

FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de **ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

"CALIDAD DE SERVICIO Y GRADO DE
SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN UN
RESTAURANTE DE CEVÍCHERIA EN TRUJILLO,
2022"

Tesis para optar el título de:

Licenciada en Administración y Negocios Internacionales

Autor:

Milagritos Del Rocio Henriquez Toribio

Asesor:

Mg. Víctor Gaspar Cuadra Jiménez
<https://orcid.org/0000-0001-8629-051X>

Trujillo - Perú

JURADO EVALUADOR

Jurado 1 Presidente(a)	José Roberto Human Tuesta	17814526
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 2	Heder Marino Quispe Quiñones	08139806
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 3	César Roberto Revilla Paredes	17878190
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

DEDICATORIA

A Dios por brindarme salud, sabiduría e iluminar mi camino por el bien.

A mi mamá, hijo y hermana que siguen teniendo fe en mí para cumplir mis metas y sueños que me propongo la cual son un soporte en mi vida día a día para seguir adelante.

A la persona que considero un verdadero padre, aunque no sea de sangre pero me brindo apoyo moral, emocional y a creer en mí cuando estaba en vida el sr Gilberto Leoncio Otiniano Lázaro que desde el cielo me bendice y guía mi camino

AGRADECIMIENTO

A Dios por iluminar mi camino con personas sabias y darme salud para lograr mis objetivos soñados además de su infinito amor, bondad y paciencia.

A mi querida mamá por sus sabios consejos y ejemplo de sobresalir adelante con la experiencia propia de superación.

A toda mi familia que ha estado para apoyarme en lo que me propongo y cumplir mis sueños.

Tabla de contenido

JURADO CALIFICADOR	2
DEDICATORIA	3
AGRADECIMIENTO	4
TABLA DE CONTENIDO	5
ÍNDICE DE TABLAS	6
RESUMEN	7
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	8
1.1. Realidad problemática	8
1.2. Formulación del problema	17
1.3 Objetivos	17
1.3.1. Objetivo general	17
1.3.2. Objetivos específicos	17
1.4. Hipótesis	18
1.4.1. Hipótesis general	18
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA	19
CAPÍTULO III: RESULTADOS	23
CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	33
REFERENCIAS	36

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Estadísticas de fiabilidad</i>	21
Tabla 2	23
Tabla 3	23
Tabla 4	24
Tabla 5	24
Tabla 6	25
Tabla 7	25
Tabla 8	25
Tabla 9	26
Tabla 10	26
Tabla 11:	27
Tabla 12	28
Tabla 13	28
Tabla 14	29
Tabla 15	29
Tabla 16	29
Tabla 17	31
Tabla 18	32

RESUMEN

El estudio tuvo por objetivo Evaluar la relación entre la calidad de servicio y el grado de satisfacción del cliente en un restaurante de cevichería de Trujillo, 2022. Siendo la investigación de enfoque cuantitativo, de tipo descriptivo correlacional, diseño no experimental, por lo que se pretende determinar la relación entre las variables. El estudio determinó como muestra a 162 clientes consumidores del restaurante cevichero, del distrito de Trujillo, a través del muestreo probabilístico aleatorio simple para poblaciones infinitas, asimismo, se aplicó como instrumento el cuestionario bajo una escala Likert y niveles alto, medio y bajo. El estudio concluyó que existe relación alta entre la calidad de servicio y satisfacción del cliente por cuanto se observa un valor de $r > 0.80$ y el sig. (Bilateral) es menor de 5% lo que implica que se acepta la hipótesis general de la investigación.

PALABRAS CLAVES: Calidad de servicio, satisfacción del cliente

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

Por la imperante globalización en que vivimos, las empresas para lograr competitividad en el mercado internacional y nacional deben desarrollar calidad en el servicio que brindan, habida cuenta que cada día el cliente es más exigente en el requerimiento de servicios y por tanto las empresas deben cubrir y satisfacer sus expectativas; frente a esta postura Mejías (2018) indica que la calidad de servicio, es una de las herramientas que más utilizan en el mundo, las organizaciones para abordar estrategias que determinen la satisfacción del cliente, indicando además que el modelo SERVQUAL es el instrumento que más se usa para la medición de la calidad de los servicios, por cuanto su adaptación e interpretación es aplicable en cualquier empresa de servicios; indica además que para desarrollar lealtad de los clientes, se debe desarrollar una excelencia competitiva sostenible.

De la misma forma en el Perú, el cliente cada día busca satisfacer sus necesidades a través del consumo de Bienes y servicios de calidad, por tanto es vital que las empresas se enfoquen en brindar un buen servicio, en virtud de ello, Torres (2015) señala que en la actualidad la calidad del servicio es la base ideal para que una empresa sobreviva, por cuanto, hoy en día el cliente está más informado de los servicios que ofrecen la empresas, a través de los medios digitales, por lo tanto las corporaciones deben diseñar o rediseñar sus procesos , servicios y productos de tal manera que sean de atracción al cliente, además que puedan fidelizarlos o conquistarlos a que sigan consumiendo sus productos y los servicios que ofrecen.

Por otro lado Vásquez (2017) indica que en el Perú se está trabajando arduamente para capacitar y entrenara a los empleados de los restaurantes con el objetivo de reforzar las

actitudes y su disposición para brindar servicios de calidad, siendo más eficiente en la atención, con un trato personalizado, prestando atención a los detalles en el servicio que se ofrece, con la finalidad de obtener como resultado la fidelización del cliente, para con sus productos o servicios brindados; los empresarios peruanos, han entendido que la calidad del servicio es el grado de excelencia que desean alcanzar para satisfacer las necesidades que demande el cliente, por tanto, es uno de los pilares para que la empresas logren posicionamiento en el mercado.

La ciudad de Trujillo, no es ajena a esta problemática que enfrentan las empresas, en razón de ello Carbajal, (2019) en su trabajo de investigación sobre un restaurant en Trujillo, que aún falta mejorar, aspectos como la cultura organizacional de la empresa, que permitan lograr la excelencia, fortalecimiento sus valores, objetivos, normas, a través de un trabajo en equipo, además de mejorar la precepción del cliente en la calidad del servicio, a través de la comunicación asertiva con los clientes, buscando promover que estos recomienden a otro futuros clientes; señala también que debe hacerse constantemente encuestas de opinión del cliente, respecto de la calidad del servicio que se ofrece , para estar a la vanguardia de lo que demande el cliente; del mismo modo la empresa debe mirar hacia adentro, motivando mediante incentivos y un adecuado clima laboral, para con sus trabajadores.

El restaurant cevichero de Trujillo dedicada a la venta de platos de pescados y mariscos, con el fin de satisfacer necesidades de la personas que buscan probar comidas típicas frente al mar, desde turistas locales como internacionales, esta empresa constituida el año 1994, en el distrito de Huanchaco, provincia de Trujillo, con el transcurrir del tiempo ha logrado posicionarse en el mercado teniendo actualmente tres locales; pese al posicionamiento logrado, debe competir día a día para con los restaurantes de la zona. La empresa actualmente presenta algunas deficiencias en cuanto a la calidad de servicio y

satisfacción del cliente, por tal razón, se hace necesario, evaluar a través de un cuestionario aplicado a los clientes, de tal manera que las deficiencias encontradas puedan servir para una nueva toma de decisiones en la empresa.

