

FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de Administración y Gestión Comercial

“CALIDAD DE SERVICIO Y SU INFLUENCIA EN LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LOS RESTAURANTES DE COMIDA RÁPIDA ENTRE LOS AÑOS 2008 – 2017. UNA REVISIÓN SISTEMÁTICA ENTRE LOS 10 AÑOS ATRÁS, TRUJILLO 2019”

Trabajo de investigación para optar al grado de:

Bachiller en Administración y Gestión Comercial

Autora:

Cynthia Alexandra Vásquez García

Asesor:

Dr. Alberto Zelada Zegarra

Trujillo - Perú

2019



ACTA DE AUTORIZACIÓN PARA PRESENTACIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

El Asesor Dr. Alberto Zelada Zegarra docente de la Universidad Privada del Norte, facultad de Negocios, carrera profesional de Administración y Gestión Comercial ha realizado el seguimiento del proceso de formulación, desarrollo, revisión de fondo y forma (cumplimiento del estilo APA y ortografía) y verificación en programa de anti plagio del Trabajo de Investigación del o los estudiantes(s)/egresado (s):

Cynthia Alexandra Vásquez García...
(Nombre completo de estudiante o egresado)

Por cuanto, **CONSIDERA** que el Trabajo de Investigación titulado Calidad del servicio y su influencia en la satisfacción del cliente en restaurantes de comida rápida entre los años 2008 – 2017. Una Revisión Sistemática de la Literatura entre los 10 años atrás, Trujillo 2019.
, **AUTORIZA** su presentación.

Trujillo de 04 Abril. del 2019

Dr. Alberto Zelada Zegarra

Asesor



ACTA DE EVALUACIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

El Director/Coordinador LUIGI VATSLAV CABOS VILLA, de la carrera de Administración y Gestión Comercial de la Universidad Privada del Norte, ha procedido a realizar la evaluación del Trabajo de Investigación del (o los) estudiante (s)/egresado (s):

- Checked box with name Cynthia Alexandra Vásquez García
(Nombre completo de estudiante o egresado)
Empty box
(Nombre completo de estudiante o egresado)

Para aspirar al grado de bachiller con el Trabajo de Investigación titulado Calidad del Servicio y su influencia en la Satisfacción del Cliente en restaurantes de Comida rápida entre los años 2008-2017. Una revisión sistemática de la literatura entre los 10 años atrás, Trujillo 2019. Luego de la revisión, en forma y contenido, del Trabajo de Investigación expresa el siguiente resultado:

- Checked box Aprobado
Calificativo:
() Excelente: De 20 a 18.
Checked box Sobresaliente: De 17 a 15.
() Bueno: De 14 a 13.

Desaprobado

Trujillo, 01 de Abril del 2019
Ing. Luigi Cabos Villa
COORDINADOR ACADÉMICO DE INGENIEROS EN
UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE
Ing. Luigi Vatslav Cabos Villa
Coordinador de Carrera



DEDICATORIA

A mis padres.



AGRADECIMIENTO

Agradeciendo primeramente a Dios y a mis padres que me motivaron a concluir una etapa muy importante de mi vida y darles las gracias por apoyarnos en todos los momentos difíciles y desafiantes en el desarrollo de esta investigación y a lo largo de mi carrera profesional. A mis familiares y amigos que estuvieron siempre conmigo, fortaleciendo el esfuerzo para alcanzar este objetivo y para todos aquellos que lucharon por llegar a cumplir el gran sueño de ser profesionales.



Tabla de contenido

ACTA DE AUTORIZACIÓN PARA PRESENTACIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	2
ACTA DE EVALUACIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	3
DEDICATORIA	4
AGRADECIMIENTO	5
RESUMEN	7
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN	8
CAPÍTULO II. METODOLOGÍA.....	14
CAPÍTULO III. RESULTADOS	15
CAPÍTULO IV. CONCLUSIONES.....	20
REFERENCIAS.....	21
ANEXOS.....	27

RESUMEN

Actualmente las empresas priorizan la calidad del servicio que ofrecen, teniendo como principal objetivo clientes satisfechos, siendo este uno de los principales indicadores de la calidad del servicio. Para la realización de la investigación se planteó objetivos específicos, los cuales ayudaron a analizar cada elemento del método planteado: La metodología de este estudio es del tipo descriptivo, muestra no probabilística, con un diseño experimental y corte transversal. La cantidad de documentos científicos utilizados después de haber pasado por todos los filtros, son de 20 para el uso de la introducción y los resultados.

Se concluye, que los clientes se sienten conformes con el servicio brindando por los colaboradores y la calidad de sus productos, aquellos que experimentan la combinación de los ingredientes más tradicionales de sus platos llegando así a satisfacer sus necesidades, procurando así que el servicio sea el mejor.

