



UNIVERSIDAD  
PRIVADA  
DEL NORTE

# ESCUELA DE POSTGRADO Y ESTUDIOS CONTINUOS

LA RELACIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DEL SECTOR RESTAURANTES DE COMIDA ITALIANA DEL BALNEARIO DE HUANCHACO, 2019.

Trabajo de investigación para optar el grado académico de Maestro en:

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**Autores:**

Br. Castillo Silva, Johny Valdemar

Br. Durand Azcarate, Luis Augusto

**Asesora:**

Dra. Obando Peralta, Ena Cecilia

Trujillo – Perú

2019

## Resumen

La presente investigación titulada: La Relación de La Calidad Del Servicio y La Satisfacción del Cliente del Sector Restaurantes de Comida Italiana del Balneario de Huanchaco, 2019, tuvo como objetivo principal determinar si la calidad del servicio se relaciona con la satisfacción del cliente del sector restaurantes de comida italiana del balneario de Huanchaco, 2019. Esto como respuesta al problema ¿Existe relación entre la calidad del servicio con la satisfacción del cliente del sector restaurantes de comida italiana del balneario de Huanchaco, 2019?

La presente investigación se realizó bajo un enfoque cuantitativo, no experimental y correlacional, se utilizó para tal fin un cuestionario para la recopilación de información y se tomó como tamaño de la muestra estratificada a los clientes del sector restaurantes de comida italiana del balneario de Huanchaco.

Y a través de la prueba estadística de Pearson se llegó a determinar que existe una correlación positiva alta de **0.734**, la misma que indica que la variable “Satisfacción al Cliente” está relacionado con el “Calidad del Servicio”. Es decir, a mejor Calidad del Servicio, mejor satisfacción del cliente respectivamente de los restaurantes de comida italiana del balneario del Huanchaco. Llegando a conclusión de esta investigación determinó que la calidad del servicio se relaciona positiva y significativamente en la satisfacción del cliente del sector restaurantes de comida italiana del balneario de Huanchaco, 2019

Palabras Claves: Calidad Del Servicio, Satisfacción del Cliente

## **Abstract**

The present research entitled: The Relationship of Service Quality and Customer Satisfaction of the Italian Food Restaurants Sector of the Spa of Huanchaco, 2019, had as main objective to determine if the quality of the service is related to the customer satisfaction of the restaurants sector of Italian food from the spa of Huanchaco, 2019. This as a response to the problem Is there a relationship between the quality of service and the customer satisfaction of the Italian food restaurants sector of the resort of Huanchaco, 2019?

The present investigation was carried out under a quantitative, non-experimental and correlational approach, a questionnaire for the collection of information was used for this purpose and the size of the sample stratified was taken to the customers of the restaurant serving Italian food restaurants in the resort of Huanchaco.

The conclusion of this investigation determined that the quality of the service is positively and significantly related to the customer satisfaction of the Italian food restaurants sector of the resort of Huanchaco, 2019

Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction

## Dedicatoria

Dedico la tesis a mi madre María Josefina, mis hermanos Julio Cesar y Liz Erika, quienes son ejemplo de superación y de lucha por alcanzar sus sueños. A mi abuelita Rosa, que siempre inculcó el estudio en mí para llegar a ser profesional, un beso hacia el cielo para ti nanita y para mi angelito Nicolle Dashiell que siempre vive en mi recuerdo.

A mi pequeña Alixa Yanel, a quien solo le pido a Dios que la cuide y la llene siempre de bendiciones.

A Rocio Marivel, por su paciencia, amor y cariño incondicional, y por hacerme recordar cada día, "Dios Provee".

*Johny Valdemar*

Dedico la tesis con todo mi amor y cariño a mi Chufra que, al no estar presente, sé que le hubiera disfrutado mucho, una persona del cual me enseñó a ser lo que soy con una vida metódica y responsable de mi actuar, donde al inculcarme el estudio y ser mejor cada día, me haría grande y donde para llegar a ser como él me falta mucho más camino por recorrer.

A mi familia por su apoyo incondicional y alentándome que con perseverancia se puede más, aunque para muchos volver a empezar nadie lo creía, pero acá estoy con el entusiasmo de seguir la línea de investigación.