Para el desarrollo de la investigación se citó investigaciones previas entre las cuales tenemos a, López (2018) en su tesis "Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil, realizada en el Ecuador, la cual tuvo como objetivo determinar la relación de la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes del restaurante, investigación de enfoque mixto, de tipo descriptiva. Dentro de sus conclusiones determinó que el servicio al cliente, es una de las razones más importante para el éxito o fracaso de una empresa, en razón de ello la empresa siempre debe buscar que el cliente salga satisfecho, por cuanto estos harán el efecto multiplicador, es decir, la recomendación a futuros clientes.

Así también, Yasser (2018) en su investigación "Calidad de los servicios y satisfacción del cliente en el restaurante pizza Burger Diner, ubicado en la cabecera del departamento de Zacapa" realizada en Guatemala, la cual planteó como objetivo general determinar la calidad del servicio y satisfacción de los clientes en el restaurante, fue de enfoque mixto y de tipo descriptiva. En una de sus conclusiones determinó que los clientes aprecian la calidad de servicio que se les brinda, calificándolos de aceptables, y mostrando un grado de satisfacción en la mayoría de sus componentes, a excepción de la temperatura del ambiente, del parqueo que, inadecuados, servicios higiénicos que fueron calificados como regulares y malos.

Asimismo, Rivera (2019) en su tesis titulada "La calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la empresa Greenandes Ecuador" la cual tuvo como objetivo evaluar la calidad del servicio y la satisfacción al cliente de la empresa, siendo una investigación de

enfoque cuantitativo de tipo descriptivo. Determinó en sus conclusiones que el valor p (sig. = .000) es menor que el nivel de significancia .05, por lo cual se aprueba la hipótesis planteada en este estudio, es decir que la calidad del servicio influye en la satisfacción de los clientes exportadores de la empresa Greenandes Ecuador, ya que de acuerdo a los resultados obtenidos en la prueba de hipótesis bajo el coeficiente de Spearman cuyo resultado fue .0457, lo cual indica que existe una relación positiva moderada entre ambas variables.

Del mismo modo, Villacrés (2020) en su tesis "La calidad del servicio y satisfacción del cliente externo en el laboratorio clínico de la Fundación Santa Isabel Madre del Precursor", realizada en Ecuador, cuyo objetivo fue evaluar la calidad del servicio y satisfacción del cliente externo en el laboratorio clínico, siendo de enfoque cuantitativo, de diseño no experimental de corte transversal. Dentro de sus conclusiones determinó que existe un promedio de satisfacción general del 93,2%.

Seguidamente, Monroy (2019) en su artículo titulado "Calidad en el servicio y su incidencia en la satisfacción del comensal en restaurantes de La Paz, México" realizado en México, la cual tuvo como objetivo determinar la percepción promedio de la calidad en el servicio y su incidencia en la satisfacción del cliente en los restaurantes, siendo de enfoque mixto, de tipo descriptiva correlacional, de diseño no experimental. En sus conclusiones indicó que la industria restaurantera del destino turístico de la ciudad de La Paz, la calidad en el servicio es bien evaluada, por cuanto, al momento de hacer un análisis inferencial de las percepciones generadas por los comensales, se pudo encontrar que la variable relacionada calidad en el servicio la media global fue de 4.06, lo que representa para la CANIRAC una efectividad del 81.30% del servicio; mientras que, en la variable relacionada en la satisfacción del cliente, ésta fue del 81.90%.

También, Castañeda (2018) en su tesis "Calidad de Servicios para Mejorar la Satisfacción del Cliente en el Restaurante "El Cantaro", Lambayeque 2017", la cual tuvo como objetivo general determinar La influencia de la Calidad de Servicio en la mejora de la satisfacción del Cliente en el Restaurante en estudio, es una investigación de enfoque cuantitativo, de tipo descriptiva correlacional, de diseño no experimental. En su conclusión principal determinó que, si existe influencia entre la calidad de servicio en la mejora de la satisfacción del cliente en el restaurante, en razón que los elementos tangibles como las instalaciones, las vestimentas del personal los materiales utilizados, tienen una marcada influencia en la calidad del servicio que brinda la empresa.

De la misma forma, Gonzales (2018) en su trabajo de investigación "Plan de mejora para un servicio de calidad en atención al cliente en el restaurante turístico "El Mochica de Doña Fresia" distrito Huanchaco – 2018" la cual tuvo como objetivo proponer un plan de mejora que permita un servicio de calidad en atención al cliente en el restaurante, el diseño de investigación utilizado fue no experimental transversal de carácter descriptivo y los métodos utilizados fueron el método hipotético, deductivo, análisis y síntesis e inductivo deductivo. En sus conclusiones determinó que el servicio al cliente tiene aspectos por mejorar, por cuanto la atención que se majea no es la adecuada, y debe ser más personalizada, además no existe una adecuada resolución a los requerimientos y reclamos presentados por el cliente, por lo que es necesario, implementar nuevos procesos de atención al cliente para optimizar la calidad de servicio, además de realizar constantes capacitación al personal de servicio al cliente, a fin de perfeccionar su protocolo de atención.

Merlo (2021) en su tesis "La Calidad de Servicio y Satisfacción del Cliente en el Restaurant-Picantería Acuña, 2021", realizada en la ciudad de Lima, la cual tuvo como objetivo principal determinar la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del

cliente en el Restaurant, fue una investigación de enfoque cuantitativa, de tipo descriptiva correlacional de diseño no experimental. Dentro de sus conclusiones determinó que la calidad de servicio se relaciona directamente en la Satisfacción del cliente en los comensales del Restaurant, por cuanto esta muestra una correlación alta positiva, tal como lo indica su coeficiente de correlación de Rho de Spearman, cuyo valor es ,658.

Por su parte, Leyva (2022) en su tesis "Calidad de servicio y satisfacción del cliente en el rubro de restaurantes del sector Jorge Chávez, Paiján 2021" realizada en la ciudad de Trujillo, la cual tuvo como objetivo determinar la calidad de servicio y su relación con la satisfacción del cliente en el rubro de Restaurantes, siendo una investigación de tipo aplicada de diseño no experimental, transversal – correlacional. En sus conclusiones determinó que de los 322 encuestados, un 23.29% calificó a los Restaurantes a un nivel regular, esto generó una alarma para los restaurantes ya que hay clientes que no se sienten satisfechos con la calidad de servicio que ellos brindan.

Finalmente en los antecedentes encontramos a, Gamallo y Silva (2019) en su trabajo titulado "Calidad de servicio y satisfacción del cliente del restaurante San Francisco Chiclayo", realizada en la ciudad de Chiclayo, la cual planteó como objetivo principal determinar la relación que existe entre las variables calidad del servicio y satisfacción del cliente, dentro de su metodología utilizó el enfoque cualitativo, su alcance fue descriptiva correlacional y de diseño no experimental, ya que no existió modificación alguna en la transversalidad de las variables y dimensiones. El estudio concluye que existe una correlación de 0.653 y un valor ínfimo de significancia 0.000 menor a 0.05 lo cual apunta a que existe relación entre calidad de servicio y satisfacción del cliente dentro del restaurante San Francisco Chiclayo.