La investigación realizada es del tipo revisión sistemática de literatura relacionada con la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente; En él se consideraron artículos y documentos encontrados en: Alicia Concytec, Redalyc y el Google académico.

PALABRAS CLAVES: Servicio, Calidad, Calidad del servicio, Percepción, Satisfacción

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

Hoy en día las empresas en el mundo dedicadas al rubro de restaurantes de comida rápida denominados (Fast Food), buscan mejorar la calidad y la satisfacción del cliente para estar siempre liderando en el mercado, la organización debe satisfacer las necesidades de los clientes. Es lo que actualmente lleva al éxito a una empresa y se llama “Calidad de servicio”; lo que genera en la empresa clientes satisfechos, es por eso que se debe de saber las necesidades y atributos en los que se fijan para determinar el nivel de calidad que se tiene en el servicio. En la actualidad se cuenta con estándares de calidad ISOS válidos para todo tipo de clientes, en cuanto a la percepción no será igual para todos los clientes o consumidores.

Sandoval, (2013). En México, exactamente en Huajuapán, la calidad de servicio que se presenta actualmente en las micro y pequeñas empresas de giro comercial es un aspecto importante que el empresario debe contemplar al iniciar o dirigir una empresa, especialmente la calidad en el servicio debido a que son los clientes los que generan el movimiento económico de la empresa y son la razón de ser de la misma.

González (2015), determina que se tendría que evaluar y mejorar la calidad percibida con un enfoque de gestión por procesos y mejora continua, ya que no se realizaba un seguimiento de atención hacia el cliente en varias entidades bancarias de Cuba. La calidad percibida por los clientes de una sucursal bancaria en la provincia de Cienfuegos, fue el

principal motivo por el cual se realizó la investigación y se logró identificar las principales brechas de insatisfacción en la calidad del servicio a partir de las percepciones de los clientes.

<http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/uss/2289/1/Tesis%20de%20Oortegui%20Quispe%20Victor.pdf> /Recuperado el 24 de Setiembre de 2017.

Ibarra et al. (2014), la evaluación a la calidad de los servicios es una labor indispensable para conocer las expectativas de los clientes, en esta medida se podrán ofrecer servicios para el beneficio de los propios clientes. Según (Valdunciel Bustos, Flores Romero, & Miguel Dávila, 2007) es importante identificar los factores que determinan la calidad de servicio que perciben los clientes de entidades bancarias y cómo influye ésta en la satisfacción del cliente, llegando inclusive a recomendar que las entidades deben tener un buen conocimiento de las necesidades del cliente, que va más allá del diseño de bienes y servicios bancarios.

<http://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/10969/Liza%20Soriano%20de%20Silva%20Claudia%20Milsa%20%20Siancas%20Ascoy%20Cecilia%20de%20Lourdes.pdf?sequence=1> Recuperado el 24 de Setiembre de 2017.

Suárez (2015), explica que su investigación se orienta a medir el nivel de calidad de servicio en el Centro de Idiomas de la Universidad del Callao durante el periodo 2011 -2012, mediante el modelo SERVQUAL. La educación de calidad para todos es la clave para el desarrollo. Por medio de la investigación realizada se determinó que los usuarios se

mostraban en desacuerdo con el enunciado de, que el personal muestra predisposición a brindar asesoría en los trámites para los alumnos.

<http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/uss/2289/1/Tesis%20de%20Oortegui%20Quispe%20Victor.pdf> Recuperado el 24 de Setiembre de 2017.

Según Urbina (2014) la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la Empresa Corporación Norte SAC., Perú con el objetivo de determinar la influencia de la calidad de servicio en la satisfacción de los clientes de la Empresa Corporación Norte SAC – ciudad Trujillo 2014. Se aplicó una encuesta a una muestra de 227 personas Concluye lo siguiente. “Con respecto a la satisfacción de los clientes de la empresa, los resultados obtenidos indican que el nivel total de satisfacción ponderada es de 75.5% ubicándose en un nivel medio de satisfacción” (p. 77).
http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/422/caballero_na.pdf?sequence=1&isAllowed=y Recuperado el 24 de Setiembre de 2017.