A mis compañeros y amigos quienes sin esperar nada a cambio compartieron conocimientos y me incentivaron a continuar. En especial a Ena Cecilia por su paciencia y ayuda desinteresada, especialmente en mi caso fue crucial para la realización de esta investigación. Y a todas aquellas personas que estuvieron a mi lado apoyándome, logrando así este sueño ahora hecho realidad.

Gracias Totales.

*Luis Augusto*

## **Agradecimientos**

Gracias a nuestra Universidad por habernos permitido formarnos e inculcado a ser mejores personas, gracias a todas las personas que fueron participes de este proceso formarnos cada día, también a cada una de las personas que fueron participes directo, en especial a nuestra asesora la Dra Ena Cecilia Obando Peralta.

Agradecemos de manera especial los restaurantes de comida italiana del balneario que nos accedieron y brindaron su apoyo y consideración desinteresada de sus instalaciones para llegar a sus comensales, para poder concluir dicha investigación.

## Tabla de contenidos

Resumen.....	ii
Abstract .....	iii
Dedicatoria .....	iv
Agradecimientos .....	v
Tabla de contenidos .....	vi
Índice de tablas .....	vii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
Realidad problemática .....	1
Pregunta de investigación .....	2
Objetivos de la investigación.....	2
Justificación de la investigación .....	3
Alcance de la investigación .....	3
II. MARCO TEÓRICO.....	4
II.1. Antecedentes: .....	4
III. HIPÓTESIS .....	22
III.1. Declaración de hipótesis .....	22
III.2. Operacionalización de variables.....	22
IV. DESCRIPCIÓN DE MÉTODOS Y ANÁLISIS .....	25
V. RESULTADOS .....	27
V.1. Resultado 1 del Objetivo Especifico 1: Medir el nivel en la satisfacción del cliente del sector restaurantes de comida italiana de del balneario de Huanchaco, 2019.....	27
V.2. Resultado 2 del Objetivo Especifico 2: Medir el nivel de la calidad del servicio del sector restaurantes de comida italiana del balneario de Huanchaco, 2019.....	42
V.3. Resultado 3 del Objetivo Especifico 1: Medir la relación de la calidad del servicio en la satisfacción del sector restaurantes de comida italiana del balneario de Huanchaco, 2019 .	61
VI. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES .....	62
VI.1. Discusiones:.....	62
VI.2. Conclusiones: .....	64

## Índice de tablas

Tabla 1: Matriz de Operacionalización.....	22
Tabla 2: Nivel de Satisfacción del Cliente .....	27
Tabla 3: La satisfacción del cliente según dimensiones .....	28
Tabla 4: ¿Se le brinda atención cuando va a comunicarse con su jefe? .....	29
Tabla 5: ¿En general el servicio prestado por el restaurante cumple con sus expectativas? ...	29
Tabla 6: ¿Recomendaría el restaurante a sus amigos? .....	30
Tabla 7: ¿El lugar le genera un ambiente acogedor? .....	32
Tabla 8: ¿Considera que el restaurante cumple con un estándar apropiado de higiene? .....	33
Tabla 9: ¿Cree usted que la relación precio - calidad es correcto?.....	34
Tabla 10: ¿Siente que los empleados atendieron sus necesidades completas? .....	35
Tabla 11: ¿Se cumplió el tiempo de espera del platillo indicado? .....	36
Tabla 12: ¿El acceso al restaurante es fácil?.....	37
Tabla 13: ¿La ubicación dentro del restaurante es idónea para el tipo de servicio que ofrece? .....	38
Tabla 14: ¿Ud. considera que vale la pena venir de otro lugar a consumir en el restaurante?39	
Tabla 15: ¿Cree usted que el número de personal de atención es suficiente? .....	40
Tabla 16: ¿Se cumplió en entregar el plato en el tiempo sugerido por el personal? .....	41
Tabla 17: Nivel de Calidad del Servicio .....	42
Tabla 18: La Comunicación Interna según Dimensiones .....	43
Tabla 19: ¿El restaurante cuenta con el mobiliario acorde al servicio que desea ofrecer? .....	44
Tabla 20: ¿Las instalaciones del comedor son visualmente atractivas? .....	45
Tabla 21: ¿El personal del restaurante tiene una apariencia ordenada y pulcra? .....	46
Tabla 22: ¿La comida brindada en el comedor luce apetitosa? .....	47
Tabla 23: ¿El menaje (bandeja y cubiertos) son presentados con adecuado estado y limpieza? .....	48
<b>Tabla 24:</b> ¿El personal del restaurante realiza bien el servicio desde el primer momento? ....	49
<b>Tabla 25:</b> ¿El restaurante cumple con los horarios establecidos? .....	50
<b>Tabla 26:</b> ¿El restaurante cumple con los horarios establecidos? .....	51
<b>Tabla 27:</b> ¿El restaurante le ofrece un servicio rápido? .....	52
<b>Tabla 28:</b> ¿El punto de cocción y sabor de los productos era el conveniente? .....	53
<b>Tabla 29:</b> ¿El personal tiene conocimiento suficiente para responder sus preguntas? .....	54
<b>Tabla 30:</b> ¿Los empleados del restaurante están siempre dispuestos a ayudarte?.....	55
<b>Tabla 31:</b> ¿El comportamiento del personal del comedor le inspira confianza? .....	56
<b>Tabla 32:</b> ¿Los empleados del restaurante son siempre amables con usted? .....	57
<b>Tabla 33:</b> ¿Se ofrece información detallada sobre el menú diario? .....	58
<b>Tabla 34:</b> ¿Los empleados del restaurante le brindan una atención personalizada?.....	59
<b>Tabla 35:</b> ¿El personal del restaurante se encuentra atento ante sus inquietudes del pedido del platillo? .....	60
Tabla 36: Correlaciones .....	61
Tabla 37: Matriz de Consistencia.....	67