A continuación se presentan las siguientes bases teóricas consideradas para el desarrollo de la investigación, tendiendo que para conceptualizar la calidad de servicio, es de precisar lo que menciona Huerto (2018) indica que la calidad se vincula con el costo y satisfacción del cliente, es decir, es la cantidad de aspectos y características que ofrece un bien o servicio para satisfacer las necesidades del cliente; del mismo modo Matsumoto (2014) define la calidad de servicio como el resultado de una evaluación, donde el cliente compara sus expectativas frente a sus percepciones, es decir compara el servicio que el cliente espera y el que recibe de la empresa.

Con respecto de las teorías de la calidad de servicio, Duarte (2015) en su artículo menciona las siguientes: a) El modelo SERVQUAL de Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985, 1988), el cual sirve para evaluar la calidad de servicio a partir de las diferencias entre las expectativas y las percepciones del cliente respecto a cinco criterios o dimensiones, en este modelo se destaca que los servicios presentan una mayor problemática para su estudio pues poseen tres características que los diferencian ampliamente de los productos: Intangibilidad, heterogeneidad e inseparabilidad; b) El modelo de SERVPRF de Cronin y Taylor (1992) los cuales indican que se basa únicamente en las valoraciones (percepciones) que realiza el cliente acerca del desempeño de los servicios, en el ya no debe ser medida a partir de las diferencias entre expectativas y desempeño. Para su instrumentación, el SERVPERF emplea únicamente las 22 oraciones o afirmaciones respecto a las percepciones sobre el desempeño del servicio, planteadas en el SERVQUAL, desechando, por consiguiente, las correspondientes a la valoración de las expectativas, c) Modelo EP Y NQ de Teas (1993) mediante este modelo se desarrolla y prueba dos modelos alternos para la medición de la calidad del servicio, uno basado en el desempeño y otro en la normalización de la calidad. Teas, acusa que las mediciones de calidad del servicio carecen de validación

discriminante con respecto a la importancia de los atributos, pronósticos del desempeño, y atributos del punto idea, d) Modelo de Johnson, Tsiros y Lancioni (1995) en este modelo se distinguen tres dimensiones: i) Input: En esta dimensión se considera si existen condiciones para que pueda realizarse el servicio tales como: la infraestructura necesaria para dotar el servicio; ii) Process: Se refiere a la calidad de la interacción entre proveedores y consumidores y iii) Output: es una medición de lo que ha sido producido como un resultado de proveer el servicio, e) Modelo de Samart Powpaka (1994) el cual propone analizar la calidad del servicio incluyendo en los modelos los resultados de calidad, los que considera un factor importante para medir la satisfacción del cliente, el comportamiento de compra y las intenciones del comportamiento, en este modelo traza un marco de atributos de calidad; f) Modelo de Buttle (1996) el cual hace una crítica severa y constructiva al modelo SERVQUAL en función de factores teóricos y operacionales, se enfocan principalmente a la revisión breve de la naturaleza y significado de la validación, g) Asubonteng et al. (1996) el cual se refiere a la generalización del modelo a industrias o sectores diferentes a los que en hasta ahora se ha aplicado, su simple adaptación puede limitar su efectividad, y los gerentes quienes lo apliquen deben ser cuidadosos a la hora de modificar las escalas dentro de ambientes específicos.

Para la presente investigación se emplea el modelo SERVQUAL, el cual sirve para medir la calidad del servicio, tiene las siguientes dimensiones: a) Confiabilidad: la cual tiene relación con la capacidad para poder realizar el servicio de manera confiable y precisa; b) Capacidad de respuesta: la cual tiene que ver con la disposición para atender las necesidades de cliente, el cual debe ser en forma rápida y oportuna; c) Seguridad y competencia: proporcionar la confianza sobre el producto o servicio ofrecido; d) Empatía: tener la capacidad de entender y comprender los requerimientos que demande el cliente, a través de

su identificación y con un trato personalizado; e) Aspectos tangibles: mostrar adecuadas condiciones en las instalaciones físicas, equipos y aspecto del personal. Este método, es catalogado actualmente como una herramienta eficaz y adecuada para medir la calidad de servicio en las distintas empresas, por tanto, será de aplicación para el presente estudio, aplicando una encuesta para su evaluación de la calidad de servicio y grado de satisfacción del cliente.

En cuanto al grado de satisfacción del cliente, Paride (2017) lo señala como un indicador, mediante el cual se usa juicios cuantitativos y cualitativos, para medir la calidad percibida y la calidad prometida al cliente, en cuanto a su satisfacción de la necesidad; este indicador permite a las empresas tomar decisiones, con el fin de alcanzar la eficacia y eficiencia en los servicios que brinda.

Dentro las teorías de la satisfacción del cliente, Paride (2017) señala que uno de los principales modelos para la medición de la satisfacción del cliente, es el modelo Kano, el cual se clasifica en 05 categorías: Factores básicos: son las percepciones que el cliente manifiesta en cuanto a su insatisfacción del servicio recibido; Factores de entusiasmo: sorpresas que el cliente recibe de la empresa; Factores de rendimiento: tiene que ver con los requisitos específicos o necesidades explicadas por el cliente; factores de indiferencia: características que el cliente no considera interesantes; Factores inversos: Atributos que el cliente no quiere y generan insatisfacción

La presente investigación tiene una justificación teórica por cuanto ayuda a debatir teorías respecto de la calidad del servicio y el grado de satisfacción del cliente, de la misma forma el aporte sirve para futuras investigaciones

Del mismo modo tiene una justificación práctica, por cuanto va a permitir identificar los componentes de la calidad de servicio y de cómo inciden en el grado de satisfacción del

cliente en el restaurante cevichero de Trujillo, por tanto, se hizo necesario conocer la percepción del cliente a través de cuestionario de preguntas, resultados que posteriormente ayudó a contrastar la hipótesis y objetivos planteados.

Asimismo, tendrá una justificación metodológica por cuanto se utilizarán procedimientos, técnicas e instrumentos los cuales permitirán acopiar información necesaria para validar el trabajo de investigación planteado.

Finalmente tendrá una justificación social por cuanto la investigación servirá de aporte a la mejora de calidad de servicio y la satisfacción del cliente en las empresas dedicadas a la venta de comidas, además de que servirá para el desarrollo de futuras investigaciones.

Esta investigación tuvo como propósito identificar las debilidades que se presentan en cuanto a la calidad de servicio que brinda la empresa, así como también evaluar el grado de satisfacción del cliente, para ello se planteó el siguiente problema;

1.2. Formulación del problema

¿Existe relación entre la calidad de servicio y el grado de satisfacción del cliente en el restaurante de cevichería de Trujillo ,2022?.

1.3 Objetivos

1.3.1. Objetivo general

Evaluar la relación entre la calidad de servicio y el grado de satisfacción del cliente en el Restaurante de cevichería de Trujillo, 2022.

1.3.2. Objetivos específicos

- a) Medir el nivel de la calidad de servicio del restaurante de cevichería de Trujillo, 2022.

- b) Evaluar el grado de satisfacción del cliente en el restaurante de cevichería de Trujillo, 2022
- c) Correlacionar la calidad de servicio y el grado de la satisfacción del cliente en el restaurante de cevichería de Trujillo, 2022.