Ramírez (2016), Venezuela. En su tesis titulada la “Calidad del servicio en los restaurantes de comida rápida en Puerto Ordaz, Venezuela. Caso Makumba Pizza – Café”. La investigación realizada permitió llegar a las conclusiones que se indican a continuación: La calidad del servicio es un componente fundamental para el sector servicios y por tanto para los restaurantes de comida rápida. La calidad del servicio es definida como la brecha entre las expectativas de los clientes respecto al servicio a recibir y sus percepciones del servicio recibido. El modelo SERVQUAL resulta adecuado para evaluar la calidad del servicio en los restaurantes de comida rápida. En cuanto a las expectativas de los clientes

respecto a la calidad del servicio en los restaurantes de comida rápida: Las expectativas tanto a nivel general como a nivel de dimensiones e indicadores fueron positivas o muy positivas.

http://fondoeditorial.uneg.edu.ve/strategos/numeros/s10/s10_art05.pdf / Recuperado el 24 de Setiembre de 2017

Mendoza (2016), Guatemala. En su tesis titulada “El servicio al cliente en los restaurantes ubicados en la cabecera municipal de Jutiapa”; la investigación realizada permitió llegar a las conclusiones que se indican a continuación: Los tipos de clientes identificados, que más frecuentan los restaurantes ubicados en la cabecera municipal de Jutiapa, son del tipo: afirmativo (firme y seguro, sabe lo que quiere) y racional (objetivo y económico). Se determinó que los gustos de los clientes son: higiene, comodidad y seguridad en el establecimiento. Mientras que las preferencias son: buena atención, precios cómodos y accesibles, trato amable, que les sirvan con rapidez, y disponibilidad de todos los productos que ofrecen. Se determinó que la estrategia de servicio al cliente que aplican los propietarios de los restaurantes es: escuchar al cliente atenta y cordialmente.

<http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesiseortiz/2015/01/01/Mendoza-Fatima.pdf>
Recuperado el 24 de Setiembre de 2017

Coronel A. (2016), Lima. La tesis titulada “Calidad de servicio y Grado de satisfacción del cliente en el Restaurant Pizza Hut en el Centro Comercial Mega Plaza; Lima 2016”; concluye: Que el objetivo es determinar la calidad del servicio y el grado de satisfacción del cliente; se tiene un total de 356 comensales encuestados 255 estuvieron de acuerdo con el nivel de calidad del servicio en el restaurante; sin embargo, 101 de ellos manifestaron su desacuerdo con este proceso. Es importante destacar que en promedio 157,

manifestaron que los productos que vende dicho restaurante son de buena calidad sin embargo, 199 de ellos afirman su desacuerdo con respecto a los productos ofrecidos por este restaurante. En el Restaurant Pizza Hut- Lima; de un total de 356 encuestados, se concluye que 181 comensales se encuentran satisfechos con el servicio ofrecido por el restaurante; sin embargo, 175 de ellos manifiestan claramente su insatisfacción. Finalmente para la demostración estadística se concluye que si existe relación significativa entre calidad de servicio y grado de satisfacción del cliente en el restaurant Pizza Hut en el centro comercial Mega Plaza Lima.

<http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/uss/2707/1/CAROLINA-SOLEDAD-CORONEL-ARCE%20TESIS.pdf> / Recuperado el 24 de Setiembre de 2017

Cruz A. (Puno). La tesis para optar el título profesional de Licenciado en Administración, sustentó “La calidad del servicio y su incidencia en la satisfacción del cliente del restaurante la huerta- puno, periodo 2015”. A través del desarrollo de esta investigación, se reveló que el restaurante “La huerta”, ofrece un servicio regular con respecto a calidad de servicio, atendiendo moderadamente las necesidades de sus clientes, debido a que se identificó la existencia de aspectos que inciden de manera desfavorablemente en el nivel de satisfacción de los clientes, como se dio de manera gradual en la dimensión de Capacidad de respuesta (2,93) y seguridad (2,79), relacionado a la prestación del servicio de forma rápida, eficiente y sobre todo con la habilidad de poder transmitir confianza hacia nuestros clientes. De acuerdo a los resultados obtenidos, nivel de percepciones (3,022) y nivel de expectativas (4,022); se pudo determinar que existe una serie de importantes implicaciones en su mayoría para los empleados debido a que las percepciones de la calidad

se encuentran por debajo de las expectativas de los clientes, evaluados según la escala de Likert 3 los clientes no quedarían ni insatisfechos ni satisfechos; por lo que considero indispensable poder implementar esos aspectos que se identificaron en cada dimensión SERVQUAL, para mejorar más aun la calidad de servicio que ofrece el Restaurante “La Huerta”. http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/2962/Cruz_Atamari_Rocio.pdf?sequence=1&isAllowed=y / Recuperado el 24 de Setiembre de 2017.

