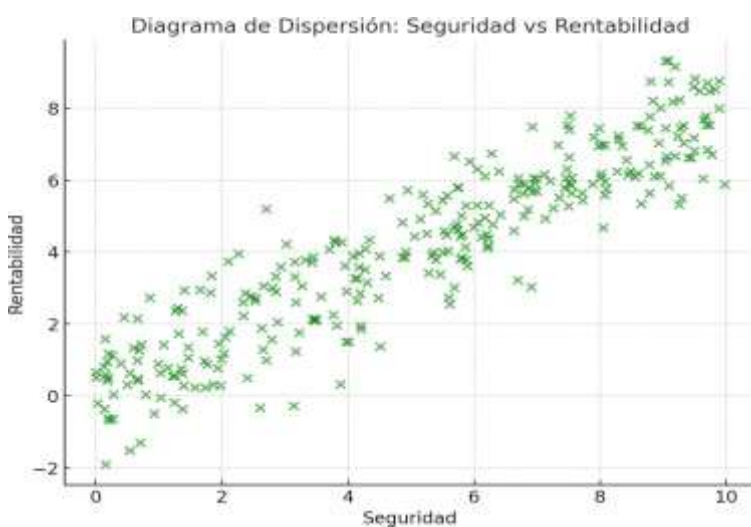
Relación entre seguridad y rentabilidad

Correlaciones				
		Seguridad	Rentabilidad	
Rho de Spearman	Seguridad	Coeficiente de correlación	1,000	
		Sig. (bilateral)	,801	
		N	300	
	Rentabilidad	Coeficiente de correlación	,801	1,000
		Sig. (bilateral)	,001	.
		N	300	300

Nota. Estadístico SPSS. V26.

FIGURA 6

Diagrama de dispersión entre seguridad y rentabilidad



Nota. Diseño propio.

Interpretación: En la tabla 19, muestra la correlación de Spearman entre seguridad y rentabilidad muestra un coeficiente de 0.801, lo que indica una correlación positiva muy fuerte entre ambas variables. Esto sugiere que a medida que aumenta la seguridad, la rentabilidad también tiende a incrementarse de manera significativa. El valor p es 0.001, lo que indica que la correlación es estadísticamente significativa con un alto nivel de confianza ($p < 0.05$). Este hallazgo resalta una asociación robusta entre ambas variables, basada en los 300 casos.

TABLA 20

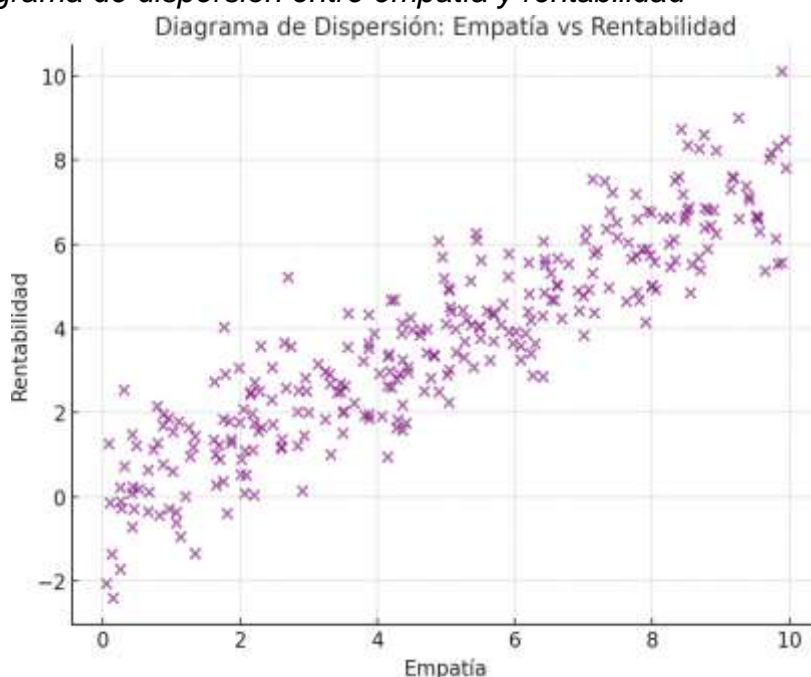
Relación entre empatía y rentabilidad

		Empatía	Rentabilidad	
Rho de Spearman	Empatía	Coeficiente de correlación	1,000	
		Sig. (bilateral)	.	
		N	300	
	Rentabilidad	Coeficiente de correlación	,766	1,000
		Sig. (bilateral)	,001	.
		N	300	300

Nota. Estadístico SPSS. V26.

FIGURA 7

Diagrama de dispersión entre empatía y rentabilidad



Nota. Diseño propio. Interpretación:

En la tabla 20, muestra la correlación de Spearman entre empatía y rentabilidad muestra un coeficiente de 0.766, lo que indica una correlación positiva fuerte entre ambas variables. Esto sugiere que un aumento en la empatía tiende a estar asociado con un aumento en la rentabilidad. El valor p es 0.001, lo que indica que esta correlación es estadísticamente significativa ($p < 0.05$). Este hallazgo sugiere una relación sólida entre la empatía y la rentabilidad, basada en los 300 casos analizados.

6.2. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

La investigación, respecto de su objetivo general. Los resultados obtenidos se contrastaron con estudios previos a nivel internacional, nacional y local, analizando los cinco objetivos específicos relacionados con los componentes de la calidad del servicio: elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía.

En el presente estudio, se evidenció que los elementos tangibles (instalaciones, equipos y apariencia del personal) influyen significativamente en la rentabilidad del restaurant Mojsa. Estos hallazgos coinciden con lo reportado por Calle y Montenegro (2020) quienes concluyeron que la calidad percibida en aspectos tangibles de restaurantes turísticos de España explicaba un aumento en la sostenibilidad financiera. Asimismo, a nivel local, Suclupe (2022) señaló que la inversión en infraestructura moderna mejoró los ingresos mensuales en restaurantes de Juliaca. Este consenso subraya la importancia de mantener estándares altos en los aspectos físicos como estrategia para atraer y retener clientes.

La fiabilidad, mostró una relación positiva con la rentabilidad del restaurant



Mojsa. Este resultado es coherente con el estudio de Cardona y Fontalvo (2021) , quienes demostraron que la fiabilidad es un pilar fundamental en la percepción de calidad en restaurantes turísticos japoneses, lo que contribuye directamente a una mayor competitividad y rentabilidad. De manera similar,

Tal como Porto (2021) encontraron que los restaurantes en Cusco que cumplen consistentemente con las expectativas de los clientes tienen una alta probabilidad de fidelización, incrementando sus ingresos.

La capacidad de respuesta, referida a la disposición y rapidez en atender las necesidades de los clientes, tuvo una fuerte correlación con la rentabilidad en el restaurant Mojsa. Este hallazgo está alineado con los resultados de Toala y Hinojosa, (2021) quienes indicaron que un servicio ágil y oportuno genera una alta intención de recomendación, lo que aumenta las ventas por referencias en restaurantes de lujo en Estados Unidos. A nivel local, Cuenca (2021) identificaron que la rapidez en el servicio fue uno de los factores más valorados por los turistas en Chucuito, resaltando su impacto en la satisfacción y la rentabilidad.

La seguridad, representada por la confianza y la competencia percibidas en el servicio, también mostró una relación significativa con la rentabilidad en el restaurant Mojsa. Esto coincide con los hallazgos de Grijalba (2019), quienes destacaron que la seguridad percibida en restaurantes turísticos de Arequipa mejoró significativamente la percepción del cliente y, en consecuencia, sus ingresos. De manera similar, Panduro (2019) confirmaron que la confianza generada por el personal en Puno fue crucial para mantener una base estable de clientes, especialmente en destinos turísticos.

Por último, la empatía, entendida como la capacidad de ofrecer atención



personalizada y comprender las necesidades del cliente, resultó ser un factor crítico para la rentabilidad en el restaurant Mojsa. Este resultado está respaldado por el estudio de Torres (2019) , quienes destacaron que la empatía es un diferenciador clave en la experiencia del cliente en restaurantes turísticos griegos, promoviendo la lealtad y aumentando los ingresos. A nivel nacional, Camones (2021) concluyeron que la empatía era uno de los componentes más valorados en restaurantes de Lima, contribuyendo a la fidelización de los clientes.

Los resultados de este estudio, Arias (2021) confirman la importancia de los componentes de la calidad del servicio como factores determinantes de la rentabilidad en restaurantes turísticos. Los hallazgos son consistentes con antecedentes internacionales, nacionales y locales, destacando la relevancia de estrategias orientadas a mejorar la percepción de calidad en todos sus aspectos. García (2019) en un contexto competitivo como el de Puno, invertir en calidad del servicio no solo garantiza la satisfacción del cliente, sino que también asegura la sostenibilidad económica del negocio turístico.

CONCLUSIONES

PRIMERA: En el restaurant turístico Mojsa, Puno, para el periodo 2023, se observa una correlación positiva alta y significativa ($r = 0.818$, $p = 0.001$) entre la calidad de servicio y la rentabilidad. Esto significa que, al mejorar la calidad del servicio brindado, la rentabilidad del restaurante también aumenta. Una atención esmerada, el cumplimiento de las expectativas del cliente y la oferta de experiencias gastronómicas sobresalientes se reflejan directamente en el incremento financiero del restaurante, elevando el nivel de satisfacción del cliente y favoreciendo su lealtad. Asimismo, la rentabilidad sobre el patrimonio (ROE) del restaurante en el año 2023 es del 25.07%, mientras que la rentabilidad sobre los activos (ROA) es del 14.3% y rentabilidad sobre la inversión (ROI) de 27.38%.

SEGUNDA: Se determinó los resultados en el restaurante Mojsa lo cual muestran una correlación alta ($r = 0.789$, $p = 0.001$) entre la tangibilidad y la rentabilidad. Los elementos tangibles como la apariencia física del restaurante, la calidad del equipamiento y el ambiente son factores claves que se asocian y ayudan favorablemente en la percepción del cliente y por lo tanto la rentabilidad del restaurante teniendo un entorno cuidado y atractivo eleva la experiencia del cliente, lo que incrementa positivamente en las recomendaciones y en la recurrencia de visitas.

TERCERO: Se determinó que existe una relación significativa y positiva entre la fiabilidad del servicio está fuertemente correlacionada con la rentabilidad ($r = 0.852$, $p = 0.001$). Esto significa que la capacidad del



restaurante para cumplir con las expectativas del cliente, ofrecer platos de calidad constante y mantener un servicio regular y puntual es crucial para su éxito financiero. Los clientes que perciben fiabilidad en el servicio son más propensos a regresar y recomendar el restaurante a otros.

CUARTA: Se determinó que existe una relación significativa y positiva entre la capacidad de respuesta en Mojsa tiene una correlación fuerte ($r = 0.723$, $p = 0.001$) con la rentabilidad. Esto indica que la habilidad del restaurante para atender rápida y eficazmente. El requerimiento de los clientes tiene un impacto directo en su desempeño financiero. Un restaurante que responde de manera oportuna y resuelve problemas rápidamente genera mayor satisfacción en los comensales, lo que se traduce en más ingresos.

QUINTO: Se determinó que existe una relación significativa y positiva entre el análisis muestra una correlación muy fuerte ($r = 0.801$, $p = 0.001$) entre la seguridad y la rentabilidad en Mojsa. La percepción de seguridad por parte de los clientes, tanto en términos de higiene alimentaria como de seguridad en las transacciones, tiene un gran impacto en la confianza que depositan en el restaurante. Un entorno seguro y una atención que cumpla con los estándares de higiene fomentan la satisfacción y retención de clientes, mejorando la rentabilidad.

SEXTA: Se determinó que existe una relación significativa y positiva entre la empatía está fuertemente correlacionada con la rentabilidad en Mojsa ($r = 0.766$, $p = 0.001$). Esto sugiere que la capacidad del personal del



restaurante para mostrar sensibilidad y comprensión hacia las necesidades de los clientes tiene un efecto significativo en la rentabilidad. Un servicio personalizado y atento crea una experiencia emocionalmente positiva para los clientes, lo que aumenta la probabilidad de que regresen y recomienden el restaurante a otros.



RECOMENDACIONES

PRIMERA: Se recomienda al administrador del restaurant turístico Mojsa implementar mecanismos de retroalimentación continua para monitorear y mejorar la calidad del servicio. Se sugiere capacitar constantemente al personal en atención al cliente y ofrecerles herramientas que permitan mejorar la experiencia del comensal. Invertir en infraestructura, presentación de platos y ambiente del local garantizará una experiencia de alta calidad, lo que impulsará la satisfacción del cliente y en consecuencia, la rentabilidad.