1.4. Hipótesis

1.4.1. Hipótesis general

Existe relación alta y significativa entre la calidad de servicio y el grado de satisfacción de los clientes del restaurante de cevichería de Trujillo, 2022 .

CAPÍTULO II: METODOLOGÍA

La investigación fue de enfoque cuantitativo, y tal como Hernández y Mendoza (2018) señalan que este enfoque tienen como propósito explorar y describir fenómenos, variables, hechos entre otros, a fin de establecer precedentes, comparar casos, fenómenos y grupos, así mismo determinar sus causas y efectos y causas y de la misma forma resolver los problemas que se presentan en la investigación.

El tipo de investigación fue descriptivo correlacional, y tal como Hernández y Mendoza (2018) señalan es descriptivo por cuanto estos tienen como particularidad especificar características y propiedades de fenómenos, conceptos, variables o hechos en un contexto determinado, asimismo indican que la investigación es correlacional por cuanto pretenden asociar conceptos, hechos, fenómenos o variables, es decir, miden la relación de las variables en términos estadísticos. La investigación fue de diseño no experimental, por cuanto no se manipularán las variables.

Respecto de la población, Hernández y Mendoza (2018) indican que es el conjunto de todos los hechos, casos y fenómenos que concuerdan con una serie de especificaciones y para el presente caso la población estuvo constituida por 280 clientes que hicieron uso del servicio en el mes de septiembre, del año 2022, este número de clientes fue proporcionado por el administrador del Restaurante de cevichería de Trujillo, 2022.

En cuanto a la muestra Hernández y Mendoza (2018) señalan que es el subgrupo del universo o población del cual se recolectan los datos y que debe ser representativo de esta, si se desean generalizar los resultados, en el presente estudio la muestra se obtuvo de la fórmula para población finita, por cuanto se conoce el total de la población, con un nivel de

confianza del 95%, con una probabilidad de éxito o fracaso del 50% y un error de estimación del 5%.

La fórmula es la siguiente

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

Donde:

N= 280 (total de la población)

p= 0.50

q= 0.50

Z= nivel de confianza al 95%= 1.96

e = error= 0.05

Desarrollado, tenemos como muestra a 162 clientes

Para la presente investigación se utilizó como técnica la encuesta y tal como lo señala López y Fachelli (2015) es una técnica mediante la cual se recogen datos a través de preguntas formuladas a los sujetos de estudio con la finalidad de obtener de manera sistemática medidas sobre los objetivos que se plantean en la investigación, esta se realiza a través de un cuestionario de preguntas, la cual generalmente debe ser anónima.

En el presente trabajo se utilizó como instrumento, el cuestionario y que según Hernández y Mendoza (2018) es un conjunto de preguntas abiertas o cerradas respecto de una o más variables, las mismas que deben ser congruentes con el problema e hipótesis formulado

La confiabilidad del cuestionario fue medido a través del coeficiente del Alfa Cronbach, obteniéndose la siguiente tabla:

Tabla 1 Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Parte 1	Valor	,968
		N de elementos	10 ^a
	Parte 2	Valor	,923
		N de elementos	15 ^b
	N total de elementos		15
Correlación entre formularios			,787
Coeficiente de Spearman-Brown	Longitud igual		,881
	Longitud desigual		,881
Coeficiente de dos mitades de Guttman			,848

Nota: Aplicación del coeficiente de fiabilidad al cuestionario

Se observa que los cuestionarios fueron confiables para las variables nuevas tecnologías y satisfacción del cliente, por cuanto, el coeficiente de Alfa de Cronbach es mayor a 9, por lo tanto, quiere decir que la confiabilidad es muy alta

En cuanto al análisis de datos la investigación se trabajó con una serie de cuestionarios basados en la herramienta SERVQUAL (Service of quality) para determinar el nivel de satisfacción del cliente en cuanto a la calidad del servicio que recibe, luego los datos obtenidos del cuestionario fueron procesados mediante el uso de la estadística descriptiva y para contrastar la hipótesis se utilizó el coeficiente de Alfa de Cronbach, luego representados en tablas y gráficos y posteriormente analizados: se utilizó el siguiente tipo de escala Likert: Totalmente insatisfecho (1) Insatisfecho (2) Ni satisfecho ni insatisfecho (3) Satisfecho (4) Muy satisfecho (5)

En cuanto al procedimiento para realizar la investigación, se solicitó el permiso correspondiente a la dueña del restaurante cevichero, así como también el permiso para realizar la encuesta a sus clientes en horas del almuerzo y cena.

Las respuestas obtenidas fueron tabuladas en una hoja de Excel, luego se aplicó la estadística descriptiva proporcionada por la herramienta SPSS versión 26 para procesar la información recolectada y luego tabular y graficar los resultados obtenidos, asimismo para hallar la correlación de las variables se hizo uso del coeficiente Rho Spearman.

Finalmente, los datos fueron representados en tablas y gráficos para su interpretación correspondiente.

Respecto de los aspectos éticos, se tuvo en cuenta los siguientes: i) El respeto por las personas, ii) Principio de beneficencia, es decir se guardó la reserva y confidencialidad de las personas y iii) Principio de justicia, por cuanto, se cumplió con efectuar la citación de los autores de acuerdo las normas APA.

CAPÍTULO III: RESULTADOS

3.1 Del objetivo 01: El nivel de la calidad de servicio del restaurant de cevichería de Trujillo

Tabla 2

¿Recibió orientación adecuada por parte del personal que lo atendió?

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	18	11
Medio	114	70
Alto	30	19
Total	162	100

Fuente: Data extraída de la pregunta uno de la variable calidad de Servicio

En la tabla 02 se observa que la orientación que ha recibido el cliente por parte del personal de la empresa son de nivel de significancia regular, por cuanto, 114 personas que significan el 70.4% contestaron que se encuentran ni satisfechos ni satisfechos el servicio, no obstante, existe un 18.5% de clientes que se muestran satisfechos

Tabla 3

¿El personal mostró interés para aclarar sus dudas?

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	154	95
Alto	8	5
Total	162	100

Nota: Data extraída de la pregunta dos de la variable calidad de Servicio

En la tabla 03 se observa que 154 personas que significa el 95.1% señalaron que el personal no mostró interés en aclarar las dudas del cliente, lo que evidencia un nivel de significancia bajo, no obstante, existe 8 clientes que se encuentra satisfechos y totalmente satisfechos.

Tabla 4

¿El tiempo de espera para la atención fue adecuado?

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	40	25
Medio	60	37
Alto	62	38
Total	162	100

Nota: Data extraída de la pregunta tres de la variable calidad de Servicio

En la tabla 04 se observa que 62 personas que significa el 38.3% señalaron que el tiempo de espera para la atención fue adecuado, lo cual evidencia un nivel de significancia alta, no obstante, existe 60 clientes en el nivel regular, es decir, ni satisfechos ni insatisfechos, así como también 40 personas que no están satisfechas, es decir existe un problema de calidad del servicio.

Tabla 5

¿Considera que el personal se desenvolvió con eficiencia en la atención?

