



# FACULTAD DE NEGOCIOS

---

## CARRERA DE ADMINISTRACIÓN

“PERCEPCIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL SOCIO CON EL SERVICIO DE BAR Y RESTAURANT DEL CLUB CENTRAL DE TRUJILLO - 2017”

Tesis para optar el título profesional de:

**Licenciado en Administración**

**Autor:**

Bach. Jorge Javier Vásquez Vásquez

**Asesor:**

Mg. Jean Carlos Zapata Rojas

Trujillo – Perú

2018

## APROBACIÓN DE LA TESIS

El (La) asesor(a) y los miembros del jurado evaluador asignados, APRUEBAN la tesis desarrollada por el Bachiller Jorge Javier Vásquez Vásquez, denominada:

**“PERCEPCIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL  
SOCIO CON EL SERVICIO DE BAR Y RESTAURANT DEL CLUB CENTRAL  
DE TRUJILLO - 2017”**

---

Mg. Jean Carlos Zapata Rojas

ASESOR

---

Dr. Carlos Pastor Casas

JURADO

PRESIDENTE

---

Mg. Manuel Velásquez Bermeo

JURADO

---

Ing. Luigi Cabos Villa

JURADO

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

APROBACIÓN DE LA TESIS .....	2
DEDICATORIA .....	3
ÍNDICE DE TABLAS.....	7
ÍNDICE DE FIGURAS.....	9
RESUMEN.....	11
ABSTRACT .....	12
CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN.....	13
I .1. Realidad problemática .....	13
I .2. Formulación del problema .....	17
I .3. Justificación .....	17
I .4. Limitaciones.....	19
I .5. Objetivos .....	19
I .5.2. Objetivos específicos.....	19
CAPITULO 2. MARCO TEÓRICO .....	20
<b>a) Antecedentes</b> .....	20
<b>b) Bases teóricas</b> .....	28
c) Hipótesis.....	52
CAPITULO 3. METODOLOGIA .....	53
<b>3.1. Operacionalización de variables</b> .....	53
<b>3.2. Diseño de investigación</b> .....	54
<b>3.3. Unidad de estudio</b> .....	57
<b>3.4. Población</b> .....	57
<b>3.5. Muestra (muestreo o selección)</b> .....	57
<b>1.2. Técnicas, instrumentos y procedimientos de recolección de datos</b> .....	58
<b>1.3. Métodos, instrumentos y procedimientos de análisis de datos</b> .....	58

CAPITULO 4: RESULTADOS.....	59
CAPÍTULO 5. DISCUSIÓN .....	95
CONCLUSIONES .....	99
RECOMENDACIONES.....	99
REFERENCIAS .....	102
ANEXOS.....	107

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N°1	Dimensión Tangibilidad de la variable calidad del servicio en el bar y restaurant del Club Central de Trujillo	Pg. 57
Tabla N°2	Dimensión Fiabilidad de la variable calidad del servicio en el bar y restaurant del Club Central de Trujillo	Pg. 59
Tabla N°3	Dimensión Capacidad de Respuesta de la variable calidad del servicio en el bar y restaurant del Club Central de Trujillo	Pg. 61
Tabla N°4	Dimensión Seguridad de la variable calidad del servicio en el bar y restaurant del Club Central de Trujillo	Pg. 63
Tabla N°5	Dimensión Empatía de la variable calidad del servicio en el bar y restaurant del Club Central de Trujillo	Pg. 65
Tabla N°6	Variable calidad del servicio en el bar y restaurant del Club Central de Trujillo	Pg. 67
Tabla N°7	Dimensión Atención de la variable satisfacción del socio con el servicio de bar y restaurant del Club Central de Trujillo	Pg. 69
Tabla N°8	Dimensión Servicio brindado de la variable satisfacción del socio con el servicio de bar y restaurant del Club Central de Trujillo	Pg. 71
Tabla N°9	Variable satisfacción del socio con el servicio de bar y restaurant del Club Central de Trujillo	Pg. 73
Tabla N°10	Estadísticos de correlación entre la dimensión tangibilidad de la variable calidad de servicio en el bar y restaurant con la variable satisfacción del socio del Club Central de Trujillo	Pg. 76
Tabla N°11	Estadísticos para establecer la correlación entre la dimensión tangibilidad de la variable calidad de servicio en el bar y restaurant con la variable satisfacción del socio del Club Central de Trujillo	Pg. 77
Tabla N°12	Estadísticos de correlación entre la dimensión fiabilidad de la variable calidad de servicio en el bar y restaurant con la variable satisfacción del socio del Club Central de Trujillo	Pg. 79