SEGUNDO: Es importante aconsejar que el restaurante Mojsa realice mejoras constantes en sus instalaciones y así mantener un alto estándar de limpieza y presentación. Además, se podría considerar la renovación de su decoración y mobiliario para reflejar un ambiente acogedor y moderno. Estas inversiones mejorarán la percepción del cliente sobre el restaurante, incrementando su atractivo turístico y asegurando un impacto positivo en la rentabilidad.

TERCERO: Se sugiere que el restaurante Mojsa implemente estrictos controles de calidad para garantizar la consistencia de sus platos y servicios. La puntualidad en la atención y la entrega de productos tal como se promocionan son aspectos fundamentales que deben ser priorizados. Además, la creación de protocolos estandarizados para el servicio contribuirá a mantener la fiabilidad del restaurante, lo que fortalecerá la lealtad de los clientes y aumentará su rentabilidad.

CUARTA: Se recomienda al restaurante Mojsa optimizar sus procesos de atención, asegurándose de que los pedidos sean tomados y



entregados con rapidez. Implementar un sistema de gestión de pedidos eficiente y mejorar la comunicación interna del personal contribuirá a una mayor capacidad de respuesta. También es clave que el personal esté capacitado para gestionar de manera efectiva las solicitudes o problemas de los clientes, asegurando su satisfacción y mejorando la percepción del servicio.

QUINTO: Se sugiere que el restaurante Mojsa debe garantizar altos estándares de seguridad alimentaria y sanitaria, particularmente importantes en un contexto turístico. La implementación de protocolos rigurosos de higiene y seguridad, así como la transparencia en las prácticas alimentarias, aumentarán la confianza del cliente. También se recomienda reforzar la seguridad en las transacciones electrónicas para asegurar que los clientes sientan que sus datos están protegidos, lo que reforzará la reputación del restaurante y contribuirá a su éxito financiero.

SEXTA: Se recomienda que el restaurante Mojsa invierta en la capacitación de su personal ya que es crucial en las habilidades de empatía y atención al cliente. El personal debe estar entrenado para identificar y atender las necesidades individuales de los clientes, proporcionando un servicio más personalizado. Esto puede incluir desde recomendaciones de platos según las preferencias del cliente hasta un trato más cercano y amigable. Fomentar una cultura de atención centrada en el cliente mejorará la experiencia general y contribuirá al aumento de la rentabilidad del restaurante.



REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA

- Aguirre, C., Barona, C., & Dávila, G. (2020). *La rentabilidad como herramienta para la toma de decisiones*. Obtenido de <https://tinyurl.com/28h4hn9h>
- Alegre, P. (2022). *Financiamiento y su influencia en la rentabilidad micro empresas del Perú*. Obtenido de <https://tinyurl.com/279kla5n>
- Andrade, A. (2023). *Raios o razones financieras*. Obtenido de <https://tinyurl.com/29axlr2q>
- Arenas, C., & Jaramillo, N. (2017). *Concepciones de la empatía a nivel general*. Obtenido de <https://tinyurl.com/28nrj873>
- Arias, Y. (2021). *Caracterización del financiamiento en la ciudad de Juliaca, 2020*. Chimbote. Obtenido de <https://tinyurl.com/2654myfa>
- Armijos, J., & et al. (2019). *Percepción del turista sobre el servicio de alimentos y bebidas - Ecuador*. Obtenido de <https://tinyurl.com/22ub9rvh>
- Avolio, B., Chong, M., & Dueñas, M. (2022). Factores que influyen en el crecimiento de las micro y pequeñas empresas en el Perú, 27(54), 331-348.
- Bernal, c. (2006). *Metodología de la Investigación*. (Segunda ed.). Mexico.
- Burbano et al. (2023). La calidad del servicio y la rentabilidad de los restaurantes. Caso de estudio en Ecuador. *Revista Espacios*, 44(3), 188-202.
- Brun, X., & Moreno, M. (2012). *Análisis y selección de inversiones en mercados financieros*. Obtenido de <https://tinyurl.com/2dcz5e2v>
- Caiza, E., Valencia, E., & Bedoya, M. (2020). *Decisiones de inversión y rentabilidad, Ecuador*. Obtenido de <https://tinyurl.com/2774gfkq>
- Calixto, A., & Hernández, C. (2017). *Dimensiones de la calidad de servicio presentes en los programas de postgrado. Reflexiones teóricas*.
- Calle, H., & Montenegro, A. (2020). *La empatía como factor de calidad en los servicios bancarios del Ecuador*. Ecuador. Obtenido



<https://tinyurl.com/2a548f5g>

Camones, Y. (2021). *Financiamiento, Micro y Pequeñas Empresas, Rentabilidad, Restaurante*. Chimbote. Obtenido de <https://tinyurl.com/2y6n6uhc>

Cano, M., & et al. (2013). *Rentabilidad y competitividad en la PYME*. Obtenido de <https://tinyurl.com/28qqqp4c>

Cardona, D., & Fontalvo, J. (2021). *Estructura de capital para el sector de restaurantes en Colombia*. Obtenido de <https://tinyurl.com/2bjrwpuf>

Collanqui, K. (2020). *Percepción de calidad de servicio en los usuarios Municipalidad Provincial de San Román Juliaca 2019*. Juliaca. Obtenido de <https://tinyurl.com/287uf4vx>

Cuenca, & et al. (2021). *Percepción social de la calidad y servicio de agua potable en la ciudad de El Coca, Orellana – Ecuador*. Ecuador. <https://tinyurl.com/2cc6eb44>

Daza, J. (2016). *Crecimiento y rentabilidad empresarial en el sector industrial brasileño*. Obtenido de <https://tinyurl.com/2xo68p5r>

De la Hoz, B., Ferrer, M., & De la Hoz, A. (2008). *Indicadores de rentabilidad: herramientas para la toma decisiones financieras en hoteles de categoría media ubicados en Maracaibo*. <https://tinyurl.com/283v56ax>

De Mateo, et al. (2009). *Gestión de empresas de comunicación*. <https://tinyurl.com/2658o2ms>

Demuner, M., & et al. (2020). *Capacidad de respuesta y capacidad de absorción. Estudio de empresas manufactureras en México*. Obtenido de <https://tinyurl.com/28umjx88>

Duran, G. (2020). *Calidad de servicio u su relación con la satisfacción de clientes en Mojsa Restaurant de la ciudad de Puno, periodo*. Obtenido de <https://tinyurl.com/29n8w5c6>

Espinoza, M. &. (2014). *Programa de calidad de servicio para obtener la ventaja*



competitiva en la empresa de eventos play peru btl-luri. Lima: (tesis de licenciatura). Obtenido de <https://tinyurl.com/25dfs8vr>

García, G. (2019). *Calidad de servicio y satisfacción al cliente en la tienda TOPITOP de Real Plaza Juliaca, 2019*. Juliaca. <https://tinyurl.com/2chwsdj6>

Granados, G. J. (2020). *Estrategia de comercialización y posicionamiento de mercado de la MYPE CREACIONES LARI, Lima 2020*. Lima. <https://tinyurl.com/2de8cw79>

Grijalba, R. (2019). *Empoderamiento y calidad de servicio*. Lima. Obtenido de <https://tinyurl.com/285xaxpf>

Hernández, R., & et al. (2006). *Metodología de la Investigación*. (Cuarta ed.). Mexico.

Huaman, Y. (2017). *Satisfacción de los usuarios atendidos en la cadena de BOTICAS Mifarma de la zona 15 de Huaycan, ATE-LIMA, 2016*.

Lobaton, A. (2019). *Calidad de servicio y rentabilidad de la MYPE Cañete*. Obtenido de <https://tinyurl.com/25rhrh2w>

López, M., Filippetti, V., & Richaud, M. (2014). *Empatía: desde la percepción automática*. Obtenido de <https://tinyurl.com/ylusfhtf>

Mamani, L., & Quispe, R. (2022). *Calidad de servicio y satisfacción del cliente en restaurantes turísticos de la ciudad de Puno*. *Revista de Investigaciones de la Escuela de Posgrado de la UNA Puno*, 11(2), 1116-1126.

Maldonado, A. (2022). *Rentabilidad de la estación de servicios San Luis E.I.R.L., Bagua Grande - 2021*. Obtenido de <https://tinyurl.com/22tvb6oo>

Mariño, R., Rubio, L., & Rodríguez, J. (2015). *Análisis de la calidad de servicio asociada al factor humano. una aplicación al sector bancario Andorrano*. Obtenido de <https://tinyurl.com/2xjs86cm>

Medina, M. (2000). *Evaluación de la calidad asistencial del servicio de ayuda a domicilio en el ayuntamiento de Murcia*. Obtenido



de <https://tinyurl.com/2xuv9vj7>

MINCETUR. (2023). Reporte Sectorial de Turismo y Gastronomía 2023. Lima: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.

Monroy, M., & Urcádiz, F. (2021). *Análisis Estratégico del Servicio percibido en restaurantes del destino turístico de La Paz, México*. Obtenido de <https://tinyurl.com/28eknwjb>

Mora, J., & Calderón, R. (2018). *La rentabilidad basada en los planes de ventas empresariales*. Obtenido de <https://tinyurl.com/2xr7rpoh>

Panduro, R. (2019). *Gestión administrativa y la calidad de servicio en la Escuela de Postgrado, La Cantuta - Chosica*. Lima.

Perdomo, J. (2014). *Medición de la Gestión de la Calidad: Una revisión a la Literatura*.

Perez, V. (2006). *Calidad Total en la Atención al Cliente. España: Calidad total en la atención al cliente*. Obtenido de <https://tinyurl.com/22ys8tcf>

Porto, L. (2021). *Modelo de negocio para la rentabilidad de las pymes en Colombia*. Bogotá. Obtenido de <https://tinyurl.com/26lzhn9y>

Produce. (2022). *Las MIPYME en cifras 2022*. Lima: Ministerio de la Producción.

Quispe, Y. (2021). *La calidad del servicio en el sector de transporte público urbano de la ciudad de Juliaca 2020*. Juliaca. Obtenido de <https://tinyurl.com/24ejxbvg>

Ramírez, V., & et al. (2019). *Teorías sobre estructura de capital y rentabilidad en las compañías*. Obtenido de <https://tinyurl.com/2776yhm3>

Sánchez et al. (2022). Impact of service quality on customer satisfaction and loyalty in restaurants, 19(4), 2304. <https://doi.org/10.3390/ijerph19042304>

Setó, D. (2004). *De la calidad de servicio a la fidelidad del cliente*. Obtenido de <https://tinyurl.com/29vaeuxy>



Suclupe, R. (2022). *Estrategia de gestión administrativa para incrementar rentabilidad en Talara*. Chiclayo. Obtenido de <https://tinyurl.com/244kw8j8>

Toala, L., & Hinojosa, M. (2021). *Análisis del nivel de satisfacción del cliente en relación a la calidad de servicio de un hotel situado en el centro de la ciudad de Guayaquil - Ecuador*. Ecuador.