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	60	37
Medio	21	13
Alto	81	50
Total	162	100

Nota: Data extraída de la pregunta cuatro de la variable calidad de Servicio

En la tabla 5 se observa que 81 personas consideran que el personal se desenvuelve con eficiencia, es decir, existe un predominio en el nivel alto con un 100.00 %, no obstante, se sigue evidenciando que existe 60 personas que indican que no están satisfechas y totalmente satisfechas, aunado a las 21 personas que están en un nivel medio, en razón que se muestran ni satisfechas ni insatisfechas.

Tabla 6

¿En todo momento se sintió seguro dentro del restaurante?

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	8	5
Medio	81	50
Alto	73	45
Total	162	100

Nota: Data extraída de la pregunta cinco de la variable calidad de Servicio

En la tabla 6 se observa que 81 personas no se sienten ni satisfechos ni insatisfechos con la seguridad dentro del local, lo cual significa un nivel medio, asimismo existe 73 personas que representa el 73% que están satisfechos y totalmente satisfechos y finalmente 8 personas que no están satisfechas y totalmente satisfechas

Tabla 7

¿Le inspiró confianza el comportamiento del personal que lo atendió?

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	60	37
Medio	28	17
Alto	74	46
Total	162	100

Nota: Data extraída de la pregunta seis de la variable calidad de Servicio

En la tabla 7 se observa que 74 personas tienen un nivel alto de confianza debido al comportamiento del personal que lo ha atendido, así mismo existe 60 personas con un 37 % que están insatisfechas y finalmente 28 personas que no están ni satisfechas ni insatisfechas.

Tabla 8

¿El personal lo trató con amabilidad, respeto y paciencia?

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	60	37
Medio	29	18
Alto	73	45
Total	162	100

Nota: Data extraída de la pregunta siete de la variable calidad de Servicio

En la tabla 08 se observa que 73 personas significativamente con un 45 % señalaron que el personal les trató con amabilidad, respeto y paciencia, lo cual evidencia un nivel de significativa alta, no obstante, existe 60 clientes en el nivel bajo, es decir, no han recibido dicho trato, así también 29 personas que no están satisfechas ni insatisfechas.

Tabla 9

¿El profesional le brindó una atención personalizada?

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	61	38
Medio	28	17
Alto	73	45
Total	162	100

Nota : Data extraída de la pregunta ocho de la variable calidad de Servicio

En la tabla 9 se observa 73 personas que significan el 45 % señalaron que recibieron una atención personalizada, lo cual evidencia un nivel de significancia alta, no obstante, existe 61 clientes en el nivel bajo es decir existe un problema de atención personalizada, así también 28 personas no esta ni satisfechos ni insatisfechos.

Tabla 10

¿Las instalaciones son visualmente atractivas para usted?

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	60	37
Medio	20	12
Alto	82	51
Total	162	100

Nota: Data extraída de la pregunta nueve de la variable calidad de Servicio

En la tabla 10 se observa que 82 personas con un 51 % señalaron que las instalaciones son visualmente atractivas para ellos, lo cual evidencia un nivel de significancia alta, no obstante, existe 60 clientes en el nivel bajo, es decir deberían de mejorar para que se brinde llamativo el lugar, así mismo 20 personas de nivel regular ni satisfechos ni insatisfechos, es decir dado a ello debería de haber mejoras.

Tabla 11:

¿Considera que los productos ofrecidos (alimentos y bebidas) usan materia prima e insumos de alta calidad?

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	61	38
Medio	28	17
Alto	73	45
Total	162	100

Nota: Data extraída de la pregunta diez de la variable calidad de Servicio

En la tabla 11 se observa 73 personas que significan 45 % señalaron que consideran que usan productos de alta calidad en materia prima para sus platos la cual evidencia un nivel de significancia alta, no obstante, existe 61 clientes en el nivel bajo, señalaron que sus productos que brindan no son de alta calidad es decir existe un problema de calidad y debido a ello se requería de mejorar, así como también 28 personas que no están satisfechas ni insatisfechas

3.2 Del objetivo 02: Grado de satisfacción del cliente en el restaurante de cevichería de Trujillo.

Tabla 12

¿Se considera satisfecho en relación a la disposición del personal que atiende en el restaurante cevichero?

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	60	37
Medio	20	12
Alto	82	51
Total	162	100

Nota: Data extraída de la pregunta una de la variable Satisfacción del cliente

En la tabla 12 se observa que 82 personas que significan 51 % señalaron estar satisfechos en relación a la disposición del personal que atiende en el restaurante cevichero , lo cual evidencia significativa alta, no obstante, existe 60 cliente en el nivel regular, es decir existe un problema de satisfacción al cliente, así mismo para las 20 personas que no están satisfechas ni insatisfechas.

Tabla 13

¿Se considera satisfecho en relación a la rapidez con que fue atendido por el personal que atiende en el restaurante cevichero?

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	56	35
Medio	32	20
Alto	74	46
Total	162	100

Nota: Data extraída de la pregunta dos de la variable Satisfacción del cliente

En la tabla 13 se observa que 74 personas que significan con 46 % consideran estar satisfechos de acorde a la rapidez el cual fueron atendidos en el restaurante cevichero de Trujillo, no obstante, existe 56 personas en el nivel bajo y 32 en nivel regular, es decir, ni satisfecho ni insatisfecho, es decir existe un problema de satisfacción del cliente.

Tabla 14

¿Se considera satisfecho en relación a la seguridad que le ofrece el personal y el local que atiende en el restaurante cevichero?

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	82	51
Medio	7	4
Alto	73	45
Total	162	100

Nota: Data extraída de la pregunta tres de la variable Satisfacción del cliente

En la tabla 14 se observa que 73 personas que significan el 45 % señalaron estar satisfechos en relación a la seguridad que ofrece el personal y el local que atiende en el restaurante, no obstante, existe 82 clientes en el nivel bajo y 7 nivel regular, es decir, ni satisfechos ni insatisfechos, es decir existe un problema de satisfacción del cliente.

Tabla 15

¿Se considera satisfecho en relación a la confianza que le ofrece el personal del restaurante cevichero?

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	82	51
Medio	7	4
Alto	73	45
Total	162	100

Nota: Data extraída de la pregunta cuatro de la variable Satisfacción del cliente

En la tabla 15 se observa 73 personas que significa el 45 % señalaron estar satisfechos en relación a la confianza que le ofrece el personal del restaurante, lo cual evidencia un nivel de significativa alta, no obstante, existe 82 clientes en el nivel bajo y 7 de nivel regular, es decir existe un problema de satisfacción del cliente.

Tabla 16

¿Se considera satisfecho en relación al producto que se ofrece en el restaurante cevichero de Trujillo?

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	1	1
Medio	118	73
Alto	43	27
Total	162	100

Nota: Data extraída de la pregunta cinco de la variable Satisfacción del cliente

En la tabla 16 se observa que 118 personas que significan el 73% señalaron estar satisfechos ni insatisfechos en relación al producto que se ofrece en el restaurante cevichero, lo cual evidencia un nivel significativo medio, no obstante, existe 43 clientes en el nivel regular, es decir si están satisfechos, así también 1 personas esta esta insatisfecha, es decir existe un problema de satisfacción del cliente.

3.3. Existe relación alta y significativa entre la calidad de servicio y grado satisfacción del cliente en el restaurante cevichero de Trujillo, 2022.