## Índice de figuras

<i>Figura 1: La satisfacción del cliente según dimensiones</i> .....	28
<i>Figura 2: ¿Se le brinda atención cuando va a comunicarse con su jefe?</i> .....	29
<i>Figura 3: ¿En general el servicio prestado por el restaurante cumple con sus expectativas?</i> ..	30
<i>Figura 4: ¿Recomendaría el restaurante a sus amigos?</i> .....	31
<i>Figura 5: ¿El lugar le genera un ambiente acogedor?</i> .....	32
<i>Figura 6: ¿Considera que el restaurante cumple con un estándar apropiado de higiene?</i> .....	33
<i>Figura 7: ¿Cree usted que la relación precio - calidad es correcto?</i> .....	34
<i>Figura 8 ¿Siente que los empleados atendieron sus necesidades completas?</i> .....	35
<i>Figura 9: ¿Se cumplió el tiempo de espera del platillo indicado?</i> .....	36
<i>Figura 10: ¿El acceso al restaurante es fácil?</i> .....	37
<i>Figura 11: ¿La ubicación dentro del restaurante es idónea para el tipo de servicio que ofrece?</i> .....	38
<i>Figura 12: ¿Ud. considera que vale la pena venir de otro lugar a consumir en el restaurante?</i> .....	39
<i>Figura 13: ¿Cree usted que el número de personal de atención es suficiente?</i> .....	40
<i>Figura 14: ¿Se cumplió en entregar el plato en el tiempo sugerido por el personal?</i> .....	41
<i>Figura 15: La Calidad del Servicio según Dimensiones</i> .....	43
<i>Figura 16: ¿El restaurante cuenta con el mobiliario acorde al servicio que desea ofrecer?</i> ...	44
<i>Figura 17: ¿Las instalaciones del comedor son visualmente atractivas?</i> .....	45
<i>Figura 18: ¿El personal del restaurante tiene una apariencia ordenada y pulcra?</i> .....	46
<i>Figura 19: ¿La comida brindada en el comedor luce apetitosa?</i> .....	47
<i>Figura 20: ¿El menaje (bandeja y cubiertos) son presentados con adecuado estado y limpieza?</i> .....	48
<b>Figura 21:</b> <i>¿El personal del restaurante realiza bien el servicio desde el primer momento?</i> ..	49
<b>Figura 22:</b> <i>¿El menaje (bandeja y cubiertos) son presentados con adecuado estado y limpieza?</i> .....	50
<b>Figura 23:</b> <i>¿El restaurante cumple con los horarios establecidos?</i> .....	51
<b>Figura 24:</b> <i>¿El restaurante le ofrece un servicio rápido?</i> .....	52
<b>Figura 25:</b> <i>¿El restaurante le ofrece un servicio rápido?</i> .....	53
<b>Figura 26:</b> <i>¿El personal tiene conocimiento suficiente para responder sus preguntas?</i> .....	54
<b>Figura 27:</b> <i>¿Los empleados del restaurante están siempre dispuestos a ayudarte?</i> .....	55
<b>Figura 28:</b> <i>¿El comportamiento del personal del comedor le inspira confianza?</i> .....	56
<b>Figura 29:</b> <i>¿Los empleados del restaurante son siempre amables con usted?</i> .....	57
<b>Figura 30:</b> <i>¿Se ofrece información detallada sobre el menú diario?</i> .....	58
<b>Figura 31:</b> <i>¿Los empleados del restaurante le brindan una atención personalizada?</i> .....	59
<b>Figura 32:</b> <i>¿El personal del restaurante se encuentra atento ante sus inquietudes del pedido del platillo?</i> .....	60