Torres, G. (2019). *Reingeniería para mejorar la calidad de servicio en una financiera, Lima 2019*. Lima. <https://tinyurl.com/25krbcnt>



ANEXO



MATRIZ DE CONSISTENCIA

TÍTULO: CALIDAD DE SERVICIO Y RENTABILIDAD DEL RESTAURANT TURÍSTICO MOJSA PUNO PERIODO 2023						
PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONE	INDICADORES	METODOLOGÍA DE LA
Problema General	Objetivos General	Hipótesis General	Calidad de Servicio			
¿Cuál es la relación entre la calidad del servicio y la rentabilidad en el restaurant turístico Mojsa Puno periodo 2023?	Determinar la relación de la calidad de servicio y la rentabilidad en el restaurant turístico Mojsa Puno periodo 2023.	H1. Existe una relación significativa entre la calidad de servicio y la rentabilidad en el restaurant turístico Mojsa Puno periodo 2023.	Para Herrera (2014) menciona que calidad "es el proceso de cambio que compromete a toda organización en torno a valores, actitudes y comportamientos a favor de los clientes de nuestro negocio". (p.130).	<p>Elementos tangible</p> <ul style="list-style-type: none"> - Infraestructura en buen estado y moderna - Los empleados tienen buena apariencia - Las instalaciones físicas son visualmente atractivas <p>Fiabilidad</p> <ul style="list-style-type: none"> - Las instalaciones son limpias - El servicio responde a la necesidad - El empleado cumple en hacer algo que promete - El empleado demuestra interés en solucionarlo - El empleado realiza bien el trabajo <p>Capacidad de Respuesta</p> <ul style="list-style-type: none"> - Los empleados demuestran estar capacitados para responder a sus preguntas - El tiempo que aguardo para obtener el servicio fue satisfactorio - Los empleados nunca están <p>Seguridad</p> <ul style="list-style-type: none"> - Los empleados demuestran estar capacitados para ofrecer un pronto servicio - Los empleados siempre están dispuestos en ayudar a sus clientes - El comportamiento de los empleados le inspira se confianza y seguridad - Los empleados tienen conocimientos suficientes para responder a sus preguntas 	<ul style="list-style-type: none"> - Infraestructura en buen estado y moderna - Los empleados tienen buena apariencia - Las instalaciones físicas son visualmente atractivas - Las instalaciones son limpias - El servicio responde a la necesidad - El empleado cumple en hacer algo que promete - El empleado demuestra interés en solucionarlo - El empleado realiza bien el trabajo - Los empleados demuestran estar capacitados para responder a sus preguntas - El tiempo que aguardo para obtener el servicio fue satisfactorio - Los empleados nunca están - Los empleados demuestran estar capacitados para ofrecer un pronto servicio - Los empleados siempre están dispuestos en ayudar a sus clientes - El comportamiento de los empleados le inspira se confianza y seguridad - Los empleados tienen conocimientos suficientes para responder a sus preguntas 	<p>Diseño de la investigación</p> <ul style="list-style-type: none"> • No experimental <p>Tipo de la investigación</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aplicativo <p>Nivel de investigación</p> <ul style="list-style-type: none"> • Correlacional <p>Técnica</p> <ul style="list-style-type: none"> • Encuesta <p>Instrumento</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cuestionario <p>Población</p> <p>La población está conformada por 1360 clientes que frecuenta en el restaurant turístico Mojsa Puno, periodo 2023.</p>



Problemas específicos	Objetivo Específicos	Hipótesis Específicos				Muestra	
¿Cuál es la relación entre el elemento tangible de la calidad de servicio y la rentabilidad en el restaurant turístico Mojsa Puno periodo 2023?	Determinar la relación entre el elemento tangible de la calidad de servicio y la rentabilidad en el restaurant turístico Mojsa Puno periodo 2023.	H1. Existe una relación significativa entre el elemento tangible de la calidad de servicio y la rentabilidad en el restaurant turístico Mojsa Puno periodo 2023.		Empatía	<ul style="list-style-type: none"> - Los empleados demuestran igualdad para todos sus clientes - Los empleados demuestran capacidad de organización del servicio - El empleado se preocupa por los intereses de sus clientes - El restaurant ofrece horarios convenientes para todos los usuarios - El empleado entiende las necesidades específicas del cliente 	<p>Muestra La muestra está conformada por 300 clientes en el restaurant turístico Mojsa Puno, periodo 2023.</p>	
¿Cuál es la relación entre la fiabilidad de la calidad de servicio y la rentabilidad en el restaurant turístico Mojsa Puno periodo 2023?	Determinar la relación entre la fiabilidad de la calidad de servicio y la rentabilidad en el restaurant turístico Mojsa Puno periodo 2023.	H2. Existe una relación significativa entre la fiabilidad de la calidad de servicio y la rentabilidad en el restaurant turístico Mojsa Puno periodo 2023.	<p>Rentabilidad Fernández (2013). Menciona que "es el beneficio renta expresado en términos relativos (unidades monetarias) o porcentuales respecto a alguna otra magnitud económica como el capital total invertido o los fondos propios". (p.234).</p>	Ratio de rentabilidad de las ventas (ROE)	<p>Utilidad neta Total Ingreso Total egreso R.Patrimonial</p>		
¿Cuál es la relación entre la capacidad de respuesta de la calidad de servicio y la rentabilidad en el restaurant turístico Mojsa Puno periodo 2023?	Determinar la relación entre la capacidad de respuesta de la calidad de servicio y la rentabilidad en el restaurant turístico Mojsa Puno periodo 2023.	H3. Existe una relación significativa entre la capacidad de respuesta de la calidad de servicio y la rentabilidad en el restaurant turístico Mojsa Puno periodo 2023.		Ratio de rentabilidad general (ROA)	<p>Utilidad neta Total Ingreso Total egreso Activos Totales Activos corrientes Activos no corrientes</p>		
¿Cuál es la relación entre la seguridad de la calidad de servicio y la rentabilidad en el restaurant turístico Mojsa Puno periodo 2023?	Determinar la relación entre la seguridad de la calidad de servicio y la rentabilidad en el restaurant turístico Mojsa Puno periodo 2023.	H4. Existe una relación significativa entre la seguridad de la calidad de servicio y la rentabilidad en el restaurant turístico Mojsa Puno periodo 2023.					
¿Cuál es la relación entre la empatía de la calidad de servicio y la rentabilidad en el restaurant turístico Mojsa Puno periodo 2023?	Determinar la relación entre la empatía de la calidad de servicio y la rentabilidad en el restaurant turístico Mojsa Puno periodo 2023.	H4. Existe una relación significativa entre la empatía de la calidad de servicio y la rentabilidad en el restaurant turístico Mojsa Puno periodo 2023.					



MATRIZ DE DATOS

N°	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	Y13	Y14	Y15	Y16	Y17	Y18	Y19	Y20	Y21	Y22	E. Tangibles	Fiabilidad	Cap. Resp	Seguridad	Empatia	Suma	N. Tangibilidad	N. Fiabilidad	C. Resp	N. Seguridad	N. empatia
1	3	2	4	3	1	4	3	1	1	2	2	3	3	4	5	2	5	4	4	4	1	1	3.00	18.00	12.00	17.00	21.00	77.00	3	3	4	3	4
2	2	1	2	5	4	3	1	3	5	1	2	5	2	2	1	4	3	5	1	1	4	5	14.00	13.00	8.00	17.00	21.00	77.00	4	3	1	4	1
3	2	2	4	3	4	1	4	4	1	4	3	4	2	5	2	5	4	4	5	2	4	2	15.00	15.00	12.00	17.00	21.00	77.00	1	2	1	4	1
4	2	5	1	3	2	1	1	3	4	3	5	2	4	3	2	4	2	5	3	5	4	4	10.00	14.00	11.00	17.00	21.00	77.00	2	4	4	2	3
5	2	1	4	3	5	2	5	1	2	3	2	1	4	2	3	4	2	5	4	4	1	4	12.00	12.00	12.00	17.00	21.00	77.00	1	4	1	1	2
6	3	2	5	3	2	1	2	4	4	4	5	2	3	4	3	3	4	5	4	1	3	4	15.00	11.10	9.00	17.00	21.00	77.00	1	3	1	1	2
7	5	4	4	2	4	4	3	5	3	3	4	2	1	3	2	3	2	1	4	2	2	1	16.4	10.00	10.27	17.00	21.00	77.00	3	3	2	2	1
8	5	5	2	3	5	3	3	3	1	4	1	1	1	2	1	2	3	2	1	4	3	4	17.8	8.90	10.15	17.00	21.00	77.00	1	4	2	3	4
9	3	2	4	2	5	1	4	2	2	1	4	1	2	2	2	2	5	1	2	3	3	3	19.2	7.80	10.04	17.00	21.00	77.00	1	2	4	3	2
10	1	4	4	4	5	4	1	1	1	4	2	3	2	1	3	4	5	2	2	5	5	1	20.6	6.70	9.92	17.00	21.00	77.00	4	4	1	1	2
11	2	5	5	2	4	3	3	2	4	2	4	5	3	4	4	5	2	5	2	4	5	5	22	5.60	9.81	17.00	21.00	77.00	4	3	3	4	1
12	3	5	4	4	2	2	4	1	5	1	5	4	2	5	1	3	1	3	1	4	1	5	23.4	4.50	9.70	17.00	21.00	77.00	3	4	2	1	3
13	2	3	4	3	5	1	4	2	2	5	1	3	1	1	2	1	5	4	1	1	3	2	24.8	3.40	9.58	17.00	21.00	77.00	2	2	2	1	4
14	3	3	1	2	1	3	2	2	5	4	2	5	4	2	4	3	2	5	3	2	4	4	26.2	2.30	9.47	17.00	21.00	77.00	1	4	3	4	1
15	2	3	3	2	2	3	5	3	3	1	1	3	4	5	4	1	4	2	5	3	5	2	27.6	1.20	9.35	17.00	21.00	77.00	1	1	4	2	3
16	1	5	2	1	2	3	4	4	5	4	3	2	5	4	2	5	1	3	2	1	5	3	29	0.10	9.24	17.00	21.00	77.00	3	1	2	4	2
17	4	1	5	1	4	2	4	4	2	5	5	1	4	2	3	1	1	5	1	1	4	5	30.4	18.00	9.12	17.00	21.00	77.00	3	4	2	3	3
18	4	3	4	4	4	2	1	3	1	3	2	5	5	5	5	3	3	4	2	1	3	5	31.8	13.00	9.01	17.00	21.00	77.00	2	2	4	1	2
19	3	1	3	3	4	5	5	3	3	2	4	2	3	1	3	1	5	3	3	4	4	1	33.2	15.00	8.90	17.00	21.00	77.00	3	4	1	1	4
20	2	2	2	1	3	4	1	1	1	2	1	4	3	5	3	2	4	3	3	4	1	1	34.6	14.00	8.78	17.00	21.00	77.00	4	4	4	3	4
21	2	2	3	3	1	3	2	2	3	4	4	4	4	5	1	4	1	1	5	5	1	2	36	12.00	8.67	17.00	21.00	77.00	2	1	4	2	4
22	1	5	2	3	5	2	5	5	5	5	3	5	3	4	5	1	3	5	4	4	2	5	37.4	11.10	8.55	17.00	21.00	77.00	2	2	4	1	2
23	1	3	1	3	1	4	5	5	2	3	4	2	5	1	2	4	3	1	1	1	1	2	38.8	10.00	8.44	17.00	21.00	77.00	1	4	2	1	2
24	5	4	3	1	3	2	3	5	1	1	3	5	4	2	5	3	1	3	4	4	2	5	40.2	8.90	8.32	17.00	21.00	77.00	4	1	4	1	3
25	2	1	4	1	2	2	5	3	4	4	2	4	4	5	1	5	3	3	5	4	3	1	41.6	1.00	8.21	17.00	21.00	77.00	4	1	3	2	2