Peltroche A. (2016) Trujillo. La tesis para optar el título de Licenciado en administración, sustentó “Calidad de servicio y satisfacción del cliente de la empresa R&S Distribuidores SAC en la ciudad de Trujillo año 2016”. A partir de los resultados obtenidos en la investigación se llegó a las siguientes conclusiones: Existe una relación significativa entre la calidad de servicio y satisfacción del cliente, mediante p valor igual a 0,000 ($p < 0.05$), lo cual se asevera en otros trabajos de investigación de diferentes sectores y países. Asimismo se determinó que la percepción que tienen los clientes respecto a la calidad servicio, es regular aceptable en un 44,1%, por otra parte respecto a las dimensiones de calidad de servicio se determinó que los elementos tangibles, confiabilidad, y seguridad obtuvo una percepción con tendencia baja respecto al promedio, en 26,2%, 27,6% y 29,4%, esto de igual manera se determinó en la investigación de otros ámbitos como el sector hospitalario, bancario entre otros; en cuanto a las dimensiones capacidad de respuesta y empatía se obtuvo una percepción con tendencia alta respecto al promedio, en un 24,4% y 26,9%, lo cual se relaciona con otras investigaciones donde indican la importancia de estas dimensiones, debido a la sofisticación de cliente en satisfacer cada vez nuevas necesidades.

http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/448/peltroche_ae.pdf?sequence

=1Recuperado el 24 de Setiembre de 2017.

CAPÍTULO II. METODOLOGÍA

La investigación realizada es del tipo revisión sistemática de literatura relacionada con la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente; ésta pretende evaluar la influencia existente entre la calidad del servicio en restaurantes de comida rápida, analizando documentos los cuales dieron una visión más clara del desarrollo en que se encuentra el rubro, además de indicadores que muestran la influencia de ambas variables: calidad del servicio y satisfacción del cliente, estudiadas en el presente trabajo de investigación sistemática.

El tiempo que se destinó a desarrollar la búsqueda de información fue desde noviembre del 2017 hasta febrero del 2018.

El presente estudio busca relacionar las variables de calidad de servicio y satisfacción al cliente mostrando el valor de dichas variables, la cual se verán evidenciadas en las diferentes investigaciones citadas referentes al tema de interés.

La pregunta que se desea responder en el desarrollo de la metodología es la siguiente:

¿De qué manera la calidad del servicio influye en la satisfacción de los clientes en restaurantes de comida rápida entre los años 2008 - 2017?

La búsqueda de información pasó por tres pasos:

Se inició con el uso de google académico y Alicia Concytec en bibliotecas virtuales como redalyc.

La segunda fase se desarrolló de distintas universidades, como: Universidad de Jaén – España, Colombia, México, y Chile. Y la tercera fase se indagó en google con la finalidad de encontrar información complementaria.

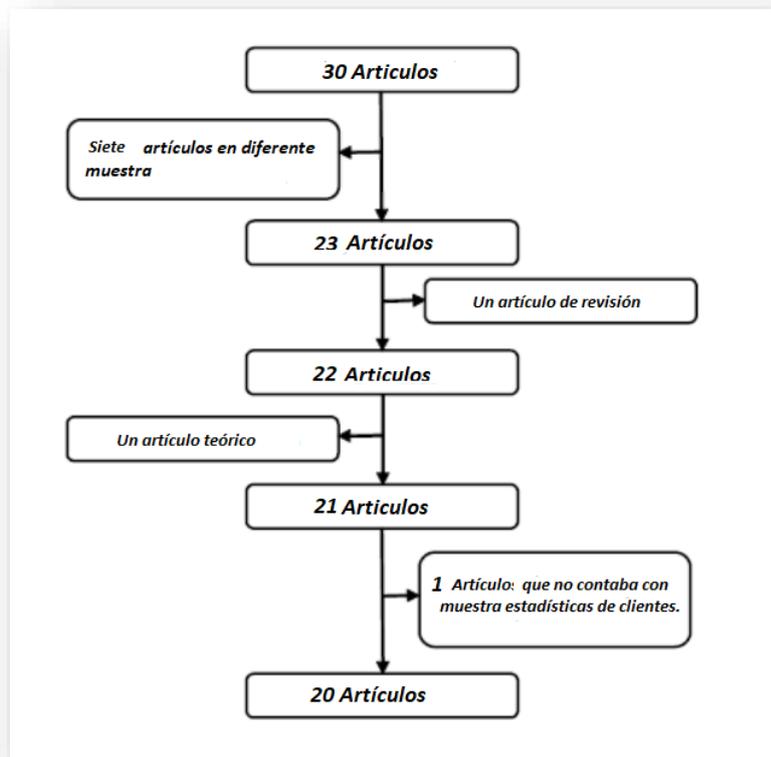
CAPÍTULO III. RESULTADOS

En el presente documento se tomó en cuenta artículos relacionados con la calidad de servicio y la influencia en la satisfacción del cliente como un claro indicador si se desea lograr el posicionamiento de marca, para lo cual se consideró 20 artículos estando de acuerdo en que la calidad de servicio es un pilar clave para el éxito de cualquier organización.