## I. INTRODUCCIÓN

### Realidad problemática

En los años 1990, en el balneario de Huanchaco no existía otro negocio de comida nocturna casual, solo un restaurante de pollos broaster y un restaurante de cocina internacional dirigido por una familia francesa, en relación a toda la gama de restaurantes de pescados que ofrecían sus productos durante el día. Esto fue el punto motivador de varios restaurantes a comenzar a emprender negocios para cubrir una expectativa de clientes y visitantes que se alojaban en el balneario de Huanchaco con variedades de pizzas, y pastas de toda índole en variedades según las preferencias de sus comensales.

La mayor intención de estos restaurantes fue crear ambientes acogedores que acercaran a sus clientes. Con platos de presentaciones tradicionales y mezclas de productos de la región orientados a línea italiana.

Lo beneficioso del lugar es que el balneario de Huanchaco es un lugar de segunda opción al poseer una variedad de establecimientos hoteleros del departamento de La Libertad, con su antecesor de la ciudad de Trujillo. Por lo que muchos inversionistas empezaron a montar restaurantes de diferentes formatos, donde la variedad de comida internacional se fue transformando de acuerdo a las necesidades de turistas para aplacar las necesidades.

En el balneario de Huanchaco existe en el sector de restaurantes enfocado al rubro de comida italiana seis restaurantes, el primero de ellos **Bassano Pizza a la Leña** el cual su propietario procedencia italiana se instauro con sus costumbres y particularidades de su tierra, captando publico foráneo y de paso; el segundo de ellos **Cocco Viaggiatore** un restaurante inclinado a la gama de pizzas con clientes de ruta y sabores tradicionales; el tercero es **Casa Tere** restaurant ubicado en la plaza mayor con instalaciones muy típicas del balneario y donde se logra tener un calor de casa para un público de gustos amplios en comida italiana; como cuarto es **A Tutta Pizza** un restaurante de costumbres italianas enfocado en pizzas; la quinta opción el restaurante **Stradivarius Pizzeria Cafe Bar** negocio con tradiciones Trujillanas con estilo de artículos antiguos típicos de una fonda; la sexta opción es **Mr. Pizza** lugar cálido de costumbres típicas de la región de Liguria.

Actualmente las empresas buscan mejorar su crecimiento y que este contribuye al desarrollo de la localidad y se desenvuelven por lo cual. Para que una empresa pueda crecer es importante que mejore su calidad y esto solo se puede lograr si se conoce la satisfacción que tiene el cliente sobre la misma. Es por ello importante determinar en qué medida la calidad de servicio y la satisfacción del cliente del sector restaurantes de comida italiana del balneario de Huanchaco, 2019.

## **Pregunta de investigación**

¿Existe relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente del sector restaurantes de comida italiana del balneario de Huanchaco, 2019?

## **Objetivos de la investigación**

### **Objetivo general:**

Determinar si la calidad del servicio se relaciona con la satisfacción del cliente del sector restaurantes de comida italiana del balneario de Huanchaco, 2019.

### **Objetivos específicos:**

1. Medir el nivel de la calidad del servicio del sector restaurantes de comida italiana del balneario de Huanchaco, 2019.
2. Medir el nivel en la satisfacción del cliente del sector restaurantes de comida italiana de del balneario de Huanchaco, 2019.
3. Medir la relación de la calidad del servicio en la satisfacción del sector restaurantes de comida italiana del balneario de Huanchaco, 2019.