26	2	3	2	3		2	2	1	4	4	3	4	4	4	5	5	3	3	4	3	3	4	3	43	21.00	8.10	17.00	21.00	77.00	1	2	2	4	3
27	4	2	1	1		2	4	3	3	3	4	5	3	4	4	1	5	1	3	2	3	1	4	44.4	31.00	7.98	17.00	21.00	77.00	4	2	4	4	3
28	4	5	2	2		2	4	5	1	1	4	2	3	1	4	3	5	4	4	5	2	2	5	45.8	41.00	7.87	17.00	21.00	77.00	4	1	2	4	1
29	3	4	2	3		3	5	2	3	1	5	4	4	2	4	5	3	2	4	3	1	5	1	47.2	51.00	7.75	17.00	21.00	77.00	4	1	3	1	3
30	5	1	3	2		2	1	2	3	1	1	4	4	5	4	2	1	2	2	3	5	4	3	48.6	61.00	7.64	17.00	21.00	77.00	2	1	4	3	2
31	4	4	5	4		1	5	2	3	1	2	1	5	5	4	3	1	5	1	3	1	1	5	50	71.00	7.52	17.00	21.00	77.00	4	4	2	1	2
32	2	4	3	4		2	1	3	4	4	2	3	1	3	4	4	3	5	2	5	2	5	1	51.4	81.00	7.41	17.00	21.00	77.00	4	4	1	4	2
33	3	4	2	4		1	2	5	1	5	2	4	2	3	1	3	2	3	5	2	5	1	3	52.8	91.00	7.30	17.00	21.00	77.00	1	2	1	4	3
34	3	4	4	3		1	1	5	1	1	4	1	2	3	5	5	1	4	1	4	4	4	4	54.2	18.00	7.18	17.00	21.00	77.00	1	3	1	2	3
35	3	3	5	2		2	4	2	1	1	1	1	2	2	5	2	4	2	2	2	5	4	3	55.6	13.00	7.07	17.00	21.00	77.00	1	1	3	2	3
36	5	1	4	1		4	2	1	4	2	2	2	3	3	4	1	1	1	3	1	2	1	4	57	15.00	6.95	17.00	21.00	77.00	4	2	2	4	4
37	2	3	5	1		4	5	3	3	5	1	1	3	5	4	5	5	1	5	4	1	2	5	58.4	14.00	6.84	17.00	21.00	77.00	1	1	2	3	2
38	1	5	1	1		3	2	1	3	3	3	1	2	1	1	1	5	4	4	4	2	4	4	59.8	12.00	6.72	17.00	21.00	77.00	2	4	4	3	4
39	1	2	1	3		5	3	1	1	3	4	2	1	2	4	2	3	2	2	2	3	1	2	61.2	11.10	6.61	17.00	21.00	77.00	3	1	1	3	2
40	5	1	4	1		1	3	4	4	3	2	1	5	2	5	4	2	5	2	4	5	5	2	62.6	10.00	6.50	17.00	21.00	77.00	2	1	1	1	4
41	3	2	3	3		2	1	3	5	2	1	1	5	3	2	4	5	5	3	2	2	2	1	64	8.90	6.38	17.00	21.00	77.00	3	3	4	4	2
42	1	1	5	1		2	4	3	4	1	3	2	1	4	1	4	2	3	4	1	2	5	2	65.4	7.80	6.27	17.00	21.00	77.00	2	1	3	3	1
43	4	1	2	3		2	2	1	4	1	4	5	3	4	5	2	3	1	2	2	2	3	1	66.8	6.70	6.15	17.00	21.00	77.00	4	2	4	1	1
44	1	5	5	5		4	1	3	3	1	2	2	2	2	4	5	5	5	5	5	4	1	2	68.2	5.60	6.04	17.00	21.00	77.00	4	1	4	2	3
45	3	1	2	4		4	1	4	4	5	5	5	3	1	2	4	2	3	3	2	3	5	1	69.6	4.50	5.92	17.00	21.00	77.00	2	3	2	4	3
46	3	5	5	1		2	5	3	5	4	5	2	4	4	1	1	4	4	1	4	1	2	1	71	3.40	5.81	17.00	21.00	77.00	2	2	1	1	1
47	1	3	5	2		3	1	1	1	4	3	4	2	5	4	2	4	4	1	4	1	4	2	72.4	2.30	5.70	17.00	21.00	77.00	1	3	3	1	1
48	4	3	1	3		3	1	3	5	3	4	4	2	5	4	4	2	5	4	2	3	1	5	73.8	1.20	5.58	17.00	21.00	77.00	3	1	4	3	4
49	3	1	2	2		1	3	1	1	2	3	1	2	3	4	1	3	1	2	3	5	1	4	75.2	0.10	5.47	17.00	21.00	77.00	3	2	3	3	1
50	4	2	4	1		4	3	2	2	5	2	4	1	2	2	4	2	3	4	5	3	4	2	76.6	18.00	5.35	17.00	21.00	77.00	2	3	4	4	3
51	1	1	2	2		5	5	1	2	4	3	4	1	4	4	3	3	3	2	1	3	5	3	78	13.00	5.24	17.00	21.00	77.00	2	1	4	3	3
52	5	4	4	1		3	2	1	2	2	2	1	2	5	2	5	5	1	4	2	2	5	3	79.4	15.00	5.12	17.00	21.00	77.00	2	1	4	2	4
53	5	3	5	2		2	3	4	5	2	5	1	5	2	5	4	3	3	4	5	2	3	5	80.8	14.00	5.01	17.00	21.00	77.00	2	2	1	3	1



54	2	3	2	1		2	2	2	5	3	1	1	3	4	4	1	3	5	5	2	5	3	5	82.2	12.00	4.90	17.00	21.00	77.00	3	3	3	2	2
55	3	3	1	1		1	1	5	1	4	2	1	4	1	1	4	1	1	5	1	1	2	1	83.6	11.10	4.78	17.00	21.00	77.00	3	4	3	3	4
56	3	2	2	4		2	3	5	4	4	1	3	4	1	4	3	3	2	1	4	1	5	1	85	10.00	4.67	17.00	21.00	77.00	3	3	3	1	2
57	3	5	4	4		1	2	3	1	4	2	2	3	4	3	2	4	1	2	2	5	4	5	86.4	8.90	4.55	17.00	21.00	77.00	3	4	4	1	3
58	1	5	5	3		1	4	3	5	3	2	1	5	5	1	1	5	3	3	5	3	2	5	87.8	1.00	4.44	17.00	21.00	77.00	1	2	4	2	1
59	1	3	4	1		5	2	3	5	2	3	4	5	3	2	3	1	1	5	2	3	3	3	89.2	21.00	4.32	17.00	21.00	77.00	2	1	4	2	3
60	2	1	1	2		3	3	1	5	4	2	3	2	4	3	3	2	2	1	2	2	4	2	90.6	31.00	4.21	17.00	21.00	77.00	4	3	4	3	4
61	4	1	5	1		1	4	5	5	3	2	4	4	5	1	2	3	4	5	3	2	4	2	92	41.00	4.10	17.00	21.00	77.00	1	3	1	2	3
62	1	5	1	5		2	1	1	5	2	4	1	2	2	2	5	1	5	2	3	5	4	4	93.4	51.00	3.98	17.00	21.00	77.00	3	4	2	4	1
63	5	3	3	5		4	4	4	3	5	4	5	2	4	3	4	4	2	2	4	3	5	5	94.8	61.00	3.87	17.00	21.00	77.00	1	4	1	4	1
64	2	5	1	3		5	2	4	4	4	5	4	2	4	1	5	2	4	4	2	5	2	3	96.2	71.00	3.75	17.00	21.00	77.00	4	1	1	2	1
65	2	4	2	2		4	3	5	5	5	3	2	2	4	5	4	2	4	1	1	1	5	5	97.6	81.00	3.64	17.00	21.00	77.00	2	3	2	3	2
66	3	2	1	4		5	5	5	5	1	5	5	3	4	3	2	2	3	5	3	5	4	4	99	91.00	3.52	17.00	21.00	77.00	3	3	3	1	1
67	5	2	3	4		1	5	1	4	2	1	5	5	2	3	2	5	4	4	4	2	5	5	100.4	18.00	3.41	17.00	21.00	77.00	2	3	4	4	2
68	4	3	5	2		1	5	5	4	4	1	2	5	3	2	2	1	1	4	5	1	5	4	101.8	13.00	3.30	17.00	21.00	77.00	3	2	3	2	4
69	2	1	5	2		2	4	5	5	3	2	4	1	2	3	1	1	1	4	5	5	4	5	103.2	15.00	3.18	17.00	21.00	77.00	1	1	3	2	4
70	2	3	4	4		5	5	2	2	5	2	5	3	4	2	5	3	3	1	1	4	4	5	104.6	14.00	3.07	17.00	21.00	77.00	1	1	4	3	4
71	2	4	1	2		4	5	4	3	2	1	2	2	4	5	1	5	3	2	4	4	3	4	106	12.00	2.95	17.00	21.00	77.00	3	1	2	1	4
72	1	3	1	3		4	2	5	2	4	2	5	1	1	4	4	4	4	1	1	3	4	1	107.4	11.10	2.84	17.00	21.00	77.00	3	1	2	2	3
73	1	3	3	3		2	4	2	5	4	3	2	4	4	2	4	2	4	5	4	4	2	5	108.8	10.00	2.72	17.00	21.00	77.00	3	1	1	1	4
74	3	3	1	4		1	3	5	4	1	1	3	1	5	3	5	5	4	4	3	1	2	1	110.2	8.90	2.61	17.00	21.00	77.00	3	2	2	3	2
75	5	1	3	4		3	3	3	1	2	5	1	4	2	1	5	4	4	5	1	2	3	4	111.6	7.80	2.50	17.00	21.00	77.00	4	3	4	3	3
76	2	5	4	5		3	2	2	5	1	1	3	4	1	1	5	4	2	5	1	5	1	3	113	6.70	2.38	17.00	21.00	77.00	2	3	1	3	2
77	3	2	3	2		3	5	1	5	5	3	3	5	4	2	2	2	4	4	1	3	3	5	114.4	5.60	2.27	17.00	21.00	77.00	3	2	1	3	2
78	3	2	3	4		5	1	1	2	4	5	5	2	2	3	2	1	3	2	1	5	1	2	115.8	4.50	2.15	17.00	21.00	77.00	2	1	2	4	4
79	5	4	1	1		3	1	4	5	1	3	1	1	3	5	5	5	3	1	3	3	1	4	117.2	3.40	2.04	17.00	21.00	77.00	1	4	4	4	2
80	5	5	1	4		2	5	1	2	1	3	3	4	3	2	1	1	4	1	3	5	2	5	118.6	2.30	1.92	17.00	21.00	77.00	3	4	3	2	3
81	3	5	4	2		3	2	1	2	3	4	2	1	4	1	2	5	4	4	5	3	3	2	120	1.20	1.81	17.00	21.00	77.00	4	2	1	2	2



82	3	5	4	2		1	5	5	5	1	5	1	1	4	5	5	5	5	3	4	3	3	4	121.4	0.10	1.70	17.00	21.00	77.00	3	4	3	2	3
83	3	5	1	5		3	2	2	3	3	5	4	2	5	5	1	1	2	2	4	2	5	1	122.8	18.00	1.58	17.00	21.00	77.00	3	3	4	2	4
84	1	2	3	3		4	5	2	3	5	1	5	2	1	5	4	2	3	1	3	2	1	2	124.2	13.00	1.47	17.00	21.00	77.00	1	4	4	3	1
85	5	5	5	2		5	4	3	5	5	2	3	3	5	3	5	5	5	2	1	1	4	2	125.6	15.00	1.35	17.00	21.00	77.00	3	1	2	4	3
86	2	5	3	4		2	5	3	1	2	4	2	3	2	1	2	5	2	4	1	3	3	4	127	14.00	1.24	17.00	21.00	77.00	3	4	3	4	4
87	4	5	1	2		4	4	1	2	2	2	1	3	2	1	3	5	4	3	3	5	1	5	128.4	12.00	1.12	17.00	21.00	77.00	2	4	4	1	4
88	4	5	5	5		5	4	3	3	1	3	4	5	4	1	4	3	5	5	4	5	5	3	129.8	11.10	1.01	17.00	21.00	77.00	3	3	3	1	3
89	3	5	4	1		1	4	2	5	2	3	2	2	3	4	1	4	3	4	5	3	3	4	131.2	10.00	0.90	17.00	21.00	77.00	4	1	1	3	3
90	4	2	2	5		5	4	5	2	2	1	1	4	2	4	1	4	2	5	2	2	5	2	132.6	8.90	0.78	17.00	21.00	77.00	1	4	2	2	4
91	2	4	1	5		5	4	4	1	1	1	3	3	5	2	1	4	4	2	3	1	2	5	134	1.00	0.67	17.00	21.00	77.00	3	2	1	4	1
92	1	2	5	3		4	4	2	5	2	5	3	5	5	2	4	4	5	4	4	5	2	2	135.4	21.00	0.55	17.00	21.00	77.00	1	3	4	4	1
93	1	4	1	3		3	1	1	2	5	1	5	1	1	3	4	1	2	4	2	4	3	4	136.8	31.00	0.44	17.00	21.00	77.00	3	2	1	3	2
94	3	5	1	4		3	5	2	5	1	3	3	5	4	3	2	3	1	2	1	4	2	5	138.2	41.00	0.32	17.00	21.00	77.00	2	4	3	2	4
95	5	3	4	5		5	5	5	2	3	5	1	3	4	1	2	5	5	4	3	5	1	5	139.6	51.00	0.21	17.00	21.00	77.00	4	2	4	4	4
96	4	3	4	3		1	4	2	3	4	3	5	3	3	3	4	2	1	2	2	3	1	3	141	61.00	0.10	17.00	21.00	77.00	2	1	2	1	1
97	3	2	5	2		2	1	1	5	5	1	5	4	5	3	2	5	2	5	2	3	2	4	142.4	71.00	-0.02	17.00	21.00	77.00	2	2	1	3	1
98	3	4	3	2		2	1	1	1	5	1	4	5	5	1	3	5	1	1	3	5	5	5	143.8	81.00	-0.13	17.00	21.00	77.00	1	1	2	1	4
99	2	4	3	4		1	3	2	2	2	2	2	5	4	4	2	5	3	2	3	4	2	4	145.2	91.00	-0.25	17.00	21.00	77.00	2	2	3	1	2
100	2	3	1	3		3	4	4	1	3	3	1	5	3	1	2	2	5	2	1	5	5	1	146.6	18.00	-0.36	17.00	21.00	77.00	4	1	1	2	1
101	1	2	4	2		2	1	5	5	1	1	5	1	3	4	4	4	5	5	1	3	1	5	148	13.00	-0.48	17.00	21.00	77.00	3	3	2	2	3
102	2	2	2	3		3	2	2	1	4	4	1	1	1	4	5	2	4	1	4	2	5	2	149.4	15.00	-0.59	17.00	21.00	77.00	3	4	2	3	2
103	5	5	5	2		2	1	2	5	3	3	1	1	4	3	2	1	4	3	5	4	5	1	150.8	14.00	-0.70	17.00	21.00	77.00	3	2	3	2	4
104	2	5	2	5		4	1	1	3	3	5	3	2	2	2	1	5	4	5	2	3	3	1	152.2	12.00	-0.82	17.00	21.00	77.00	1	2	3	3	4
105	2	1	3	3		4	3	5	4	5	1	1	1	2	4	3	2	5	2	1	4	3	4	153.6	11.10	-0.93	17.00	21.00	77.00	4	2	4	1	2
106	5	1	4	1		3	4	2	2	3	4	5	3	4	1	4	4	5	4	5	1	3	4	155	10.00	-1.05	17.00	21.00	77.00	1	3	2	2	4
107	3	1	5	5		1	1	4	2	2	1	5	4	1	5	5	2	2	5	4	3	5	5	156.4	8.90	-1.16	17.00	21.00	77.00	1	1	2	4	4
108	2	4	3	2		2	4	5	5	1	1	3	5	3	1	5	1	4	5	3	1	2	1	157.8	7.80	-1.28	17.00	21.00	77.00	2	4	1	1	1
109	3	1	1	1		3	2	5	5	4	1	1	1	5	2	2	5	1	4	1	4	4	4	159.2	6.70	-1.39	17.00	21.00	77.00	3	2	3	4	1