Tabla 17

Relación de variables

		V1	V2
Rho de Spearman	V1	Coeficiente de correlación	1 ,800**
		Sig. (bilateral)	. 0
	N		162 162
	V2	Coeficiente de correlación	,800**
Sig. (bilateral)		0	.
N		162 162	

Relación entre calidad de servicio y Satisfacción del cliente

Observamos que existe una relación alta entre la calidad de servicio y satisfacción del cliente por cuanto se observa un valor de $r > 0.80$ y el sig. (Bilateral) es menor de 5% lo que implica que se acepta la hipótesis general de la investigación.

3.4 Prueba de hipótesis

3.4.1 Hipótesis general

Hi: Existe relación alta y significativa entre la calidad de servicio y el grado de satisfacción de los clientes del restaurante cevichero de la ciudad de Trujillo, 2022

Tabla 18

Prueba de Chi-cuadrado para hipótesis

	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	939,600 ^a	49	,000
Razón de verosimilitud	547,818	49	,000
Asociación lineal por lineal	145,211	1	,000
N de casos válidos	162		

Fuente: Elaboración propia

El sig. asintótica es menos al 5%, lo que implica que se acepta la hipótesis general de investigación y se rechaza la hipótesis nula de investigación.

CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

4.1 Discusión

Es de tener presente que en el actual mundo de competitividad que se vive las empresas dedicadas al rubro de restaurantes valoran la calidad del servicio que ofrecen y el grado de satisfacción del cliente, para lo cual constantemente están realizando encuestas a sus usuarios, bajo es contexto se planteó en la hipótesis determinar si existe relación significativa entre ambas variables, para lo cual, de acuerdo a los resultados obtenidos en el capítulo anterior, se valida la hipótesis planteada, el cual indica tener una relación significativa entre la calidad de servicio y el grado de satisfacción del cliente en el restaurante cevichero en Trujillo según la escala de correlación aplicada mediante la estadística inferencial, resultado que guarda similitud con lo determinado por Coronel (2016) quien demostró estadísticamente 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; donde valor $20,95 \chi = < 16,9190 \ 62,263$, con nivel de significancia de $0,000 < 0,05$; no obstante la calidad de servicio que brinda la empresa esta debe mejorar en algunas políticas y procedimientos de atención para obtener una mayor satisfacción en los clientes que acuden al restaurante

Analizado la variable calidad de servicio en la investigación, se determinó que las percepciones que tiene el cliente respecto de la atención del personal, el tiempo de espera, desenvolvimiento del personal y demás indicadores fue significativo en cuanto a la categoría, satisfacción del cliente, resultado que concuerda con la investigación realizada por Matsumoto (2014) el cual indica que la medición de la calidad del servicio de Ayuda Experto, se realizaron con profundidad, utilizando la herramienta del Modelo Servqual, que

permitió analizar las expectativas y percepciones de los clientes de la empresa, a través de las cinco dimensiones, determinado a través del análisis de fiabilidad, los resultados del alfa de cronbach fueron mayores a 0,6 es decir, que los ítems están relacionados entre sí, por otro lado Mejías (2018) , determinó que la calidad de servicio es una de las herramientas más utilizadas en el mundo y organizaciones para abordar estrategias y determinar la satisfacción al cliente indicando así el modelo SERVIQUAL aplicable para cualquier empresa de servicios e indica además un desarrollo de lealtad a los clientes a mantenerse sostenible mediante a ello también implica que el gerente o administrador realice las evaluaciones mediante la herramienta brindada para realizar cambios en tiempos reales ante los consumidores .

Por otro lado, se analizó el nivel de satisfacción del cliente a los consumidores mediante un cuestionario de escala SERVIQUAL .De igual forma , los resultados de esta investigación indican que si hay significativa relacion entre calidad de servicio con satisfacción al cliente .Para ello , se menciona a Paride (2017) , el cual considera medir mediante estudios cuantitativos y cualitativos, los indicadores que permite a las empresas tomar decisiones, con el fin de alcanzar la eficacia y la eficiencia en los servicios que brinda. Además, permite identificar las áreas críticas, en las cuales la empresa debe intervenir en forma inmediata y oportuna, reorientado y cambiando los aspectos organizativos.

No obstante que la investigación determina que existe relación significativa, es necesario que la empresa estimule al personal, a fin de que estos mantengan su atención centrada en las necesidades del usuario, por lo que se debe logra que estos adquieran un nivel de sensibilidad, atención y voluntad para ayudar a que los clientes muestren satisfacción en sus percepciones, finalmente el factor humano es lo más importante en una corporación.

4.2 Conclusiones

Se determinó que la calidad de servicio se relaciona en forma alta y significativa con la satisfacción del cliente, en razón de que el cliente se mostró satisfecho y totalmente satisfecho con lo que le brinda el restaurante, no obstante, existe un nivel medio y bajo considerable el cual debe teneres en cuenta para la toma de decisiones que realice la empresa el futuro.

La calidad de servicio ofrecida por el restaurante fue de nivel de significancia alta, no obstante, existe aún insatisfacción del cliente respecto que el personal no mostró interés en aclarar las dudas del cliente, así como también señalaron los clientes que orientación que ha recibido por parte del personal de la empresa les deja aun dudas, por cuanto, no están satisfechos ni insatisfechos

Se determinó que la satisfacción de cliente es de significancia, no obstante, muestra aun insatisfacción por la seguridad que le ofrece el restaurante, asimismo aún no está satisfecho ni insatisfecho con el producto que le brinda la empresa.

Realizada la prueba no paramétrica Rho de Spearman se determinó un coeficiente de $r > 0.80$ y el sig. (Bilateral) es menor de 5% lo que implica que se acepta la hipótesis general de la investigación, es decir, se determinó que existe relación entre las variables, lo que significa, que, a mayor calidad de servicio la satisfacción del cliente será mayor.