Tabla N°13	Estadísticos para establecer la correlación entre la dimensión fiabilidad de la variable calidad de servicio en el bar y restaurant con la variable satisfacción del socio del Club Central de Trujillo	Pg. 79
Tabla N°14	Estadísticos de correlación entre la dimensión capacidad de respuesta de la variable calidad de servicio en el bar y restaurant con la variable satisfacción del socio del Club Central de Trujillo	Pg. 82
Tabla N°15	Estadísticos para establecer la correlación entre la dimensión capacidad de respuesta de la variable calidad de servicio en el bar y restaurant con la variable satisfacción del socio del Club Central de Trujillo	Pg. 84
Tabla N°16	Estadísticos de correlación entre la dimensión seguridad de la variable calidad de servicio en el bar y restaurant con la variable satisfacción del socio del Club Central de Trujillo	Pg. 85
Tabla N°17	Estadísticos para establecer la correlación entre la dimensión seguridad de la variable calidad de servicio en el bar y restaurant con la variable satisfacción del socio del Club Central de Trujillo	Pg. 85
Tabla N°18	Estadísticos de correlación entre la dimensión empatía de la variable calidad de servicio en el bar y restaurant con la variable satisfacción del socio del Club Central de Trujillo	Pg. 85
Tabla N°19	Estadísticos para establecer la correlación entre la dimensión empatía de la variable calidad de servicio en el bar y restaurant con la variable satisfacción del socio del Club Central de Trujillo	Pg. 87
Tabla N°20	Estadísticos de correlación entre la variable calidad de servicio en el bar y restaurant con la variable satisfacción del socio del Club Central de Trujillo	Pg. 90
Tabla N°21	Estadísticos para establecer la correlación entre la variable calidad de servicio en el bar y restaurant con la variable satisfacción del socio del Club Central de Trujillo	Pg. 91

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N°1	Dimensión Tangibilidad de la variable calidad del servicio en el bar y restaurant del Club Central de Trujillo	Pg. 60
Figura N°2	Dimensión Fiabilidad de la variable calidad del servicio en el bar y restaurant del Club Central de Trujillo	Pg. 62
Figura N°3	Dimensión Capacidad de Respuesta de la variable calidad del servicio en el bar y restaurant del Club Central de Trujillo	Pg. 64
Figura N°4	Dimensión Seguridad de la variable calidad del servicio en el bar y restaurant del Club Central de Trujillo	Pg. 66
Figura N°5	Dimensión Empatía de la variable calidad del servicio en el bar y restaurant del Club Central de Trujillo	Pg. 68
Figura N°6	Variable calidad del servicio en el bar y restaurant del Club Central de Trujillo	Pg. 70
Figura N°7	Dimensión Atención de la variable satisfacción del socio con el servicio de bar y restaurant del Club Central de Trujillo	Pg. 72
Figura N°8	Dimensión Servicio brindado de la variable satisfacción del socio con el servicio de bar y restaurant del Club Central de Trujillo	Pg. 74
Figura N°9	Variable satisfacción del socio con el servicio de bar y restaurant del Club Central de Trujillo	Pg. 76
Figura N°10	Nube de puntos para la dimensión tangibilidad de la variable calidad de servicio en el bar y restaurant y la variable satisfacción del socio del Club Central de Trujillo	Pg. 79
Figura N°11	Nube de puntos para la dimensión fiabilidad de la variable calidad de servicio en el bar y restaurant y la variable satisfacción del socio del Club Central de Trujillo	Pg. 83
Figura N°12	Nube de puntos para la dimensión capacidad de respuesta de la variable calidad de servicio en el bar y restaurant y la variable satisfacción del socio del Club Central de Trujillo	Pg. 85

Figura N°13	Nube de puntos para la dimensión seguridad de la variable calidad de servicio en el bar y restaurant y la variable satisfacción del socio del Club Central de Trujillo	Pg. 88
Figura N°14	Nube de puntos para la dimensión empatía de la variable calidad de servicio como ventaja competitiva y la variable satisfacción del socio del Club Central de Trujillo	Pg. 90
Figura N°15	Nube de puntos para la variable calidad de servicio en el bar y restaurant y la variable satisfacción del socio del Club Central de Trujillo	Pg. 93