110	3	4	1	3		1	4	1	4	3	3	5	5	4	5	1	1	1	1	4	5	3	2	160.6	5.60	-1.50	17.00	21.00	77.00	4	1	1	1	3
111	2	3	3	3		5	1	3	5	5	5	2	5	3	5	1	3	3	3	2	3	3	4	162	4.50	-1.62	17.00	21.00	77.00	1	1	4	1	3
112	5	5	4	5		4	4	3	3	5	2	3	5	3	3	3	5	1	1	2	4	2	5	163.4	3.40	-1.73	17.00	21.00	77.00	2	2	1	1	2
113	3	1	2	3		1	4	5	4	5	2	3	4	2	5	3	4	1	4	3	1	1	4	164.8	2.30	-1.85	17.00	21.00	77.00	1	3	2	4	1
114	4	3	5	3		5	2	2	5	2	5	5	5	2	2	3	5	3	2	3	1	2	1	166.2	1.20	-1.96	17.00	21.00	77.00	1	3	2	1	2
115	3	1	2	1		1	2	3	5	4	1	3	4	4	3	5	3	4	5	3	5	3	5	167.6	0.10	-2.08	17.00	21.00	77.00	4	2	1	4	3
116	2	5	1	4		2	3	1	2	3	3	1	4	3	2	2	5	1	3	5	3	1	2	169	18.00	-2.19	17.00	21.00	77.00	4	4	4	1	1
117	3	5	2	4		3	1	5	4	2	2	4	4	1	2	2	3	2	5	5	3	2	1	170.4	13.00	-2.30	17.00	21.00	77.00	1	4	4	3	2
118	4	5	3	3		3	1	5	1	2	3	2	1	2	4	5	4	1	2	1	1	4	2	171.8	15.00	-2.42	17.00	21.00	77.00	1	4	4	1	1
119	1	3	1	4		5	4	4	5	3	2	4	3	5	2	1	2	2	3	4	4	1	3	173.2	14.00	-2.53	17.00	21.00	77.00	4	1	2	2	3
120	1	4	2	4		2	4	1	1	4	3	1	5	1	2	4	1	4	3	2	3	3	4	174.6	12.00	-2.65	17.00	21.00	77.00	3	1	3	2	1
121	2	4	2	4		2	2	3	4	5	2	4	1	2	5	5	2	3	2	3	2	4	2	176	11.10	-2.76	17.00	21.00	77.00	2	4	2	3	4
122	3	5	3	2		4	1	1	5	4	3	4	2	1	2	3	5	2	4	1	1	4	3	177.4	10.00	-2.88	17.00	21.00	77.00	2	2	4	4	2
123	1	5	3	1		5	5	4	1	4	5	3	5	2	3	4	1	5	2	1	2	5	2	178.8	8.90	-2.99	17.00	21.00	77.00	3	1	3	4	3
124	1	1	4	5		3	4	4	1	1	2	2	4	4	3	4	2	2	5	3	3	5	3	180.2	1.00	-3.10	17.00	21.00	77.00	3	4	3	4	1
125	4	5	3	5		2	5	2	1	5	4	1	5	1	4	1	1	5	5	1	3	4	4	181.6	21.00	-3.22	17.00	21.00	77.00	3	1	4	3	1
126	4	5	3	5		3	3	5	4	2	2	1	1	3	4	2	2	3	4	1	3	1	3	183	31.00	-3.33	17.00	21.00	77.00	4	2	2	2	3
127	2	5	1	1		1	4	5	2	1	5	5	1	2	2	1	3	3	3	5	5	2	4	184.4	41.00	-3.45	17.00	21.00	77.00	2	2	2	3	1
128	5	4	5	4		5	4	4	5	1	3	5	4	5	5	1	2	2	5	2	2	3	1	185.8	51.00	-3.56	17.00	21.00	77.00	1	4	2	1	4
129	3	2	2	5		4	3	4	4	3	2	3	1	3	2	5	2	4	5	4	3	3	4	187.2	61.00	-3.68	17.00	21.00	77.00	1	3	3	3	3
130	3	3	3	2		4	1	3	3	2	1	4	3	5	1	4	3	1	3	4	5	5	4	188.6	71.00	-3.79	17.00	21.00	77.00	2	1	2	3	3
131	3	5	3	4		5	2	1	4	1	5	1	4	4	1	4	5	2	4	1	3	5	1	190	81.00	-3.90	17.00	21.00	77.00	2	1	2	3	2
132	1	2	4	1		1	4	3	1	3	1	4	2	2	1	3	4	1	3	5	2	2	2	191.4	91.00	-4.02	17.00	21.00	77.00	3	2	4	2	4
133	5	3	1	4		3	1	5	2	2	3	3	4	3	2	2	5	2	3	5	1	5	4	192.8	18.00	-4.13	17.00	21.00	77.00	4	2	3	4	3
134	2	5	4	5		4	5	5	5	5	5	1	5	3	1	3	4	2	2	5	2	4	2	194.2	13.00	-4.25	17.00	21.00	77.00	4	1	4	1	2
135	3	4	4	3		1	3	5	4	2	3	5	2	3	4	5	4	4	4	2	1	4	4	195.6	15.00	-4.36	17.00	21.00	77.00	4	2	2	3	3
136	4	1	2	3		1	4	3	5	4	5	1	2	4	3	1	2	5	3	4	1	3	3	197	14.00	-4.48	17.00	21.00	77.00	4	3	1	1	2
137	2	3	3	5		5	1	5	2	1	5	4	3	3	5	5	5	3	5	3	3	4	5	198.4	12.00	-4.59	17.00	21.00	77.00	3	3	4	1	2



138	2	4	3	1		1	4	5	5	5	2	5	1	2	4	1	1	2	1	4	5	1	3	199.8	11.10	-4.70	17.00	21.00	77.00	4	3	2	3	3
139	3	4	4	1		1	3	3	2	1	4	1	5	5	1	3	1	2	1	1	5	4	3	201.2	10.00	-4.82	17.00	21.00	77.00	3	3	1	1	2
140	5	1	3	1		5	4	3	3	5	4	1	5	3	4	5	3	1	3	1	4	5	2	202.6	8.90	-4.93	17.00	21.00	77.00	1	4	2	1	1
141	3	5	5	3		4	4	2	5	5	4	3	4	3	3	5	5	2	5	4	1	2	3	204	7.80	-5.05	17.00	21.00	77.00	3	1	3	3	2
142	3	5	5	2		4	4	2	5	5	4	4	1	5	1	1	4	2	1	2	4	1	2	205.4	6.70	-5.16	17.00	21.00	77.00	1	3	2	3	1
143	5	4	3	3		2	4	5	2	1	5	4	2	1	2	3	4	2	1	4	1	2	1	206.8	5.60	-5.28	17.00	21.00	77.00	2	4	1	4	2
144	3	4	3	4		5	3	2	1	3	4	4	4	3	3	1	1	5	3	1	5	1	3	208.2	4.50	-5.39	17.00	21.00	77.00	3	4	3	3	2
145	5	4	5	3		3	2	5	1	5	2	2	5	2	3	3	4	2	1	5	5	4	3	209.6	3.40	-5.50	17.00	21.00	77.00	4	3	2	4	2
146	4	1	1	2		4	1	3	1	3	4	5	1	1	2	5	2	4	4	3	4	3	5	211	2.30	-5.62	17.00	21.00	77.00	3	2	3	3	3
147	5	5	3	2		2	4	1	5	1	4	1	5	5	3	1	5	4	4	5	1	1	4	212.4	1.20	-5.73	17.00	21.00	77.00	2	4	4	4	4
148	4	1	5	4		1	3	1	2	5	2	1	5	4	2	3	5	4	3	2	1	5	3	213.8	0.10	-5.85	17.00	21.00	77.00	1	4	4	2	3
149	4	4	3	2		5	1	4	5	4	5	1	3	1	1	3	1	3	5	3	4	5	2	215.2	18.00	-5.96	17.00	21.00	77.00	3	2	1	4	3
150	1	1	5	1		4	5	3	5	2	3	3	1	3	4	1	3	1	1	5	3	1	1	216.6	13.00	-6.08	17.00	21.00	77.00	2	1	2	1	1
151	2	2	3	1		4	3	5	4	4	5	4	1	2	5	2	1	4	2	4	4	3	4	218	15.00	-6.19	17.00	21.00	77.00	4	3	2	3	2
152	5	1	1	4		3	5	4	1	3	3	3	4	4	2	2	2	5	4	3	5	5	4	219.4	14.00	-6.30	17.00	21.00	77.00	2	3	2	2	1
153	2	5	4	4		4	3	1	5	3	5	1	5	2	5	2	4	5	1	2	2	1	4	220.8	12.00	-6.42	17.00	21.00	77.00	4	2	1	2	2
154	3	4	1	5		5	1	5	2	4	1	2	1	2	1	1	5	3	4	2	5	4	4	222.2	11.10	-6.53	17.00	21.00	77.00	3	2	2	2	4
155	1	5	3	4		1	5	5	4	2	1	5	2	1	5	2	3	4	5	3	5	3	1	223.6	10.00	-6.65	17.00	21.00	77.00	4	4	4	4	1
156	5	3	5	3		1	2	3	5	5	5	5	3	2	3	2	2	1	4	5	3	4	5	225	8.90	-6.76	17.00	21.00	77.00	4	2	4	1	1
157	1	5	5	5		2	3	3	3	3	3	3	1	2	1	1	1	4	3	5	2	1	5	226.4	1.00	-6.88	17.00	21.00	77.00	4	3	4	3	3
158	1	5	3	5		4	4	4	5	5	2	4	4	2	2	1	5	2	3	1	3	2	3	227.8	21.00	-6.99	17.00	21.00	77.00	4	4	4	2	1
159	5	4	4	4		1	2	2	2	4	1	1	3	1	1	1	1	5	4	5	1	4	2	229.2	31.00	-7.10	17.00	21.00	77.00	1	2	4	3	4
160	4	1	2	1		1	4	1	1	4	1	5	2	3	4	4	4	2	5	1	3	4	1	230.6	41.00	-7.22	17.00	21.00	77.00	3	4	4	4	1
161	1	4	1	2		3	3	5	3	1	4	1	3	2	2	5	3	3	3	3	2	3	5	232	51.00	-7.33	17.00	21.00	77.00	4	1	2	2	4
162	5	1	4	4		3	3	4	1	2	4	4	3	5	5	5	3	1	1	3	1	2	1	233.4	61.00	-7.45	17.00	21.00	77.00	2	1	4	3	2
163	5	3	1	4		3	2	3	4	5	5	3	1	1	3	5	5	1	1	3	4	5	5	234.8	71.00	-7.56	17.00	21.00	77.00	1	1	2	2	4
164	1	2	1	1		3	3	1	1	1	3	4	5	1	2	5	1	4	5	4	1	1	1	236.2	81.00	-7.68	17.00	21.00	77.00	3	1	1	1	1
165	1	1	1	4		5	3	1	5	4	1	5	5	3	2	4	3	5	1	4	3	1	4	237.6	91.00	-7.79	17.00	21.00	77.00	1	3	2	3	2