Autores y año de publicación	Área de la revista (indexación)	Diseño			Muestra		Instrumento		Puntos de corte (Sustento bibliográfico)	Variables asociadas		
		Diseño de investigación	Reporte del diseño	Sustento del diseño	Muestreo (sustento bibliográfico)	n	Lugar de procedencia	Instrumento (adaptación)		Confiabilidad	Socio-demográficas	Psicografico
ARTEMISA GUZMAN LOPEZ Y MARIA DE LURDER CARCAMO SOLIS (2014)	GESTION COMERCIAL (REDALYC)	LA EVALUACIÓN DE LA CALIDAD DE SERVICIO	CUANTITATIVO MULTIDIMENSIONAL	SI	EXPERIMENTAL	35	GUANAJUATO - MEXICO	ESTADISTICO	SI	PROPIO (NO)	COLONIA	-
JUAN CARLOS VERGARA SCHMALBACH (2012)	MARKETING (REDALYC)	FACTORES CLAVES PARA LA VALORACIÓN DE LA CALIDAD DE SERVICIO AL CLIENTE	TRANSVERSAL	SI	EXPERIMENTAL	149	MEDELLIN COLOMBIA	ESTADISTICO	SI	EXTERNO(SI)	REGION	-
CESAR ENRIQUE MORA CONTRERAS (2011)	MARKETING (REDALYC)	LA CALIDAD DE SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DEL CONSUMIDOR	TRANSVERSAL	SI	EXPERIMENTAL	149	SAO PAULO BRASIL	ENTREVISTA	SI	PROPIO (NO)	ESTADO	-
BEATRIZ MOLINER VELÁZQUEZ; GLORIA BERENGUER CONTRÍ (2011)	ADMINISTRATIVO (REDALYC)	EL EFECTO DE LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LA LEALTAD	CORRELACIONAL	NO	EXPERIMENTAL	23	BOGOTA COLOMBIA	ESTADISTICO	SI	EXTERNO(SI)	REGION	-
ANTONIO MARÍN GARCÍA; IRENE GIL-SAURA (2017)	GESTIÓN COMERCIAL (REDALYC)	INNOVAR EN EL COMERCIO MINORISTA	TRANSVERSAL	SI	EXPERIMENTAL	17	VIZCAYA ESPAÑA	ESTADISTICO	SI	PROPIO(NO)	COMUNIDADES	-
VERÓNICA VIÑAS (2005)	GESTIÓN COMERCIAL (REDALYC)	SATISFACCIÓN DEL CLIENTE, CALIDAD Y EVALUACIÓN	LONGITUDINAL	SI	EXPERIMENTAL	32	CARACAS VENEZUELA	ENTREVISTA, ESTADISTICO	SI	EXTERNO (SI)	REGION	-
MARÍA MERCEDES BOTERO; PAOLA PEÑA (2006)	GESTION COMERCIAL (REDALYC)	CALIDAD EN EL SERVICIO: EL CLIENTE INCÓGNITO	TRANSVERSAL	NO	EXPERIMENTAL	13	BOGOTA COLOMBIA	ENTREVISTA	SI	EXTERNO(SI)	REGION	-