Referencias

- Carbajal, H. (2019). Cultura organizacional y calidad de servicio en el restaurant marisquería " Patty" d ela ciudad de Trujillo, 2019. *Tesis de pre grado. Universidad Nacional de Trujillo.* Humachuco, Peru.
http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/15404/carbajalcontreras_heilin.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Castañeda, Y. (2018). *Calidad de Servicios para Mejorar la Satisfacción del Cliente en el Restaurante "El Cantaro", Lambayeque 2017.* Tesis de maestría, Universidad Pedro Ruiz Gallo, Lambayeque. Perú.
<https://repositorio.unprg.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12893/5984/BC-1584%20CASTA%c3%91EDA%20VASQUEZ.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Coronel, C. (2016). CALIDAD DE SERVICIO Y GRADO DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN EL RESTAURANT PIZZA HUT EN EL CENTRO COMERCIAL MEGA PLAZA LIMA; 2016. *Tesis de pre grado. Universidad Señor de Sipan.* Chiclayo, Peru. [file:///C:/Users/Usuario%20PC/Downloads/CAROLINA-SOLEDAD-CORONEL-ARCE%20TESIS%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Usuario%20PC/Downloads/CAROLINA-SOLEDAD-CORONEL-ARCE%20TESIS%20(1).pdf)
- Gamallo, L. y Silva, J. (2019). *Calidad de servicio y satisfacción del cliente del restaurante San Francisco Chiclayo.* Tesis de grado, Universidad Cesar Vallejo, Chicalyo. Perú.
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/67311/B_Gamallo_CLA-Silva_JJL-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Ganga, F.; Alarcón, N. y Pedraja, L. (2019). Medición de calidad de servicio mediante el modelo SERVQUAL: el caso del Juzgado de Garantía de la ciudad de Puerto Montt - Chile. *Ingeniare. Rev. chil. ing.*
https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-33052019000400668
- Gonzales, C. (2018). *Plan de mejora para un servicio de calidad de atención al cliente en el resaturante turístico "El Mochica de Doña Fresia" distrito Huanchaco, 2018.* Trujillo.
http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/11382/gonzalesgamboa_carlos.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Hernández, R. y Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación*. Mexico Distrito Federal, Mexico: McGraw-Hill Interamericana, SA de CV.
[file:///C:/Users/User/Downloads/Hern%C3%A1ndez-%20Metodolog%C3%ADa%20de%20la%20investigaci%C3%B3n%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/User/Downloads/Hern%C3%A1ndez-%20Metodolog%C3%ADa%20de%20la%20investigaci%C3%B3n%20(1).pdf)
- Huerto, D. (2018). CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES EN EL RESTAURANTE QUILILICHA CAFÉ & CATERING SAC. - LIMA 2017". *Tesis de grado. Universidad de Huanuco*. Huanuco, Peru.
<repositorio.udh.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1333/GUERRERO%20QUIJANA%20Ana%20Cecilia.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Leyva, L. (2022). *Calidad de servicio y satisfacción del cliente en el rubro de restaurantes del sector Jorge Chávez, Paiján 2021*. Tesis de grado, Universidad Cesar Vallejo, Trujillo. Perú.
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/93621/Leyva_TLY-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- López, D. (2018). Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil. *Tesis de maestría. UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL*. Guayaquil, Ecuador.
<http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/9867/1/T-UCSG-POS-MAE-160.pdf>
- Lopez, P. y Fachelli, S. (2015). *Metodología de la investigación social cuantitativa*. barcelona, España.
https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2016/163567/metinvsocua_a2016_cap2-3.pdf
- Matsumoto, R. (2014). Desarrollo del Modelo Servqual para la medición de la calidad del servicio en la empresa de publicidad Ayuda Experto. *Perspectivas*.
http://www.scielo.org.bo/scielo.php?pid=S1994-37332014000200005&script=sci_arttext&tIng=en
- Mejias, A; Godoy, E. y Piña, R. (2018). Impacto de la calidad de los servicios sobre la satisfacción de los clientes en una empresa de mantenimiento. *Redalyc*.
<https://www.redalyc.org/jatsRepo/880/88055200020/html/index.html>
- Merlo, A. (2021). *La calidad de servicio y satisfacción del cliente en el Restaurant-Picantería Acuña, 2021*. Tesis de grado, Universidad Peruana del las Americas, Lima. Perú.

<http://repositorio.ulasamericas.edu.pe/bitstream/handle/upa/1930/1.%20TESIS-MERLO%20DE%20LA%20CRUZ%20ALEX%20RICHARD.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Monroy, M. y. (2019). Calidad en el servicio y su incidencia en la satisfacción del comensal en restaurantes de La Paz, México. *Redalyc*. <https://doi.org/https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=456057665005>
- Paride, B. (2017). LA SATISFACCION DEL CLIENTE. <https://www.thema-med.com/wp-content/uploads/2017/10/LA-SATISFACCI%C3%93N-DEL-CLIENTE.pdf>
- Rivera, S. (2019). *La calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la empresa Greenandes Ecuador*. Tesis de maestría, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Guayaquil, Ecuador. <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/12117/1/T-UCSG-POS-MAE-224.pdf>
- Torres, V. (2015). Calidad de servicio en el retail. *Peru retail*. <https://www.peru-retail.com/especialista/calidad-servicio-retail/>
- Vasquez, J. (2017). PERCEPCIÓN DE LA CALIDAD DE SERVICIO EN LOS RESTAURANTES DE LOS HOTELES DE CUATRO ESTRELLAS EN MIRAFLORES. *Tesis de pre grado. Universidad San Ignacio de Loyola*. Lima, Peru. http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/3464/3/2017_Vasquez-Gonzales.pdf
- Villacrés, A. (2020). *La calidad del servicio y satisfacción del cliente externo en el laboratorio clínico de la Fundación Santa Isabel Madre del Precursor*. Tesis de maestría, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Guayaquil . Ecuador. <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/14704>
- Yasser, J. (2018). "*Calidad de los servicios y satisfacción del cliente en el restaurante pizza Burger Diner, ubicado en la cabecera del departamento de Zacapa*". Zacapa. <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesisjrkd/2018/01/04/DelCid-Yasser.pdf>

Anexo 01 Matriz de consistencia

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN	HIPÓTESIS	VARIABLES DE ESTUDIO DEFINICIÓN CONCEPTUAL	TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	POBLACIÓN / MUESTRA	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
	<p>Objetivo General:</p> <p>Evaluar la relación entre la calidad de servicio y el grado de satisfacción del cliente en el Restaurant de cevichería de, Trujillo, 2022.</p> <p>Objetivos Específicos:</p> <p>¿Cuál es la relación entre la calidad de servicio y el grado de satisfacción del cliente en el restaurante cevichero de Trujillo, 2022?</p> <p>a) Medir el nivel de la calidad de servicios del restaurante de cevichería de Trujillo ,2022.</p> <p>c) Evaluar el grado de satisfacción del cliente en el restaurante de cevichería de Trujillo, 2022.</p> <p>c) Correlacionar la calidad de servicio y el grado de la satisfacción del cliente en el restaurante de cevichería de Trujillo, 2022.</p>	<p>Hipótesis General</p> <p>Existe relación directa y significativa entre la calidad de servicio y el grado de satisfacción de los clientes del restaurante cevichero de Trujillo, 2022</p>	<p>VARIABLE INDEPENDIENTE:</p> <p>Calidad de servicio</p> <p>Matsumoto (2014), define la calidad de servicio como el resultado de una evaluación, donde el cliente compara sus expectativas frente a sus percepciones, es decir compara el servicio que el cliente espera y el que recibe de la empresa.</p> <p>VARIABLE DEPENDIENTE:</p>	<p>TIPO DE INVESTIGACION</p> <p>Descriptiva-correlacional</p> <p>DISEÑO DE INVESTIGACIÓN: No experimental</p>	<p>POBLACIÓN</p> <p>La población estará constituida por 280 clientes que hicieron uso del servicio en el mes de octubre, del año 2022</p> <p>Muestra</p> <p>La muestra es de 162 clientes</p>	<p>TÉCNICAS:</p> <p>Encuesta</p> <p>Instrumentos</p> <p>Cuestionario</p>

Satisfacción del cliente

Paride (2017), lo señala como un indicador, mediante el cual se usa juicios cuantitativos y cualitativos, para medir la calidad percibida y la calidad prometida al cliente, en cuanto a su satisfacción de la necesidad.