## **Justificación de la investigación**

La presente investigación permitirá contar con métodos para medir la calidad del servicio y satisfacción del cliente del sector restaurantes de comida italiana del balneario de Huanchaco. Para el logro de los objetivos en las empresas de investigación se aplicó como instrumento para la captura de datos un cuestionario, el cual se diseñó acorde a las dimensiones identificadas por los autores en estudio Noriaki Kano (1984), quien a través de su modelo busca la mejora de la satisfacción del cliente y Mejias, Reyes y Maneiro (2006), quien orientó su estudio a la calidad del servicio, identificando los elementos intangibles, confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía.

Los resultados del análisis de las variables y su relación de estas (calidad del producto y satisfacción del cliente) permitirá identificar del sector restaurantes de comida italiana del balneario, puntos débiles para realizar esfuerzos de planificación para mejorar su calidad de productos y satisfacción del cliente.

Asimismo, este primer paso de investigación orientado al apoyo de los restaurantes antes mencionados, podrá servir de apoyo para posteriores trabajos, ampliando el estudio sobre la calidad del producto y satisfacción del cliente en un restaurante.


Finalmente, la justificación práctica de la presente investigación se centrará en ayudar a mejorar la calidad del producto y satisfacción del cliente a los restaurantes mencionados, proporcionando conclusiones de mejora para el sector de restaurantes de comida italiana del balneario de Huanchaco, 2019, las cuales luego de su evaluación podrán ser tomadas en cuenta para su implementación. (César Camisón, 2006, pág. 918)

## **Alcance de la investigación**

Finalmente, la investigación ejecutada podrá servir para dar a conocer a negocios del mismo rubro u otros de cómo se puede mejorar las percepciones de la calidad del producto y satisfacción del producto.

Es importante tener en cuenta que la reglamentación para la categorización y la calificación turística de restaurantes, según la Ley N° 29408 y su reglamento aprobado por el Decreto Supremo N° 003-2010-MINCETUR.

Por tanto, la selección fue basándose en los requisitos por MINCETUR guiándonos con una escala alta del 75% de coincidencia de observación, catalogando:

Restaurantes seleccionados	
Bassano Pizzería a la Leña	1
Cocco Viaggiatore	1
Casa Tere Restaurant	2
Stradivarius Pizzería Café Bar	2
A Tutta Pizza	1
Mr. Pizza	1

Fuente: elaboración propia

El público objetivo está dirigido a las personas que visiten el balneario de Huanchaco ya sean turistas nacionales y extranjeros, entre los clientes estarán personas jóvenes y adultos; que no sólo les guste comer, sino comer bien. El mercado objetivo al que va dirigido este tipo de encuesta es para evidenciar sus preferencias en la calidad del servicio y su satisfacción como cliente. Los clientes del restaurante encuestado serán los evaluadores y quienes valoran el resultado.

## II. MARCO TEÓRICO

### II.1. Antecedentes:

#### **Entre los antecedentes internacionales se encuentran:**

Según la investigación titulada “Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy’s de la ciudad de Guayaquil”, realizada por Daniela Cecilia López Mosquera, publicada por la universidad católica de Santiago de Guayaquil, presento como problema ¿Cuál es la relación de la calidad de servicio con la satisfacción de los clientes del restaurante Rachy’s de la ciudad de Guayaquil? En la investigación se identifican los factores

relacionados con la calidad del servicio que presenta la empresa, destacando entre ellos: Respuesta inmediata, trato personalizado, instalaciones, maquinarias, equipos y la confiabilidad del personal. A pesar del esfuerzo realizado en bien de la mejora de la calidad del servicio, se identificó la existencia de clientes insatisfechos, por un trato poco personalizado por parte del personal, pudiendo ser esto por no estar capacitados o por la cantidad limitada de personal. Como conclusión se comprobó que existe una relación significativa positiva entre la calidad del servicio y la satisfacción al cliente, esto significa que, si aumenta la calidad del servicio, aumentara la satisfacción al cliente o si disminuye la calidad de servicio disminuye la satisfacción al cliente. (Gutiérrez Candela, 2018)

El autor identifico la importancia de la capacitación y motivación del personal del negocio, tanto a nivel del trato con los clientes, como también a nivel de mejora de los procesos con la finalidad de aumentar la satisfacción del cliente.

El antecedente contribuye a conocer la influencia negativa de algunos indicadores en un negocio los cuales, sino son tratados para su mejora oportuna en el momento pueden contribuir a perdidas en la rentabilidad de un negocio.