166	3	1	2	1		2	2	3	4	1	5	1	5	3	4	5	5	4	2	1	4	3	3	239	18.00	-7.90	17.00	21.00	77.00	2	4	4	2	2
167	5	1	4	4		2	4	2	2	4	1	1	4	2	1	2	3	2	5	5	5	1	5	240.4	13.00	-8.02	17.00	21.00	77.00	3	4	1	1	4
168	3	5	4	5		5	4	2	3	5	5	3	5	5	4	3	4	2	3	3	4	5	4	241.8	15.00	-8.13	17.00	21.00	77.00	1	2	3	3	4
169	2	1	2	2		3	2	2	5	3	3	4	2	3	4	3	5	4	5	2	3	5	5	243.2	14.00	-8.25	17.00	21.00	77.00	3	3	1	3	3
170	5	2	1	4		3	4	3	5	3	3	1	3	5	5	3	2	5	5	4	3	4	1	244.6	12.00	-8.36	17.00	21.00	77.00	3	3	4	2	2
171	1	1	2	5		3	4	4	3	2	1	5	3	5	4	2	1	3	5	1	3	1	3	246	11.10	-8.48	17.00	21.00	77.00	4	2	2	2	2
172	3	1	2	1		3	5	5	5	2	3	5	2	1	4	3	2	1	4	3	3	2	2	247.4	10.00	-8.59	17.00	21.00	77.00	3	4	3	3	4
173	1	2	1	1		2	1	2	3	3	2	3	1	3	1	2	2	4	5	5	1	5	3	248.8	8.90	-8.70	17.00	21.00	77.00	4	4	4	2	3
174	2	2	3	4		1	3	3	2	2	4	2	5	4	4	3	3	2	5	2	2	2	2	250.2	7.80	-8.82	17.00	21.00	77.00	2	2	1	2	2
175	1	5	5	3		3	1	2	5	2	2	5	5	4	1	2	5	1	5	5	4	1	1	251.6	6.70	-8.93	17.00	21.00	77.00	3	2	1	4	3
176	2	3	3	3		5	2	4	2	3	3	3	3	2	2	1	4	5	3	2	4	2	5	253	5.60	-9.05	17.00	21.00	77.00	2	3	1	1	1
177	1	5	2	2		5	2	1	5	2	1	2	2	4	2	1	2	4	2	2	1	3	1	254.4	4.50	-9.16	17.00	21.00	77.00	1	2	1	3	2
178	1	5	5	1		2	1	3	2	5	2	4	5	5	1	1	1	2	4	3	5	1	1	255.8	3.40	-9.28	17.00	21.00	77.00	2	2	4	1	3
179	1	2	1	3		4	3	4	5	1	1	3	2	1	2	2	4	5	4	4	4	3	1	257.2	2.30	-9.39	17.00	21.00	77.00	4	1	1	1	1
180	4	2	4	1		2	1	2	5	5	2	2	4	2	3	1	3	5	5	1	5	5	4	258.6	1.20	-9.50	17.00	21.00	77.00	3	2	2	1	3
181	5	4	3	5		4	1	2	1	1	1	2	3	3	4	2	4	3	1	1	5	5	4	260	0.10	-9.62	17.00	21.00	77.00	1	2	3	1	2
182	2	2	1	1		1	5	4	4	3	1	5	3	3	3	5	2	4	1	5	4	3	2	261.4	18.00	-9.73	17.00	21.00	77.00	2	4	3	1	2
183	2	3	5	3		2	1	4	4	1	3	5	5	2	1	5	3	3	3	2	2	5	4	262.8	13.00	-9.85	17.00	21.00	77.00	2	3	4	1	2
184	3	3	2	5		5	5	1	3	2	1	3	5	4	2	5	4	4	5	1	2	3	2	264.2	15.00	-9.96	17.00	21.00	77.00	4	1	2	4	1
185	4	2	3	2		1	3	1	4	1	1	2	2	4	2	3	1	1	1	2	4	5	4	265.6	14.00	-10.08	17.00	21.00	77.00	4	1	3	1	2
186	4	4	5	1		5	4	4	4	4	2	5	4	4	1	2	2	4	3	2	3	4	2	267	12.00	-10.19	17.00	21.00	77.00	2	1	2	3	4
187	4	5	4	1		3	1	3	5	1	1	5	1	3	1	2	2	2	5	2	5	3	4	268.4	11.10	-10.30	17.00	21.00	77.00	3	2	2	1	1
188	2	5	5	2		5	5	1	3	4	3	2	5	4	3	5	5	3	4	3	5	5	4	269.8	10.00	-10.42	17.00	21.00	77.00	4	3	1	1	3
189	5	3	1	4		1	2	5	2	4	4	1	2	2	3	2	3	3	5	5	5	2	4	271.2	8.90	-10.53	17.00	21.00	77.00	2	1	4	2	3
190	2	4	5	2		1	3	1	5	5	5	4	3	4	4	3	2	4	5	1	1	1	3	272.6	1.00	-10.65	17.00	21.00	77.00	2	1	2	3	1
191	2	2	3	1		5	5	3	4	5	1	4	1	2	4	3	4	2	4	4	2	4	5	274	21.00	-10.76	17.00	21.00	77.00	4	3	1	4	2
192	2	4	3	3		2	2	2	2	4	2	1	2	2	4	2	4	4	1	1	5	3	3	275.4	31.00	-10.88	17.00	21.00	77.00	1	3	1	4	3
193	2	1	4	3		2	4	2	4	1	3	2	1	5	1	3	3	2	3	2	2	2	2	276.8	41.00	-10.99	17.00	21.00	77.00	3	1	2	2	2



194	3	1	5	3		1	5	1	1	5	2	1	2	2	5	4	3	2	4	5	4	2	3	278.2	51.00	-11.10	17.00	21.00	77.00	4	2	3	3	1
195	1	3	4	2		5	5	3	2	3	4	5	4	2	2	5	1	2	2	4	2	1	4	279.6	61.00	-11.22	17.00	21.00	77.00	3	1	1	2	3
196	5	2	4	4		2	4	3	5	1	5	1	2	3	1	2	4	3	3	4	2	5	3	281	71.00	-11.33	17.00	21.00	77.00	3	1	4	2	3
197	2	2	1	3		1	5	4	1	1	2	2	2	3	1	5	4	1	5	1	4	5	1	282.4	81.00	-11.45	17.00	21.00	77.00	2	3	2	4	1
198	1	3	1	1		1	1	1	2	4	2	3	2	2	2	2	2	2	5	4	2	3	4	283.8	91.00	-11.56	17.00	21.00	77.00	2	4	4	1	4
199	4	4	5	2		5	5	3	4	2	2	4	3	3	3	3	1	4	1	1	2	3	1	285.2	18.00	-11.68	17.00	21.00	77.00	1	2	3	2	2
200	3	2	1	1		2	2	4	3	3	5	4	4	4	1	3	2	1	2	4	2	4	4	286.6	13.00	-11.79	17.00	21.00	77.00	1	1	3	4	1
201	5	3	4	3		1	5	5	4	3	2	5	3	1	4	4	2	5	5	5	1	4	3	288	15.00	-11.90	17.00	21.00	77.00	2	3	3	4	2
202	2	1	5	1		5	3	3	1	4	2	1	1	4	3	2	4	2	2	1	4	3	3	289.4	14.00	-12.02	17.00	21.00	77.00	1	3	2	4	4
203	4	3	4	5		4	3	4	4	4	1	2	1	4	3	5	3	4	5	2	1	3	3	290.8	12.00	-12.13	17.00	21.00	77.00	2	1	2	4	4
204	2	5	4	5		2	4	3	3	4	1	3	3	2	3	3	2	3	1	1	1	3	5	292.2	11.10	-12.25	17.00	21.00	77.00	2	4	3	2	4
205	4	2	5	1		2	4	2	3	4	5	4	2	3	2	5	3	2	4	2	4	5	4	293.6	10.00	-12.36	17.00	21.00	77.00	4	2	2	2	4
206	3	3	3	4		2	5	3	2	1	1	4	5	1	3	3	5	1	3	5	1	5	2	295	8.90	-12.48	17.00	21.00	77.00	3	1	4	4	2
207	1	2	2	1		2	5	2	5	2	1	5	4	2	2	2	2	5	1	1	1	4	3	296.4	7.80	-12.59	17.00	21.00	77.00	3	2	2	3	3
208	3	3	5	1		1	4	2	5	2	2	2	2	1	3	4	1	2	5	5	2	1	2	297.8	6.70	-12.70	17.00	21.00	77.00	1	1	4	1	4
209	2	2	4	3		4	2	2	5	4	1	4	5	5	1	4	2	3	3	3	5	4	2	299.2	5.60	-12.82	17.00	21.00	77.00	3	1	4	1	3
210	1	1	5	5		4	4	4	2	3	4	2	3	4	2	4	1	1	1	3	1	3	5	300.6	4.50	-12.93	17.00	21.00	77.00	3	1	4	2	4
211	4	5	3	3		4	3	1	2	4	1	5	3	3	4	3	4	3	4	1	4	4	1	302	3.40	-13.05	17.00	21.00	77.00	3	3	4	2	4
212	3	1	1	2		4	2	4	4	4	5	3	3	3	5	4	5	5	4	5	1	5	1	303.4	2.30	-13.16	17.00	21.00	77.00	2	2	1	2	3
213	4	5	1	5		2	4	4	1	3	1	5	1	5	5	1	4	2	1	4	4	2	2	304.8	1.20	-13.28	17.00	21.00	77.00	4	3	2	4	3
214	4	2	2	1		3	5	4	1	2	1	2	1	4	4	4	2	5	3	5	3	4	1	306.2	0.10	-13.39	17.00	21.00	77.00	3	2	4	2	3
215	5	4	3	3		5	5	1	3	2	5	3	5	3	3	5	5	2	5	1	5	5	2	307.6	18.00	-13.50	17.00	21.00	77.00	4	4	4	3	2
216	4	4	3	5		1	1	2	1	3	3	3	2	3	3	2	4	3	5	4	3	3	3	309	13.00	-13.62	17.00	21.00	77.00	3	1	2	3	3
217	2	3	1	1		5	1	4	4	5	4	2	2	5	5	4	4	4	3	1	3	1	4	310.4	15.00	-13.73	17.00	21.00	77.00	2	2	3	1	3
218	4	3	2	3		4	4	1	2	2	5	3	2	1	1	3	5	4	2	3	4	4	3	311.8	14.00	-13.85	17.00	21.00	77.00	4	4	4	3	1
219	5	5	4	4		5	4	3	3	4	2	5	1	3	3	4	1	1	3	5	2	2	4	313.2	12.00	-13.96	17.00	21.00	77.00	3	2	2	3	4
220	5	5	4	4		2	1	3	1	4	1	3	4	5	5	1	2	1	3	5	4	1	5	314.6	11.10	-14.08	17.00	21.00	77.00	2	1	4	4	1
221	5	5	2	4		3	3	5	2	2	3	2	5	1	4	3	3	3	5	4	5	3	3	316	10.00	-14.19	17.00	21.00	77.00	1	2	4	1	2