RUBIO GUERRERO, GERMÁN (2014)	ADMINISTRACIÓN (REDALYC)	LA CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE EN LOS GRANDES SUPERMERCADOS DE IBAGUÉ	TRANSVERSAL	SI	NO EXPERIMENTAL	54	CALI, COLOMBIA	ESTADISTICO	SI	PROPIO (NO)	REGION	NO
PÉREZ-CAMPDESUÑER, REYNER, MARTÍNEZ-VIVAR, RODOBALDO, NODA-HERNÁNDEZ, MARCIA, DE MIGUEL-GUZMÁN, MARGARITA(2015)	CIENCIAS (REDALYC)	LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE, INFLUENCIA EN LA LEALTAD	TRANSVERSAL	SI	EXPERIMENTAL	1 - 17	HOLGUIN, CUBA	ESTADISTICO	SI	PROPIO(SI)	REGION	SI
VERA M., JORGE, TRUJILLO L., ANDREA(2009)	MARKETING (REDALYC)	EL PAPEL DE LA CALIDAD DEL SERVICIO DEL RESTAURANTE COMO ANTECEDENTE DE LA LEALTAD DEL CLIENTE	TRANSVERSAL	SI	EXPERIMENTAL	149	TALCA, CHILE	ESTADISTICO	SI	PROPIO (NO)	ESTADO	SI
VERGARA SCHMALBACH, JUAN CARLOS, QUESADA IBARGUÉN, VÍCTOR MANUEL(2011)	CIENCIAS ECONOMICAS (REDALYC)	ANÁLISIS DE LA CALIDAD EN EL SERVICIO Y SATISFACCIÓN DE LOS ESTUDIANTES DE CIENCIAS ECONÓMICAS	CORRELACIONAL	NO	EXPERIMENTAL	23	BOGOTA COLOMBIA	ESTADISTICO	SI	EXTERNO(SI)	REGION	NO
GARCÍA FERNÁNDEZ, JERÓNIMO, CEPEDA CARRIÓN, GABRIEL, RUIZ, DAVID MARTÍN(2012)	PSICOLOGIA DEL DEPORTE (REDALYC)	LA SATISFACCIÓN DE CLIENTES Y SU RELACIÓN CON LA PERCEPCIÓN DE CALIDAD EN CENTRO DE FITNESS	TRANSVERSAL	SI	EXPERIMENTAL	17	MADRID, ESPAÑA	ESTADISTICO	SI	PROPIO(SI)	COMUNIDADES	SI
DOS SANTOS, MANUEL ALONSO(2016)	ADMINISTRACIÓN (REDALYC)	CALIDAD Y SATISFACCIÓN: EL CASO DE LA UNIVERSIDAD DE JAÉN	CORRELACIONAL	SI	EXPERIMENTAL	23	JAÉN, ESPAÑA	ENTREVISTA	SI	EXTERNO (SI)	COMUNIDADES	SI
CORREIA PAULINO, GIUSEPPE; ARAÚJO LUCENA, DANIEL WAGNER; FERNANDES MADRUGA, LYVIA CAMILA; LEÃO DE MENEZES, PAULA DUTRA; PINHEIRO RAFAEL DE SOUSA, PATRÍCIA	ESTUDIOS Y PERSPECTIVAS EN TURISMO (REDALYC)	GESTIÓN DE CALIDAD DEL SERVICIO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS	TRANSVERSAL	SI	NO EXPERIMENTAL	763-777	BUENOS AIRES, ARGENTINA	ESTADÍSTICO	SI	PROPIO(SI)	REGIÓN	SI
CADENA-BADILLA, JESÚS MARTÍN; VEGA-ROBLES, ARTURO; REAL PÉREZ, ISIDRO; VÁSQUEZ QUIROGA, JOAQUÍN (2016)	INGENIERIA INDUSTRIAL (REDALYC)	ATRIBUTOS RELEVANTES DE CALIDAD EN EL SERVICIO Y SU INFLUENCIA HACIA LA LEALTAD DE MARCA EN LA INDUSTRIA ASEGURADORA DE AUTOMÓVILES EN MÉXICO	TRANSVERSAL	NO	EXPERIMENTAL	41 - 60	CARABOBO, VENEZUELA	ESTADÍSTICO	SI	PROPIO (SI)	REGIÓN	SI
LÓPEZ-GARCÍA, ZORAMIS; MICHELENA-FERNÁNDEZ, ESTER (2014)	INGENIERIA INDUSTRIAL (REDALYC)	GESTIÓN DE CALIDAD DEL SERVICIO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS.	TRANSVERSAL	NO	NO EXPERIMENTAL	34-44	LA HABANA, CUBA	ESTADÍSTICO	SI	EXTERNO(SI)	REGIÓN	SI

TRUJILLO LEÓN, ANDREA; VERA MARTÍNEZ, JORGE (2009)	MARKETING (REDALYC)	COMPRENSIÓN DE LA CALIDAD EN EL SERVICIO COMO LA INTEGRACIÓN DE DOS DIMENSIONES: TANGIBLE E INTANGIBLE.	TRANSVERSAL	SI	EXPERIMENTAL	59 - 67	BUCARAMANGA, COLOMBIA	ESTADISTICO	SI	PROPIO (NO)	REGION	SI
MILLÁN VÁSQUEZ DE LA TORRE, GENOVEVA; MORALES-FERNÁNDEZ, EMILIO J.; PÉREZ NARANJO, LEONOR MARÍA (2012)	TOURISM & MANAGEMENT STUDIES (REDALYC)	ANÁLISIS DEL TURISMO GASTRONÓMICO EN LA PROVINCIA DE CÓRDOBA	TRANSVERSAL	SI	EXPERIMENTAL	78 - 87	FARO - PORTUGAL	ESTADISTICO	SI	PROPIO(NO)	REGION	SI
TORRES SAMUEL, MARITZA; VÁSQUEZ STANESCU, CARMEN LUISA(2015)	ADMINISTRACIÓN (REDALYC)	MODELOS DE EVALUACIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO: CARACTERIZACIÓN Y ANÁLISIS COMPENDIUM	TRANSVERSAL	SI	EXPERIMENTAL	57 - 76	BARQUISIMETO, VENEZUELA	ESTADISTICO	SI	PROPIO (SI)	REGIÓN	NO
MORILLO M., MARYSELA C. (2011)	CONTABILIDAD (REDALYC)	INDICADORES DE GESTIÓN DE LA CALIDAD PARA LOS SERVICIOS DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO DEL ESTADO MÉRIDA	TRANSVERSAL	NO	EXPERIMENTAL	86 - 119	MÉRIDA, VENEZUELA	ESTADISTICO	SI	PROPIO (SI)	REGION	NO