## RESUMEN

La presente investigación tiene como propósito determinar el grado de correlación entre el nivel de percepción de la calidad del servicio y el nivel de satisfacción del socio con el servicio de bar y restaurant del Club Central – 2017, para esto se usó un enfoque cuantitativo se utilizó un diseño correlacional transaccional o transversal, ya que busca determinar la influencia de la variable independiente (calidad del servicio) sobre la variable dependiente (satisfacción), obtenidas de la medición de una muestra, en un momento del tiempo. Usando un tipo de muestreo probabilístico aleatorio simple, donde todos los socios activos del Club Central han tenido la misma probabilidad de ser elegidos, siendo el tamaño de la muestra representativa a la población (192 socios elegidos aleatoriamente), con un 5% de significancia. Se concluye que la variable calidad de servicio en el bar y restaurant se correlaciona significativamente con la variable satisfacción del socio del Club Central de Trujillo 2017 (nivel sig. 0.0%).

**PALABRAS CLAVE:** Calidad del Servicio, Satisfacción al socio

## ABSTRACT

The purpose of this research was to determine the degree of correlation between the level of perception of the quality of the service and the level of satisfaction of the member with the bar and restaurant service of the Club Central - 2017, for this a quantitative approach was used. a transactional or transversal correlation design was used, since it seeks to determine the influence of the independent variable (quality of service) on the dependent variable (satisfaction), obtained from the measurement of a sample, at a moment in time. Using a simple random probabilistic sampling type, where all the active members of the Central Club have had the same probability of being chosen, being the size of the sample representative of the population (192 randomly chosen partners), with a 5% significance. It is concluded that the quality of service variable in the bar and restaurant correlates significantly with the satisfaction variable of the Club Central de Trujillo 2017 (0.0% sig level).

KEY WORDS: Quality of Service, Satisfaction to the partner

## **NOTA DE ACCESO**

**No se puede acceder al texto completo pues contiene datos confidenciales.**

## REFERENCIAS

- Asociación Española para la Calidad. (2003). *Cómo medir la satisfacción del cliente*. Asociación Española para la Calidad. Retrieved from [https://books.google.com.pe/books?id=5\\_aHCogvwyEC&printsec=frontcover&dq=satisfacción+del+cliente&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjV\\_4272b\\_aAhXSylMKHZdIA8UQ6AEIMDAC#v=onepage&q=satisfacción del cliente&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=5_aHCogvwyEC&printsec=frontcover&dq=satisfacción+del+cliente&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjV_4272b_aAhXSylMKHZdIA8UQ6AEIMDAC#v=onepage&q=satisfacción+del+cliente&f=false)
- Barnes, S. J., & Vidgen, R. (2003). Measuring Web site quality improvements: a case study of the forum on strategic management knowledge exchange. *Industrial Management & Data Systems*, 103(5), 297–309. <https://doi.org/10.1108/02635570310477352>
- Berry, L. L., Parasuraman, A., & Zeithaml, V. A. (1988). Servqual. *Journal of Retailing*, 1, 12–40.
- Campos, D. S., & Mora, Z. T. (1999). Introducción a la investigación científica. *Fármacos*, 12(1), 60–71.
- Carballo Guerrero, D. (2011). La importancia de la calidad en el servicio al cliente. *Universidad Veracruzana*.
- Carlos Ornelas, C. E., & Montelongo Cortés, Y. (2010). La Calidad del Servicio de un Centro de Información. *Conciencia Tecnológica*, 40(Jul-Dic), 5–9.
- Denton, D. K. (2000). *Calidad en el servicio a los clientes : cómo compiten las grandes compañías americanas en la revolución del servicio al cliente ... y cómo podemos hacerlo todos*. Ediciones Díaz de Santos. Retrieved from [https://books.google.com.pe/books?id=y3yWnHrzW-0C&printsec=frontcover&dq=calidad+del+servicio&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwirxab9u7\\_aAhWLyIMKHfLkA7EQ6AEIQDAF#v=onepage&q=calidad del servicio&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=y3yWnHrzW-0C&printsec=frontcover&dq=calidad+del+servicio&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwirxab9u7_aAhWLyIMKHfLkA7EQ6AEIQDAF#v=onepage&q=calidad+del+servicio&f=false)
- Derlisiret, R. M., & Romero, M. G. (2002). Tendencias organizacionales de las empresas. *Revista Venezolana de Gerencia*, 7(19), 355–374.
- Duarte, J. (2014). CALIDAD DE SERVICIO. *Calidad Del Servicio*, 1–36.
- Duque, E. (2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. *Innovar, Revista de Ciencias Administrativas Y Sociales*, 15(25), 64–80. [https://doi.org/http://moodle2.unid.edu.mx/dts\\_cursos\\_md/pos/MDL/AC/AM/AF/Revision.pdf](https://doi.org/http://moodle2.unid.edu.mx/dts_cursos_md/pos/MDL/AC/AM/AF/Revision.pdf)
- Duque, E. (2014). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. *Innovaar*, 15(25), 64–80.