Nota: Elaboración propia

Anexo 2. Matriz de Operacionalización de Variables

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICION
CALIDAD DE SERVICIO	<p>VARIABLE INDEPENDIENTE:</p> <p>Matsumoto (2014), define la calidad de servicio como el resultado de una evaluación, donde el cliente compara sus expectativas frente a sus percepciones, es decir compara el servicio que el cliente espera y el que recibe de la empresa.</p>	<p>Para el estudio de esta variable se utilizó una encuesta que consta en un cuestionario de preguntas de 10 ítems, la cual fue adaptada del trabajo realizado por Leyva (2022)</p>	Fiabilidad	Disposición	Likert
			Capacidad de respuesta	Interés Celeridad Eficiencia Seguridad interna	
			Seguridad	Seguridad externa	
			Empatía	Cortesía Atención	
			Elementos tangibles	Infraestructura Productos	
SATISFACCION DEL CLIENTE	<p>VARIABLE DEPENDIENTE:</p> <p>Paride (2017), lo señala como un indicador, mediante el cual se usa juicios cuantitativos y cualitativos, para medir la calidad percibida y la calidad prometida al cliente, en cuanto a su satisfacción de la necesidad; este indicador permite a las empresas tomar decisiones, con el fin de alcanzar la eficacia y eficiencia en los servicios que brinda</p>	<p>La presente variable fue evaluada mediante la aplicación de encuestas a través del cual se formuló una serie de ítems</p>	Fiabilidad	Satisfacción	Likert
			Capacidad de respuesta	Satisfacción	
			Seguridad	Satisfacción	
			Empatía	Satisfacción	

Elementos tangibles

Satisfacción

Nota: Elaboración propia

Anexo 03 Matriz de Instrumentos

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	ESCALA DE MEDICION
CALIDAD DE SERVICIO	Fiabilidad	Disposición	¿Recibió orientación adecuada por parte del personal que lo atendió?	Escala Likert del 1 al 5
		Interés	¿El personal mostró interés para aclarar sus dudas?	
		Celeridad	¿El tiempo de espera para la atención fue adecuado?	
	Capacidad de respuesta	Eficiencia	¿Considera que el personal se desarrolló con eficiencia en la atención?	
		Seguridad interna	¿En todo momento se sintió seguro dentro del restaurante?	
	Seguridad	Seguridad externa	¿Le inspiró confianza el comportamiento del personal que lo atendió?	
		Cortesía	¿El personal lo trató con amabilidad, respeto y paciencia?	
	Empatía	Atención	¿El profesional le brindó una atención personalizada?	
		Infraestructura	¿Las instalaciones son visualmente atractivas para usted?	
	Elementos tangibles	Productos	¿Considera que los productos ofrecidos (alimentos y bebidas) usan materia prima e insumos de alta calidad?	
SATISFACCION DEL CLIENTE	Fiabilidad	Satisfacción	¿Se considera satisfecho en relación a la disposición del personal que atiende en el restaurante cevichero ?	Escala Likert del 1 al 5
	Capacidad de respuesta	Satisfacción	¿Se considera satisfecho en relación a la rapidez con que fue atendido por el personal que atiende en el restaurante cevichero?	

Seguridad	Satisfacción	¿Se considera satisfecho en relación a la seguridad que le ofrece el personal y el local que atiende en el restaurante cevichero?
Empatía	Satisfacción	¿Se considera satisfecho en relación a la confianza que le ofrece el personal del restaurant Cevichero?
Elementos tangibles	Satisfacción	¿Se considera satisfecho en relación al producto que se ofrece en el restaurante cevichero ?

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

Yo, LUIS ENRIQUE QUIROZ VELIZ, con DNI 17806730, de profesión ingeniero industrial, grado académico MAGISTER, con código de colegiatura CIP-42056, labor que ejerzo actualmente como DOCENTE, en la Institución UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación contenido el Instrumento denominado encuesta: Encuesta para evaluar la calidad de servicio y grado de satisfacción del cliente en el restaurante de cevichería de Trujillo, 2022.

Luego de valorar la adecuación de los ítems, concluyo en las siguientes apreciaciones.

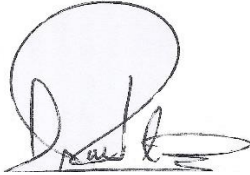
Criterios evaluados	Valoración positiva			Valoración negativa	
	MA (3)	BA (2)	A (1)	PA	NA
Calidad de redacción de los ítems.	x				
Amplitud del contenido a evaluar.	x				
Congruencia con los indicadores.	x				
Coherencia con las dimensiones.	x				
Puntaje parcial:				No aporta	
Puntaje total:					

Conclusión: MA (x) BA () A () No aporta: ()

Trujillo, a los 29 días del mes de septiembre del 2022

Apellidos y nombres: QUIROZ VELIZ, LUIS ENRIQUE DNI:17806730

Firma:



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

Yo, JOSE ROBERTO HUAMAN TUESTA, con DNI 17814526, de profesión INGENIERO, grado académico MAESTRO EN INVESTIGACION Y DOCENCIA UNIVERSITARIA, con código de colegiatura 22305, labor que ejerzo actualmente como DOCENTE TIEMPO COMPLETO, en la UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación contenido el Instrumento denominado encuesta: : Encuesta para evaluar la calidad de servicio y grado de satisfacción del cliente en el restaurante de cevichería de Trujillo, 2022.

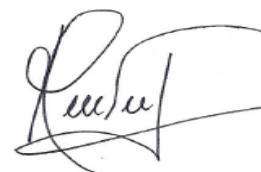
Luego de valorar la adecuación de los ítems, concluyo en las siguientes apreciaciones.

Criterios evaluados	Valoración positiva			Valoración negativa	
	M A (3)	BA (2)	(1)	PA	N A
Calidad de redacción de los ítems.		X			
Amplitud del contenido a evaluar.		X			
Congruencia con los indicadores.		X			
Coherencia con las dimensiones.		x			
Puntaje parcial:				No aporta	
Puntaje total:					

Conclusión: MA () BA (x) A () No aporta: ()

Trujillo, a los 29 días del mes de septiembre del 2022

Apellidos y nombres: JOSE HUAMAN TUESTA DNI: 17814526 Firma:



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

Yo, CUEVA URRA MARLIES ALICIA, con DNI 18186434, de profesión ADMINISTRADORA DE EMPRESAS, grado académico MAGISTER, con código de colegiatura CLAD-15502, labor que ejerzo actualmente como DOCENTE TIEMPO COMPLETO, en la Institución UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación contenido el Instrumento denominado encuesta: Encuesta para evaluar la calidad de servicio y grado de satisfacción del cliente en el restaurante de cevichería de Trujillo, 2022.

Luego de valorar la adecuación de los ítems, concluyo en las siguientes apreciaciones.

Criterios evaluados	Valoración positiva			Valoración negativa	
	MA (3)	A (2)	(1) A	PA	NA
Calidad de redacción de los ítems.	X				
Amplitud del contenido a evaluar.	X				
Congruencia con los indicadores.	X				
Coherencia con las dimensiones.	X				
Puntaje parcial:				No aporta	
Puntaje total:					

"calidad de servicio y grado de satisfacción del cliente
en un restaurante de cevichería de Trujillo, 2022" "

Conclusión: MA (X) BA () A () **No aporta:** ()

Trujillo, a los 29 días del mes de septiembre del 2022

Apellidos y nombres: CUEVA URRRA MARLIES ALICIA **DNI:** 18186434 **Firma:**


Lic. Marlies Alicia Cueva Urra
CLAD 15602