Se identificaron 30 artículos, Diez de los cuales fueron descartados antes del análisis principal. 7 de los estudios eliminados no tenían como muestra exclusiva el rubro de calidad de servicio en restaurantes. Dos investigaciones no incluyeron la variable calidad de servicio como objetivo principal de estudio; otro estudio correspondía a un ensayo teórico, los últimos artículos consistían en una revisión sistemática que no contaba con muestra estadísticas de clientes. En ese sentido, la unidad de análisis quedó conformada por 20 artículos de gestión.

CAPÍTULO IV. CONCLUSIONES

La calidad de servicio tiene una relación directa y de carácter positivo en los clientes. La investigación concluyó que dicha relación debe ser más profunda dado que son muchos los factores que deben ser tomados en cuenta entre ambos factores. Por ello, se analizaron algunos artículos en torno al concepto de calidad con todas las implicaciones que eso conlleva en los niveles de satisfacción.

La complejidad siempre dejará un espacio abierto para que sean analizados nuevos aspectos que pudieran tomarse en cuenta para seguir explicando la relación existente entre los conceptos de calidad y satisfacción de necesidades y sus repercusiones en la gestión de las organizaciones y en el comportamiento de compra del usuario/consumidor.

Finalmente se encontró relación significativa entre calidad de servicio y grado de satisfacción del cliente en los Restaurantes de comida rápida (Fast Food).

REFERENCIAS

Dos Santos, Manuel Alonso, Calidad y satisfacción: el caso de la Universidad de Jaén. Revista de la educación Superior [en línea] 2016, XLV (2) (Abril-Junio): [Fecha de consulta: 24 de enero de 2018] Disponible en:<<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=60446825006>> ISSN 0185-2760

García Fernández, Jerónimo, Cepeda Carrión, Gabriel, Ruíz, David Martín, La satisfacción de clientes y su relación con la percepción de calidad en Centro de Fitness: utilización de la escala CALIDFIT. Revista de Psicología del Deporte [en línea] 2012, 21 (Sin mes): [Fecha de consulta: 24 de enero de 2018] Disponible en:<<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=235126897011>> ISSN 1132-239X

James R. Evans y William M.Lindsay, 2014 indica que “varios estudios de investigación han mostrado que las compañías enfocadas en la calidad obtuvieron mayor participación y no solo la calidad de productos o servicios sino la de los colaboradores o equipo que mejores relaciones de los empleados, más calidad del producto y servicio, mayor productividad y satisfacción del cliente”.

James R. Evans y William M.Lindsay, 2014 menciona “el control de calidad busca garantizar que los procesos se desempeñen en forma estable y predecible al identificar el momento en que se necesitan realizar alguna acción correctiva”.

Mantilla. G, (2014). Ecuador. Impacto de la capacitación en el servicio al cliente en restaurantes de comida rápida en el norte de Quito.

Meléndez. C, (2014). Tarapoto. Calidad de Servicio al Cliente y su incidencia en la Rentabilidad de las empresas del rubro Restaurantes – Pollerías.

Merino, M. (2011). En su trabajo de investigación denominado Diseño del Plan para la Implementación de la Estrategia de Posicionamiento de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. 135

L Noreña, Moreno, Rojas, Malpica (2012). Características de los criterios éticos.

Lascurain, I (2012). México. Diagnóstico y dio propuestas de mejora de calidad en el servicio de una empresa de unidades de energía eléctrica.

Lovelock y Wirtz (2009). Al referirse a la calidad de servicio explican que el personal de una empresa necesita conocimientos comunes para ser capaz de abordar aspectos como la medición de la calidad de servicio.

Pacheco, M. (2013). Propuesta de mejora en la calidad y servicio al cliente de la empresa Imdige SAC. Pimentel, Perú. Universidad Señor de Sipán.

Pizzo (2013). Es el hábito desarrollado y practicado por una organización para interpretar las necesidades y expectativas de sus clientes.

Poveda, (2012). Manifiesta que en Costa Rica, muchas empresas han empezado a prepararse para lograr un servicio de calidad a los clientes y para poder subsistir en un mundo tan competitivo.

Rioja, (2014). Menciona en la revista británica “Restaurant” a los 50 mejores restaurantes del mundo los cuales muchos serán escépticos ante la posibilidad de determinar el mejor entre millones de restaurantes a nivel mundial.

Rojas, Malpica (2012). Características de los criterios éticos.