- [https://doi.org/http://moodle2.unid.edu.mx/dts\\_cursos\\_md/pos/MDL/AC/AM/AF/Revision.pdf](https://doi.org/http://moodle2.unid.edu.mx/dts_cursos_md/pos/MDL/AC/AM/AF/Revision.pdf)
- Dutka, A. F. (1998). *Manual de AMA para la satisfacción del cliente*. Granica.
- Editorial Vértice. (2008). *La calidad en el servicio al cliente*. España: Vértice. Retrieved from [https://books.google.com.pe/books?id=M5yGtQ5m4yAC&printsec=frontcover&dq=calidad+del+servicio&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwirxab9u7\\_aAhWLyMKHfLkA7EQ6AEIJAA#v=onepage&q=calidad del servicio&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=M5yGtQ5m4yAC&printsec=frontcover&dq=calidad+del+servicio&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwirxab9u7_aAhWLyMKHfLkA7EQ6AEIJAA#v=onepage&q=calidad del servicio&f=false)
- Fornell, A. (1995). 2. La satisfacción del cliente. *Sloan Management Review*, 2, 39.
- Fornell, C. (2008). *El cliente satisfecho estrategias cuantitativas y cualitativas para fidelizar al consumidor*. Deusto. Retrieved from [https://books.google.com.pe/books?id=B8SendnDo7gC&printsec=frontcover&dq=satisfacción+del+cliente&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjV\\_4272b\\_aAhXSylMKHZdIA8UQ6AEIUzAJ#v=onepage&q=satisfacción del cliente&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=B8SendnDo7gC&printsec=frontcover&dq=satisfacción+del+cliente&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjV_4272b_aAhXSylMKHZdIA8UQ6AEIUzAJ#v=onepage&q=satisfacción del cliente&f=false)
- Gil, I., Sánchez, M., Berenguer, G., & González-Gallarda, M. (2006). Encuentro de servicio, valor percibido y satisfacción del cliente en la relación entre empresas. *Cuadernos de Economía Y Dirección de La Empresa*, 15, 47–72. <https://doi.org/10.5209/CESE.10370>
- Gosso, F. (2008). *hiper satisfaccion del cliente - Fernando Gosso - Google Libros*. México. Retrieved from [https://books.google.com.pe/books?id=f0th8fk8lgsC&printsec=frontcover&dq=satisfacción+del+cliente&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjV\\_4272b\\_aAhXSylMKHZdIA8UQ6AEIKzAB#v=onepage&q=satisfacción del cliente&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=f0th8fk8lgsC&printsec=frontcover&dq=satisfacción+del+cliente&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjV_4272b_aAhXSylMKHZdIA8UQ6AEIKzAB#v=onepage&q=satisfacción del cliente&f=false)
- Hayes, B. E. (1999). *Cómo medir la satisfacción del cliente : desarrollo y utilización de cuestionarios*. Gestión 2000. Retrieved from [https://books.google.com.pe/books?id=dicScdBb6lcC&printsec=frontcover&dq=satisfacción+del+cliente&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjV\\_4272b\\_aAhXSylMKHZdIA8UQ6AEINDAD#v=onepage&q=satisfacción del cliente&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=dicScdBb6lcC&printsec=frontcover&dq=satisfacción+del+cliente&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjV_4272b_aAhXSylMKHZdIA8UQ6AEINDAD#v=onepage&q=satisfacción del cliente&f=false)
- Hernandez Sampieri, R., Fernandez Collado, C., & Baptista Lucio, M. del P. (2010). *Metodología de la investigación. Metodología de la investigación*. <https://doi.org/>- ISBN 978-92-75-32913-9
- Hoffman, K. D., & Bateson, J. E. G. (2011). *Services marketing : concepts, strategies, & cases*. South-Western Cengage Learning. Retrieved from <https://books.google.com.pe/books?id=YbJRaY4OAJQC&pg=PA328&dq=servqual&hl=es&sa=>