Según la investigación titulada "**Evaluación de la calidad de servicio al cliente en el restaurante Pizza Burger Diner de Gualan, Zacapa.**", realizada por Aby Leticia Sánchez España, publicada por la Universidad Rafael Landívar, en Zacapa, Guatemala, presento como problema ¿Cuál es la percepción de los clientes, sobre la calidad del servicio en el restaurante Pizza Burger Diner Gualán?. En la investigación se identifican que los directivos coinciden en que uno de los principales problemas que tienen es la "deficiencia en el servicio al cliente", lo cual obedece a diversas causas, resaltando principalmente a la falta del departamento de Recursos Humanos lo cual provoca que el proceso de reclutamiento del personal sea deficiente, ya que no se aplican políticas de reclutamiento y por consiguiente puede haber personas no idóneas ocupando los diferentes cargos de la empresa. A esa situación se le suma la insuficiente capacitación del personal que podría provocar desmotivación. Estas deficiencias en el servicio pueden provocar clientes insatisfechos con el servicio recibido, pérdidas de clientes, reducción en ventas, disminución de la rentabilidad y pérdida de la credibilidad en la marca. (España Aby, 2017)

El autor luego de calcular el índice de calidad del servicio con el método ServQual, determinar la brecha de insatisfacción de los clientes según la diferencia entre las expectativas y percepciones, y realizar una evaluación 360°, para conocer las percepciones de los colaboradores y directivos del restaurante, propone no solo considerar evaluar la calidad del servicio de mesas en el restaurante, sino incluir también la calidad del servicio que se ofrece en los pedidos a domicilio, asimismo, se recomienda realizar una evaluación de calidad de servicio utilizando la misma metodología en cada uno de los restaurantes de la cadena Pizza Burger Diners, para comparar la calidad del servicio y estandarizarlo. Dar prioridad a las dimensiones que presentan las mayores brechas de insatisfacción, que en este caso son los elementos tangibles y finalmente según los resultados de la evaluación 360°, se recomienda a los directivos escuchar y tomar en cuenta las opiniones de los colaboradores, ya que son ellos quienes tienen la relación directa con el cliente y conocen sus deseos.

El antecedente contribuye a conocer cómo influye de forma negativa la deficiencia en el servicio al cliente en un negocio, provocando pérdidas de clientes, reducción de ventas, disminución de la rentabilidad y pérdida de la credibilidad de la marca, poniendo en peligro la estabilidad de crecimiento del negocio. Finalmente hace mención a la importancia de tomar en cuenta las opiniones de los colaboradores por parte de los directivos, considerando que ellos son quienes están en contacto directo día a día con el cliente.

Según la investigación titulada "**Medición de la satisfacción del Cliente Del Restaurante Museo Taurino, Y Formulación De Estrategias De Servicio Para La Creación De Valor**", realizada por Juanita Blanco Pineros, publicada por la Universidad Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, Colombia, presento como problema ¿Cuál es el grado de satisfacción de los clientes y cuáles son las estrategias de servicio que podrían fomentar la creación de valor tanto para el cliente directo?

En la investigación se identifica que el sector de alimentos cuenta con una gran competencia y más aún cuando está ubicado en una de las localidades más transcurridas de Bogotá como lo es Teusaquillo. El restaurante Museo Taurino lleva funcionando aproximadamente 10 años, en los cuales ha logrado mantener una posición en este mercado, sin embargo, con el paso del tiempo

no se han creado estrategias de servicio para lograr abrirse a un mayor número de clientes ofreciendo un mayor número de productos en su portafolio y al mismo tiempo mejorar la calidad del servicio ofrecido. Cada vez hay una mayor frecuencia de ingreso de nuevas compañías especialmente en el área del sector de alimentos gastronómicos, con una amplia variedad de productos y servicios y creciente calidad de los mismos, el restaurante se ve en la necesidad de ampliar su portafolio de servicios acorde a las necesidades de los clientes para lograr ampliar el alcance de su mercado, innovar en sus productos y mejorar la calidad del servicio prestado. (PINEROS, 2009)

El autor a través del desarrollo de su investigación identifico que el brindar un buen servicio al cliente lleva consigo grandes consecuencias para la organización en todo aspecto. No solo se dará a conocer, o podrá adquirir el liderazgo en relación con la competencia, sino que las partes que la componen y sus stakeholders se verán directamente afectados en caso no se considere estratégicamente de una forma adecuada.