Rodríguez. M (2012). Lima. Desarrollo su tesis titulada. Factores que influyen en la percepción de la calidad de los usuarios extremos de la clínica de la facultad de odontología de la Universidad Mayor de san Marcos 136.

Ruiz, (2011). Investigó que actualmente, la satisfacción del cliente es una variable crítica para las organizaciones que ofrecen sus productos y servicios en un medio cada vez más competitivo



Sandoval, P. (2013). La calidad en el servicio al cliente una ventaja competitiva para las empresas. Disponible en http://jupiter.utm.mx/~tesis_dig/7677.pdf

Sánchez Cañizares, Sandra María, López Guzmán Guzmán, Tomás Jesús, Millán Vázquez de la Torre, Genoveva, La satisfacción laboral en los establecimientos hoteleros. Análisis empírico en la provincia de Córdoba. Cuadernos de Turismo [en línea] 2007, (julio-diciembre) : [Fecha de consulta: 24 de enero de 2018] Disponible en: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39802010>> ISSN 1139-7861

Salazar, V; lucia, R. (2012). Brasil, el papel de las personas en entornos restaurantes gastronómicos y satisfacción del cliente.

Segura, A (2011). Chiclayo. Relación Entre Satisfacción Y Desempeño Laboral En Los Trabajadores De La Empresa Hilados Richard De La Ciudad De Chiclayo.

Torres, M. (2014). Chiclayo. Plan de mejora de la Calidad en la Atención al Usuario en el Área de Admisión del Hospital Regional de Lambayeque.

Tafur & Espínola, (2013). Trujillo. Realizó una investigación sobre nivel de satisfacción en los servicios del restaurante, bar, snack cabaña y cafetería del golf y country club de Trujillo.

Uceda, I. (2013). Chiclayo. Influencia entre el nivel de satisfacción laboral y el nivel de satisfacción del cliente externo en las pollerías del distrito de la victoria en la ciudad de Chiclayo.

Velázquez, B; Contri, G. (2013). México. Este trabajo analiza el papel de la satisfacción en la formación de la lealtad del cliente. 137

Vela, R; Zavaleta, L. (2014). Trujillo. Influencia de la calidad del servicio al cliente en el nivel de ventas de tiendas de cadenas claro tottus – mall.

Vera M., Jorge, Trujillo L., Andrea, El Papel de la Calidad del Servicio del Restaurante como Antecedente de la Lealtad del Cliente. Panorama Socioeconómico [en línea] 2009, 27 (Julio-Sin mes): [Fecha de consulta: 24 de enero de 2018] Disponible en:<<http://148.215.2.11/articulo.oa?id=39912023003>> ISSN 0716-1921



Vera, Jorge, Trujillo, Andrea, Escala mexicana de calidad en el servicio en restaurantes (EMCASER). INNOVAR. Revista de Ciencias Administrativas y Sociales [en línea] 2017, 27 (Enero-Marzo): [Fecha de consulta: 24 de enero de 2018] Disponible en: <<http://148.215.2.11/articulo.oa?id=81849067004>> ISSN 0121-5051

Vergara Schmalbach, Juan Carlos, Quesada Ibargüen, Víctor Manuel, Análisis de la calidad en el servicio y satisfacción de los estudiantes de Ciencias Económicas de la Universidad de Cartagena mediante un modelo de ecuaciones estructurales. REDIE. Revista Electrónica de Investigación Educativa [en línea] 2011, 13 (Sin mes): [Fecha de consulta: 24 de enero de 2018] Disponible en: [httpISSN](http://ISSN)

Vera Martínez, Jorge, Espinosa Mascarúa, Marco Tulio, Atributos relevantes de calidad en el servicio y su influencia hacia la lealtad de marca en la industria aseguradora de automóviles en México. Contaduría y Administración [en línea] 2014, 59 (Julio-Septiembre): [Fecha de consulta: 24 de enero de 2018] Disponible en: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39531264011>> ISSN 0186-1042

ANEXOS

Opinión sobre los aspectos siguientes:	Estado en que se encuentran		
	B	R	M
Condición del local			
Variedades de ofertas			
Calidad de los productos			
Trato al cliente por los empleados			
Eficiencia en el servicio			

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN CLIENTES
Fecha: _____ **Hora:** _____

Ayudanos a mejorar, solo te llevará 1 minuto marcar con una X las casillas en blanco, además por ayudarnos queremos darte una recompensa muy especial :-)

Es la primera vez que nos visitas:

sí no

SATIFECHO  NORMAL  INSATIFECHO 

1	Que te ha parecido la atención	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	Que te ha parecido el precio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	Que te ha parecido el ambiente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	Que te ha parecido la variedad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5	Que te ha parecido la rapidez	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	volverás	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>