X&ved=0ahUKEwian5uyxr\_aAhUNvFMKHafYDsEQ6AEIXzAJ#v=onepage&q=servqual&f=false

- López, M. C., & Serrano, A. M. (2001). Dimensiones y medición de la calidad de servicio en empresas hoteleras. *Revista Colombiana de Marketing*, (3), 1–13. [https://doi.org/http://revistas.unab.edu.co/index.php?journal=marketing&page=article&op=view&path\[\]=747](https://doi.org/http://revistas.unab.edu.co/index.php?journal=marketing&page=article&op=view&path[]=747)
- López Lemos, P. (2015). *Cómo documentar un sistema de gestión de calidad según ISO 9001*. FC Editorial. Retrieved from [https://books.google.com.pe/books?id=eMKUDQAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Sistema+de+Gestión+de+la+Calidad&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiF-NS6wr\\_aAhVQ3VMKHZN9CLEQ6AEITzAI#v=onepage&q=Sistema de Gestión de la Calidad&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=eMKUDQAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Sistema+de+Gestión+de+la+Calidad&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiF-NS6wr_aAhVQ3VMKHZN9CLEQ6AEITzAI#v=onepage&q=Sistema de Gestión de la Calidad&f=false)
- Moliner, C. (2001). Calidad de Servicio y Satisfacción del cliente. *Revista de Psicología Del Trabajo Y de Las Organizaciones*, 17(2), 233–235.
- Montecinos, J. (2015). Rol de las expectativas en el juicio de satisfacción y calidad percibida del servicio. *Límite Revista Interdisciplinaria de Filosofía Y Psicología*, 1(14), 195–214.
- Morone, G. (1980). Métodos y técnicas de la investigación científica. (i1) *Metodos Y Tecnicas De Investigación Científica*, VII(2), 18. <https://doi.org/9789703254323>
- Paz Couso, R. (2005). *Servicio al cliente : la comunicación y la calidad del servicio en la atención al cliente*. Ideaspropias Editorial.
- Pérez Villa, P. E., & Múnera Vásquez Francisco Nabum. (2007). Reflexiones para implementar un sistema de gestión de calidad (ISO 9001 ... - Google Libros. Retrieved April 16, 2018, from [https://books.google.com.pe/books?id=-9q8MV\\_4pXcC&printsec=frontcover&dq=Sistema+de+Gestión+de+la+Calidad&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiF-NS6wr\\_aAhVQ3VMKHZN9CLEQ6AEIMzAC#v=onepage&q=Sistema de Gestión de la Calidad&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=-9q8MV_4pXcC&printsec=frontcover&dq=Sistema+de+Gestión+de+la+Calidad&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiF-NS6wr_aAhVQ3VMKHZN9CLEQ6AEIMzAC#v=onepage&q=Sistema de Gestión de la Calidad&f=false)
- Publicaciones Vértice. (2010). *Gestión de la calidad (ISO 9001/2008)* - Equipo Vértice - Google Libros. Retrieved April 16, 2018, from <https://books.google.com.pe/books?id=9rwrK9Sa9IC&printsec=frontcover&dq=Sistema+de+Gestión+de+la+Calidad&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiF->

NS6wr\_aAhVQ3VMKHZN9CLEQ6AEIVDAJ#v=onepage&q=Sistema de Gestión de la  
Calidad&f=false

Rodrigues, L. L. R. (2013). *Service quality measurement : issues and perspectives*. Anchor Academic  
Pub. Retrieved from  
[https://books.google.com.pe/books?id=wcMhAAAAQBAJ&pg=PA14&dq=SERVPERF&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjv\\_uel17\\_aAhVJsIMKHbetBbl4ChDoAQgoMAA#v=onepage&q=SERVPERF&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=wcMhAAAAQBAJ&pg=PA14&dq=SERVPERF&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjv_uel17_aAhVJsIMKHbetBbl4ChDoAQgoMAA#v=onepage&q=SERVPERF&f=false)