222	3	2	3	5		1	2	1	2	5	4	2	5	4	4	3	3	3	3	1	4	3	5	317.4	8.90	-14.30	17.00	21.00	77.00	1	1	2	4	1
223	4	3	1	5		3	5	5	2	2	5	4	4	1	4	3	4	5	2	1	1	3	1	318.8	1.00	-14.42	17.00	21.00	77.00	2	4	1	2	3
224	3	2	4	1		5	3	5	2	5	4	2	1	5	2	3	4	3	3	2	1	5	1	320.2	21.00	-14.53	17.00	21.00	77.00	1	4	3	3	2
225	3	2	3	4		5	2	3	5	2	2	2	1	3	3	4	5	1	1	4	3	2	5	321.6	31.00	-14.65	17.00	21.00	77.00	3	4	4	3	4
226	5	5	5	4		2	3	2	3	3	4	5	2	2	3	4	5	4	5	2	3	5	1	323	41.00	-14.76	17.00	21.00	77.00	2	3	1	2	3
227	4	1	5	4		3	5	5	2	3	2	4	4	1	2	1	2	5	5	5	4	1	5	324.4	51.00	-14.88	17.00	21.00	77.00	2	3	4	1	4
228	3	3	3	1		1	1	2	3	5	5	5	1	5	3	2	2	2	2	1	4	4	2	325.8	61.00	-14.99	17.00	21.00	77.00	2	4	1	2	4
229	1	1	5	4		1	4	2	5	1	5	4	3	5	4	5	5	1	5	2	3	4	1	327.2	71.00	-15.10	17.00	21.00	77.00	1	3	3	1	3
230	1	3	3	4		5	4	5	1	5	1	1	3	5	1	5	3	3	5	3	5	5	4	328.6	81.00	-15.22	17.00	21.00	77.00	2	2	2	3	1
231	1	5	3	4		4	2	2	1	3	3	3	5	3	4	3	5	2	1	1	5	3	4	330	91.00	-15.33	17.00	21.00	77.00	2	3	4	4	4
232	5	2	4	2		5	5	5	2	2	4	4	5	5	5	4	5	5	1	4	5	3	5	331.4	18.00	-15.45	17.00	21.00	77.00	1	4	3	2	1
233	2	4	4	2		1	3	4	1	4	5	2	3	3	2	5	4	4	3	3	1	4	1	332.8	13.00	-15.56	17.00	21.00	77.00	2	3	2	3	2
234	5	2	3	5		3	5	1	1	3	5	4	3	4	4	5	1	3	2	4	2	2	1	334.2	15.00	-15.68	17.00	21.00	77.00	4	4	3	4	2
235	1	3	1	2		4	1	5	1	4	2	5	1	5	3	1	2	1	1	1	5	4	1	335.6	14.00	-15.79	17.00	21.00	77.00	3	2	4	2	1
236	2	1	1	1		5	1	2	3	1	1	2	5	1	5	4	1	3	4	1	4	2	3	337	12.00	-15.90	17.00	21.00	77.00	1	4	1	4	4
237	1	3	5	3		4	2	5	4	1	3	4	4	5	5	3	3	1	5	3	5	4	2	338.4	11.10	-16.02	17.00	21.00	77.00	2	3	3	2	2
238	1	4	5	3		5	2	2	2	4	4	4	3	5	1	2	4	2	3	5	3	5	2	339.8	10.00	-16.13	17.00	21.00	77.00	3	3	3	4	1
239	3	5	5	1		5	2	3	1	4	2	4	4	1	4	2	1	3	3	3	3	3	4	341.2	8.90	-16.25	17.00	21.00	77.00	1	3	2	4	2
240	1	5	2	5		3	2	1	4	2	4	3	1	3	3	2	2	3	1	4	1	1	2	342.6	7.80	-16.36	17.00	21.00	77.00	2	4	2	1	3
241	1	3	1	2		5	5	2	2	4	3	2	1	2	3	5	5	2	4	2	3	1	5	344	6.70	-16.48	17.00	21.00	77.00	2	2	1	4	2
242	5	5	4	1		5	5	2	5	2	4	5	5	3	2	1	4	2	3	5	3	3	1	345.4	5.60	-16.59	17.00	21.00	77.00	3	2	3	1	2
243	2	2	2	2		1	4	5	1	5	5	3	3	2	1	4	3	1	2	2	5	3	4	346.8	4.50	-16.70	17.00	21.00	77.00	2	2	2	4	4
244	5	5	5	2		5	5	4	1	1	5	4	4	4	3	2	1	2	2	3	3	2	5	348.2	3.40	-16.82	17.00	21.00	77.00	2	2	3	4	1
245	3	2	3	1		1	5	2	1	1	2	4	4	3	4	5	2	1	5	4	5	4	2	349.6	2.30	-16.93	17.00	21.00	77.00	1	4	3	1	4
246	1	1	4	3		2	1	3	2	3	5	1	1	5	4	2	4	4	4	4	2	3	3	351	1.20	-17.05	17.00	21.00	77.00	1	2	2	4	2
247	4	3	2	5		2	5	4	4	2	1	3	4	4	3	5	3	5	2	2	5	3	4	352.4	0.10	-17.16	17.00	21.00	77.00	4	2	4	3	4
248	5	2	5	5		4	1	5	3	1	3	5	2	5	3	4	5	5	1	2	3	5	2	353.8	18.00	-17.28	17.00	21.00	77.00	4	3	4	2	1
249	5	2	4	2		2	1	4	5	1	1	5	5	4	3	3	5	5	4	2	3	4	2	355.2	13.00	-17.39	17.00	21.00	77.00	1	4	2	3	3



250	4	1	5	1	1	1	1	3	3	5	4	3	2	4	4	3	5	3	1	5	2	2	356.6	15.00	-17.50	17.00	21.00	77.00	2	4	4	4	2
251	4	5	1	2	1	1	3	4	2	2	5	4	2	5	2	5	2	1	3	4	3	1	358	14.00	-17.62	17.00	21.00	77.00	1	2	3	2	2
252	1	5	3	4	5	2	5	3	5	2	1	5	5	3	2	3	4	2	5	1	3	3	359.4	12.00	-17.73	17.00	21.00	77.00	3	3	3	4	2
253	1	5	3	5	5	3	2	3	3	2	2	1	5	2	2	4	1	5	1	4	3	5	360.8	11.10	-17.85	17.00	21.00	77.00	2	4	4	3	3
254	2	5	5	3	5	4	5	4	5	5	2	3	3	3	2	1	2	1	4	3	5	3	362.2	10.00	-17.96	17.00	21.00	77.00	1	1	2	3	1
255	1	5	2	2	3	1	3	4	2	2	4	4	4	1	2	2	4	4	5	3	5	3	363.6	8.90	-18.08	17.00	21.00	77.00	2	1	2	1	4
256	5	2	3	5	4	4	2	3	2	1	2	5	4	3	5	5	3	4	3	4	1	5	365	1.00	-18.19	17.00	21.00	77.00	3	4	4	4	2
257	3	4	5	5	1	3	5	5	1	1	5	4	3	3	5	2	3	5	3	2	3	2	366.4	21.00	-18.30	17.00	21.00	77.00	1	2	4	4	3
258	2	1	2	1	5	2	5	3	1	1	3	3	5	5	3	4	3	3	4	3	4	3	367.8	31.00	-18.42	17.00	21.00	77.00	3	1	1	2	2
259	4	5	1	4	1	5	2	3	4	1	1	3	5	1	5	5	1	2	3	4	1	3	369.2	41.00	-18.53	17.00	21.00	77.00	2	4	3	2	2
260	5	5	4	3	5	4	1	4	4	2	3	5	4	2	3	2	2	4	4	2	4	3	370.6	51.00	-18.65	17.00	21.00	77.00	1	2	4	3	3
261	3	2	5	3	3	3	4	3	2	5	5	1	3	1	3	5	2	3	1	1	5	2	372	61.00	-18.76	17.00	21.00	77.00	4	1	4	1	3
262	1	3	2	3	5	4	2	2	5	5	4	3	1	2	4	5	1	5	3	3	3	4	373.4	71.00	-18.88	17.00	21.00	77.00	4	1	4	3	4
263	3	3	4	5	1	4	1	2	2	2	4	2	3	1	3	1	3	5	4	3	2	5	374.8	81.00	-18.99	17.00	21.00	77.00	3	2	3	2	2
264	3	2	4	1	5	4	4	2	3	2	4	2	1	4	2	2	2	1	5	2	2	5	376.2	91.00	-19.10	17.00	21.00	77.00	4	3	1	4	1
265	5	4	3	1	3	4	2	3	3	4	2	3	4	5	3	3	3	3	3	1	4	1	377.6	18.00	-19.22	17.00	21.00	77.00	1	1	4	2	3
266	3	4	5	5	3	5	2	5	1	2	2	4	5	4	5	5	1	2	4	1	1	3	379	13.00	-19.33	17.00	21.00	77.00	1	3	1	4	4
267	5	3	5	4	1	1	1	5	2	5	4	3	5	4	4	3	4	4	4	2	2	4	380.4	15.00	-19.45	17.00	21.00	77.00	3	4	3	4	2
268	5	5	5	5	1	3	4	2	1	4	3	5	4	4	5	4	4	1	2	5	2	2	381.8	14.00	-19.56	17.00	21.00	77.00	1	3	3	1	4
269	5	3	4	1	2	1	2	1	4	5	2	2	2	5	4	5	3	5	4	2	3	2	383.2	12.00	-19.68	17.00	21.00	77.00	1	2	1	2	3
270	2	5	1	1	1	2	2	3	2	5	4	2	3	1	5	1	3	4	1	2	5	4	384.6	11.10	-19.79	17.00	21.00	77.00	2	2	2	2	2
271	4	1	2	5	3	4	5	2	4	1	1	4	3	3	1	1	5	5	2	4	3	2	386	10.00	-19.90	17.00	21.00	77.00	2	4	2	1	1
272	5	5	1	4	4	3	2	2	2	5	4	1	1	5	3	2	5	4	4	1	1	1	387.4	8.90	-20.02	17.00	21.00	77.00	2	4	3	1	2
273	1	5	4	5	2	4	3	5	4	2	4	4	4	2	1	4	5	4	4	1	1	4	388.8	7.80	-20.13	17.00	21.00	77.00	3	3	3	3	1
274	5	4	3	2	5	3	3	2	4	4	1	2	1	1	4	5	4	2	5	2	5	3	390.2	6.70	-20.25	17.00	21.00	77.00	4	3	3	2	3
275	2	4	2	2	4	3	1	5	5	2	3	2	3	2	4	3	5	2	1	5	4	3	391.6	5.60	-20.36	17.00	21.00	77.00	3	2	1	3	4
276	2	5	3	3	4	3	5	2	4	5	3	4	1	3	5	1	5	5	5	2	3	1	393	4.50	-20.48	17.00	21.00	77.00	2	4	1	2	3
277	5	3	3	2	1	3	1	4	5	1	1	5	3	4	1	1	1	4	2	5	4	3	394.4	3.40	-20.59	17.00	21.00	77.00	1	3	2	4	3