Para el caso del Restaurante Museo Taurino, se buscaba aumentar el número de clientes e incrementar su rentabilidad y proyectar una mejor imagen del negocio. Asimismo, la investigación permitió al autor identificar las debilidades y fortalezas del recinto, siendo su mayor fortaleza la confianza que genera el servicio en el cliente, así como la rapidez de este, y a su vez su mayor debilidad fue el aspecto de los tangibles.

De esta manera y en base a los resultados que se obtuvieron luego de aplicar encuestas relacionadas con la medición de la satisfacción del Cliente, se crearon estrategias de servicio para mejorar en la mayor parte posible todas las falencias de servicio que el restaurante presentaba, obteniendo así el objetivo final de su investigación que era aumentar el número de clientes y el incremento de su rentabilidad.

El antecedente contribuye a conocer cómo influye de forma negativa cuando un negocio no se proyecta a futuro y, por lo tanto, no presenta estrategias orientadas a su crecimiento en el mercado, a pesar de que cada día se hace más competitivo ante la llegada de nuevas compañías gastronómicas en el sector, haciendo de esta forma más interesante las oportunidades de elección de los clientes frecuentes. Además, permitió conocer la importancia de cómo influyen los aspectos tangibles en un negocio, desde el pintado externo

(fachada) hasta los interiores del ambiente donde se brindan los servicios, así como también, la implementación de un parqueo, la imagen de los muebles (mesas y sillas), la decoración y finalmente la presentación física pulcra del personal que atiende.

Para el caso de la investigación Calidad en el servicio y su incidencia en la satisfacción del comensal en restaurantes de La Paz, México, el objetivo es determinar la percepción promedio de la calidad en el servicio (CS) y su incidencia en las medias de la satisfacción del cliente (SC) en 54 restaurantes adscritos a la Cámara Nacional de Restaurantes y Alimentos Condimentados, A.C. de La Paz, Baja California Sur. El método se realizó mediante encuestas a comensales valorando cinco dimensiones (instalaciones, accesibilidad, capital humano, atmósfera y la comida) y una serie de análisis de varianza donde los factores fueron los tipos de especialidades de restaurantes. Los resultados revelan que los dimensiones de la CS y SC no presentaron diferencias significativas, excepto en el factor *atmósfera* y *comida*. Este hallazgo revela que es necesario realizar un análisis estratégico del servicio para los empresarios. La originalidad consistió en medir la SC en relación a la CS la cual presentó una  $r=0.9$  global. Una limitación fue que solo se segmenta a la población por sexo.

Fuente: [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2448-76782019000100006&script=sci\\_arttext#B56](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2448-76782019000100006&script=sci_arttext#B56)

#### **Entre los antecedentes nacionales se cuenta con:**

La siguiente investigación titulada “**Calidad del Servicio y Satisfacción del Cliente en Restaurantes de Comida Marina Chimbote, 2016**”. Realizado por Martínez Chávez, Richard Oscar, publicada por la universidad católica Los Ángeles de Chimbote. En la investigación se planteó el siguiente objetivo general: ¿Determinar la relación que existe entre calidad del servicio y satisfacción del cliente, desde la perspectiva de sus expectativas y percepciones, en las MYPE del sector servicios-rubro restaurantes de comida marina en el distrito de Chimbote, 2016? El autor concluye que si existe una relación directa entre la calidad del servicio y satisfacción del cliente con coeficiente de correlación positiva de ambas variables. Así mismo demuestras



que existe relación directa entre la calidad de servicio en las dimensiones de tangibilidad, fiabilidad, responsabilidad, seguridad, empatía y satisfacción del cliente.

El autor recomienda capacitar de manera permanente al personal de la MYPE del sector servicios rubro comida marina, en el manejo de estrategias de atención al cliente como pilar fundamental de la calidad del servicio y técnicas de desarrollo personal para crecer en el país. (Martínez, 2016)

El antecedente contribuyo a reformar la cultura organizacional de los empleados en la calidad de atención al cliente de los restaurantes marinos, como se pretendió en la siguiente tesis.