Setó Pamies, D. (2004a). *De la calidad de servicio a la fidelidad del cliente*. ESIC Editorial. Retrieved  
from  
[https://books.google.com.pe/books?id=9Nk8sWMjoBcC&printsec=frontcover&dq=calidad+del+servicio&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwirxab9u7\\_aAhWLyIMKHfLkA7EQ6AEIOzAE#v=onepage&q=calidad+del+servicio&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=9Nk8sWMjoBcC&printsec=frontcover&dq=calidad+del+servicio&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwirxab9u7_aAhWLyIMKHfLkA7EQ6AEIOzAE#v=onepage&q=calidad+del+servicio&f=false)

Setó Pamies, D. (2004b). *De la calidad de servicio a la fidelidad del cliente*. ESIC Editorial. Retrieved  
from  
[https://books.google.com.pe/books?id=9Nk8sWMjoBcC&pg=PA53&dq=satisfacción+del+cliente&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjV\\_4272b\\_aAhXSylMKHZdIA8UQ6AEIPjAF#v=onepage&q=satisfacción+del+cliente&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=9Nk8sWMjoBcC&pg=PA53&dq=satisfacción+del+cliente&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjV_4272b_aAhXSylMKHZdIA8UQ6AEIPjAF#v=onepage&q=satisfacción+del+cliente&f=false)

Thompson, I. (2005). La Satisfacción del Cliente. *Rev Med (Bolivia)*, 6.

VARGAS, M. A. (2014). *CALIDAD Y SERVICIO conceptos y herramientas (3a. ed.)*. ECOE  
EDICIONES. Retrieved from [https://books.google.com.pe/books?id=57-4DQAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=calidad+del+servicio&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwirxab9u7\\_aAhWLyIMKHfLkA7EQ6AEINDAD#v=onepage&q=calidad+del+servicio&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=57-4DQAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=calidad+del+servicio&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwirxab9u7_aAhWLyIMKHfLkA7EQ6AEINDAD#v=onepage&q=calidad+del+servicio&f=false)

Vargas Quiñones, M. E., & Aldana de Vega, L. (2007). *Calidad en el servicio*. Universidad de La  
Sabana. Retrieved from  
[https://books.google.com.pe/books?id=IEfUf5sdRMsC&printsec=frontcover&dq=calidad+del+servicio&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwirxab9u7\\_aAhWLyIMKHfLkA7EQ6AEIUDAI#v=onepage&q=calidad+del+servicio&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=IEfUf5sdRMsC&printsec=frontcover&dq=calidad+del+servicio&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwirxab9u7_aAhWLyIMKHfLkA7EQ6AEIUDAI#v=onepage&q=calidad+del+servicio&f=false)

Vera, J., & Trujillo, A. (2015). El efecto de la calidad del servicio en la satisfacción del  
derechohabiente en instituciones públicas de salud en México. *Contaduría Y Administración*,  
43–58. <https://doi.org/10.1016/j.cya.2016.07.003>

- Vilar Barrio, J. F. (1999). *La auditoría de los sistemas de gestión de la calidad*. [Fundación Confemetal]. Retrieved from [https://books.google.com.pe/books?id=oRg7CUUrgdcC&printsec=frontcover&dq=Sistema+de+Gestión+de+la+Calidad&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiF-NS6wr\\_aAhVQ3VMKHZN9CLEQ6AEIRTAG#v=onepage&q=Sistema de Gestión de la Calidad&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=oRg7CUUrgdcC&printsec=frontcover&dq=Sistema+de+Gestión+de+la+Calidad&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiF-NS6wr_aAhVQ3VMKHZN9CLEQ6AEIRTAG#v=onepage&q=Sistema+de+Gestión+de+la+Calidad&f=false)
- Zeithaml, V. A. (2009). *Delivering Quality Service*. Free Press. Retrieved from [https://books.google.com.pe/books?id=kyvhCLoVmHgC&pg=PT57&dq=servqual&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwian5uyxr\\_aAhUNvFMKHafYDsEQ6AEIRzAG#v=onepage&q=servqual&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=kyvhCLoVmHgC&pg=PT57&dq=servqual&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwian5uyxr_aAhUNvFMKHafYDsEQ6AEIRzAG#v=onepage&q=servqual&f=false)