278	2	4	4	1		5	5	2	1	1	4	3	1	5	5	4	2	4	2	5	2	5	2	395.8	2.30	-20.70	17.00	21.00	77.00	2	4	2	3	4
279	3	3	5	1		3	4	1	1	1	2	5	3	3	3	4	3	5	5	2	1	3	1	397.2	1.20	-20.82	17.00	21.00	77.00	1	4	1	2	3
280	3	4	1	4		2	4	4	2	5	4	5	4	5	1	3	2	2	2	2	4	1	5	398.6	0.10	-20.93	17.00	21.00	77.00	1	3	4	3	4
281	2	5	3	1		3	3	3	1	1	3	5	2	3	2	1	3	3	3	4	3	2	4	400	18.00	-21.05	17.00	21.00	77.00	4	3	4	2	4
282	5	5	1	4		1	5	1	3	2	5	4	4	2	2	3	4	4	5	5	5	1	1	401.4	13.00	-21.16	17.00	21.00	77.00	3	2	3	1	3
283	4	4	1	1		4	4	1	5	4	5	1	2	2	3	4	2	4	1	5	3	5	2	402.8	15.00	-21.28	17.00	21.00	77.00	2	4	2	1	4
284	5	4	3	3		5	4	5	3	2	4	1	3	2	3	5	2	5	5	1	5	3	3	404.2	14.00	-21.39	17.00	21.00	77.00	3	3	1	3	1
285	5	4	1	5		3	5	1	5	4	4	2	3	4	4	1	2	2	1	1	4	5	2	405.6	12.00	-21.50	17.00	21.00	77.00	3	2	3	2	4
286	2	3	5	2		5	2	5	2	5	1	5	4	4	3	4	1	2	1	3	2	3	2	407	11.10	-21.62	17.00	21.00	77.00	4	3	3	3	1
287	5	3	2	1		4	2	3	4	3	2	3	4	4	1	2	1	1	3	5	2	3	4	408.4	10.00	-21.73	17.00	21.00	77.00	2	3	4	1	1
288	1	2	1	3		2	1	5	1	5	2	4	2	1	3	3	4	5	2	4	2	3	2	409.8	8.90	-21.85	17.00	21.00	77.00	3	4	3	3	4
289	1	3	1	1		5	5	1	3	4	2	3	1	5	4	2	1	3	5	4	2	2	3	411.2	1.00	-21.96	17.00	21.00	77.00	2	1	3	3	4
290	4	4	1	4		1	5	1	5	3	1	2	2	4	5	5	3	5	4	3	2	4	1	412.6	21.00	-22.08	17.00	21.00	77.00	4	4	1	1	2
291	4	5	3	5		1	5	1	5	5	1	2	2	5	2	2	3	3	4	1	3	2	1	414	31.00	-22.19	17.00	21.00	77.00	2	3	1	4	2
292	5	1	4	2		2	1	3	1	4	3	5	5	3	5	2	1	5	2	4	2	1	5	415.4	41.00	-22.30	17.00	21.00	77.00	3	4	4	2	4
293	5	1	4	5		2	3	1	5	1	3	5	2	4	1	3	2	1	1	4	2	3	5	416.8	51.00	-22.42	17.00	21.00	77.00	3	1	4	2	1
294	1	5	5	5		3	3	4	4	2	2	3	3	4	3	1	2	2	5	5	3	3	4	418.2	61.00	-22.53	17.00	21.00	77.00	4	4	1	2	4
295	5	4	4	1		3	1	5	4	2	3	1	1	3	4	3	4	4	3	3	2	2	2	419.6	71.00	-22.65	17.00	21.00	77.00	1	3	1	1	1
296	4	5	5	4		5	2	1	4	4	2	5	1	4	3	3	3	1	3	1	3	5	3	421	81.00	-22.76	17.00	21.00	77.00	2	1	1	2	2
297	3	4	3	1		1	2	3	1	1	5	1	2	5	1	1	2	1	2	1	5	4	5	422.4	91.00	-22.88	17.00	21.00	77.00	1	2	1	3	2
298	2	2	5	1		4	1	4	1	5	1	4	3	3	5	5	4	1	5	2	4	2	4	423.8	71.00	-22.99	17.00	21.00	77.00	3	3	2	1	4
299	3	2	2	3		1	4	3	2	1	2	3	3	2	3	5	1	2	4	1	1	4	3	425.2	81.00	-23.10	17.00	21.00	77.00	3	1	2	2	4
300	2	3	2	3		2	2	4	2	2	2	5	4	1	3	5	5	5	4	4	3	5	1	426.6	91.00	-23.22	17.00	21.00	77.00	1	4	4	2	2

INSTRUMENTO(S) DE LA INVESTIGACIÓN

Encuesta a los Clientes del Restaurant Turístico Mojsa Puno, periodo 2023

para lo cual se le

Encuesta a los Clientes del Restaurant Turístico Mojsa Puno, periodo 2023

para lo cual se le pide conteste de manera objetiva las preguntas indicadas, marcando con una (x) en el recuadro que crea conveniente, teniendo en cuenta las siguientes indicaciones:

- Totalmente satisfecho 5
- Satisfecho 4
- Ni insatisfecho, ni satisfecho 3
- Insatisfecho 2
- Totalmente insatisfecho 1

N°	PREGUNTAS	VALORACION				
		1	2	3	4	5
ELEMENTOS TANGIBLES						
1	El restaurant Turístico Mojsa cuenta con una infraestructura en buen estado y moderna					
2	Los empleados del restaurant Turístico Mojsa tiene buena apariencia					
3	Las instalaciones físicas del restaurant Turístico Mojsa son visualmente atractivas					
4	Los materiales del restaurant Turístico Mojsa son suficientes para la presentación de servicio					
FIABILIDAD						
5	Las instalaciones del restaurant Turístico Mojsa son limpias					
6	El servicio del restaurant Turístico Mojsa responde a la necesidad que usted tiene					
7	Cuando el empleado de servicios promete hacer algo en cierto tiempo, lo cumple					
8	Cuando un cliente tiene un problema el empleado demuestra interés en solucionarlo					
9	El empleado realiza bien el servicio a la primera vez					
CAPACIDAD DE RESPUESTA						
10	Los empleados demuestran estar capacitados para responder a sus preguntas					
11	El tiempo que aguardo para obtener el servicio fue satisfactorio					
12	Los empleados nunca están demasiado ocupados para atenderle					
13	Si necesito resolver algunas dudas se le atendió en su tiempo adecuado					
SEGURIDAD						
14	Los empleados demuestran estar capacitados para ofrecer un pronto servicio					
15	Los empleados siempre están dispuestos en ayudar a sus clientes					
16	El comportamiento de los empleados le inspira se confianza y seguridad					
17	Los empleados tienen conocimientos suficientes para responder a sus preguntas					
EMPATÍA						
18	Los empleados demuestran igualdad para todos sus clientes					
19	Los empleados demuestran capacidad de organización del servicio					
20	El empleado se preocupa por los intereses de sus clientes					
21	El restaurant Turístico Mojsa ofrece horarios convenientes para todos los usuarios					
22	El empleado entiende las necesidades específicas del cliente					

EVIDENCIAS DE RECOJO DE DATOS







VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS

VALIDEZ DEL INSTRUMENTO
UNIVERSIDAD ANDINA NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE

TÍTULO DE TESIS: *Calidad de servicio y la Rentabilidad en el Restaurant turístico*
Alfaja Puno periodo 2023

I. REFERENCIAS

- EXPERTO NOMBRES Y APELLIDOS: *ROBERTO PIÑE COQUEHUANCA*
- PROFESIÓN: *Lic. Adm.*
- CARGO ACTUAL: *DIRECTOR EP. A.M.A.*
- GRADO ACADÉMICO: *DOCTOR EN ADMINISTRACIÓN*

II. ASPECTO DE VALIDACIÓN

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE	REGULAR	BUENA	MUY BUENA	EXCELENTE
1. CLARIDAD	Está redactado con lenguaje apropiado	1	2	3	4	5 <input checked="" type="checkbox"/>
2. CREATIVIDAD	Está expresado en capacidades observables	1	2	3	4 <input checked="" type="checkbox"/>	5
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia	1	2	3	4	5 <input checked="" type="checkbox"/>
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica de los ítems con las variables	1	2	3	4	5 <input checked="" type="checkbox"/>
5. SUFICIENCIA	Valora las dimensiones en cantidad y calidad suficientes.	1	2	3	4 <input checked="" type="checkbox"/>	5
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para cumplir los objetivos de la investigación.	1	2	3	4 <input checked="" type="checkbox"/>	5
7. CONSISTENCIA	Está basado en aspectos teóricos y científicos	1	2	3	4	5 <input checked="" type="checkbox"/>
8. COHERENCIA	Entre las dimensiones, indicadores, ítems e índices.	1	2	3	4 <input checked="" type="checkbox"/>	5
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la investigación.	1	2	3	4 <input checked="" type="checkbox"/>	5
10. PERTENENCIA	El instrumento es útil y adecuado para la investigación.	1	2	3	4	5 <input checked="" type="checkbox"/>

Fuente:

III. OBSERVACIÓN Y RECOMENDACIÓN

.....

IV. RESOLUCIÓN

a. Aprobado (C ≥ 75% = 0.75)

b. Desaprobado (C < 75% = 0.75)

Lugar y fecha: *juliaca 25 de octubre del 2023*

Roberto Piñe Coquehuanca
Firma del experto
DNI N° *02145441*
N° celular: *996-993377*



ANEXO I
FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN

AUTORIZACIÓN PARA LA INCORPORACIÓN DE LOS
TRABAJOS DE INVESTIGACIÓN
EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL UANCV

Formato digital

Fecha de entrega: 24-03-2025

I. Datos del autor (es):

Nombres y Apellidos: DENNIS INGRID DIAZ QUISPE

Dirección: AV. CIRCUNVALACIÓN SUR 1722

DNI/Carné de Extranjería/Pasaporte N°: 71431738

Teléfono: 999592802 email: azulitaingrid@gmail.com

Nombres y Apellidos: _____

Dirección: _____

DNI/Carné de Extranjería/Pasaporte N°: _____

Teléfono: _____ email: _____

Facultad y/o Escuela de Posgrado: CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

Escuela Profesional o Mención: ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

Título o Grado Académico a optar: LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

Asesor: Dra. YENNY ROSARIO ACERO APAZA

Esta obra se encuentra dentro de las siguientes denominaciones:

Trabajo de Investigación Tesis Trabajo de Suficiencia Profesional Trabajo Académico

Título: CALIDAD DE SERVICIO Y LA RENTABILIDAD EN EL RESTAURANT TURÍSTICO
MOJSA PUNO PERIODO 2023

Palabras claves, (3 a 5 términos): Calidad de servicio, Rentabilidad, ROA, ROE, Satisfacción del cliente

¿Esta obra se desarrolló en la UANCV ^{1, 2}?

2

¹ Indicar si su producción intelectual ha empleado recursos tales como, instalaciones, laboratorios, insumos, equipos, bases de datos, asesoría técnica por parte del personal de la UANCV, financiamiento, entre otros relacionados.

² Si su producción intelectual se desarrolló en la UANCV totalmente o parcialmente, deberá autorizar el depósito en el Repositorio de manera obligatoria.



2. Referencia de tesis:

Bachiller Titulo 2da Especialidad Maestría Doctorado

3. Licencias:

a) Licencia estándar:

Bajo los siguientes términos, autorizo el depósito de mi tesis en el Repositorio Digital de la UANCV.

Con la autorización de depósito de mi producción Intelectual, otorgo a la Universidad Andina "Néstor Cáceres Velásquez" una licencia no exclusiva para reproducir, distribuir, comunicar al público, transformar (únicamente mediante su traducción a otros idiomas) y poner a disposición del público mi producción intelectual (incluido el resumen), en formato físico o digital, en cualquier medio, conocido o por conocerse, a través de los diversos servicios por la Universidad, creados o por crearse, tales como el Repositorio Digital de tesis UANCV, colección de producción intelectual, entre otros, en el Perú y en el extranjero por el tiempo y veces que considere necesarias, y libres de remuneraciones.

En virtud de dicha licencia, la Universidad Andina "Néstor Cáceres Velásquez" podrá reproducir mi producción intelectual en cualquier tipo de soporte y en más de un ejemplar, sin modificar su contenido, solo con propósitos de seguridad, respaldo y preservación.

Declaro que la producción intelectual es una creación de mi autoría y exclusiva titularidad, coautoría con titularidad compartida, y me encuentro facultado a conceder la presente licencia y, asimismo, garantizo que dicha producción intelectual no infringe derechos de autor de terceras personas.

La Universidad Andina "Néstor Cáceres Velásquez" consignará el nombre del y/o los autor(es) de la producción intelectual, y no le hará ninguna modificación más que la permitida en la licencia.

Autorizo su publicación (marque con una X)

- Sí, autorizo que se deposite inmediatamente.
- Sí, autorizo que se deposite a partir de la fecha (d/m/a): _____
- No autorizo.

b) Licencia CREATIVE COMMONS 4.0 INTERNACIONAL:

Si usted concede una licencia CREATIVE COMMONS sobre su producción intelectual, mantiene la titularidad de los derechos de autor de esta y, a la vez, permite que otras personas puedan reproducirla, comunicarla al público y distribuir ejemplares de esta, bajo las condiciones siguientes:

¿Quiere permitir usos comerciales de su producción intelectual?

Sí: significa que usted permite la reproducción, distribución y comunicación pública de la producción intelectual incluso con fines comerciales.

No: significa que usted permite la reproducción, y comunicación pública de la producción intelectual, pero sin fines comerciales.

- Sí autorizo
- No autorizo



Jurisdicción de su Licencia

Todas las licencias CREATIVE COMMONS son de ámbito mundial, sin embargo, usted puede elegir entre la opción "internacional" o una adaptada a su jurisdicción, como para el caso peruano.

La opción "internacional" emplea el lenguaje y la terminología de los tratados internacionales; en cambio, la adaptada a su jurisdicción, recoge las particularidades de la legislación peruana.

En consecuencia, **la opción "internacional" goza de una mayor eficacia a nivel mundial, gracias a que tiene jurisdicción neutral.** Mientras que la opción adaptada a la jurisdicción del Perú goza de una mayor eficacia ante los tribunales peruanos.

Internacional

Nacional

Línea de investigación: ORGANIZACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS (5311 - UNESCO)

I. Ugal

Firma de Autor



huella digital

24 - 03 - 2025

Fecha