La siguiente investigación se desarrolla sobre la **calidad de servicio que incide en el nivel de satisfacción de los clientes en el Restaurante La Huerta de la ciudad Puno, en el periodo 2015**. Realizada por Cruz Atamari, Rocio., publicada por la Universidad Nacional del Antiplano, Puno. 2016. En la investigación se planteó el siguiente objetivo general: ¿Analizar el nivel de satisfacción del cliente en base a la evaluación de la calidad de servicio utilizando el modelo SERVQUAL, del Restaurante “La Huerta” de la ciudad Puno, ¿en el periodo 2015”

La autora concluye la siguiente 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. Por lo tanto, el autor recomienda realizar de manera permanente una evaluación de la satisfacción de los clientes con respecto a la calidad del servicio del Restaurante, con el propósito de implementar mejoras permanentes y oportunas en este proceso, verificando que cada implementación contribuya eficientemente con el Restaurante “La huerta”.

El antecedente no ayuda a la verificación y soporte de las falencias en las áreas de servicio de restauración donde la capacitación debe ser constante mejorando la satisfacción y por ende la calidad con respecto al servicio.

Sector Restaurantes creció en 2,36% En el mes de estudio, el grupo de restaurantes aumentó 2,36%, entre los rubros que destacaron se encuentran las pollerías, cevicherías, comidas rápidas y restaurantes, apoyados en la extensión de franquicias, ofertas de verano (combos) y variada carta de comida regional e internacional. Asimismo, los restaurantes turísticos, de comida criolla, sandwicherías y pizzerías mostraron un mayor dinamismo debido a mejores propuestas de servicio, servicio delivery, promociones vía online, programas de descuento en alianzas estratégicas con bancos y empresas; así como, presentación de artistas. También, coadyuvó la realización de ferias gastronómicas como “Perú, Mucho Gusto-Pisco”, “Feria del helado y la raspadilla”, “Festival Sabores del Verano”, la promoción y desarrollo de la XVI edición de la Cumbre Internacional de Gastronomía “Madrid Fusión 2018”, en España, donde el Perú participó por décimo quinta vez en esta feria culinaria. Cabe destacar que la visita del Papa Francisco y la realización del Rally Dakar 2018 impulsaron la actividad de restaurantes, debido a que atrajeron a un mayor número de turistas nacionales y extranjeros. Por el contrario, disminuyó el rubro de chifas, café restaurantes y carnes y parrillas.

Fuente: <http://m.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/noticias/nota-de-prensa-n-043-2018-inei.pdf>

**Finalmente, entre los antecedentes locales se cuenta:**

La siguiente investigación se desarrolla sobre **Calidad de servicio y satisfacción del cliente en una entidad bancaria de Trujillo, 2016**, realizada por las autoras: Liza Soriano de Silva, Claudia Milsa Siancas Ascoy, Cecilia de Lourdes. Publicada por la Universidad Privada del Norte. En la investigación se planteó el siguiente problema ¿Cómo impacta la calidad de servicio en la satisfacción del cliente externo, en una entidad bancaria de Trujillo, en el año 2016?

Los autores concluyeron que el índice de calidad en el servicio está directamente relacionado con el índice de satisfacción general, en función que el cliente no está conformado de un solo elemento sino de tres (es multidimensional): el rendimiento percibido, las expectativas y los niveles de satisfacción. Por lo tanto, recomiendan realizar la encuesta en diferentes épocas del año de acuerdo a las campañas de las entidades bancarias, con

esto se podría reconfirmar las conclusiones obtenidas en este estudio y además se podrían corroborar los cambios en la satisfacción de los clientes externos.

Como punto importante el compromiso de todas las entidades bancarias de recoger este tipo de información y canalizarlo a sus desarrollos para encontrar un mejor panorama total del grado de calidad de servicio que se brinda en la región Trujillana.

La siguiente investigación se desarrolla sobre **Calidad de servicio y satisfacción del cliente de la empresa R&S Distribuidores SAC en la ciudad de Trujillo, año 2016.**, Realizada por Peltroche Anchay, Erick Daniel Trujillo 2018. Publicada por la Universidad Cesar Vallejo. En la investigación se presentó el siguiente problema ¿Cuál es la relación entre la calidad de servicio y satisfacción del cliente de la empresa R&S Distribuidores SAC en la ciudad de Trujillo, año 2016?

El autor concluyo que el total de los clientes encuestados tienen un buen concepto sobre la empresa R&S Distribuidores SAC, debido a que el vendedor lo mantiene informado sobre los productos, de que la empresa se preocupa por cubrir con todas sus necesidades; por ende, se ve reflejado en el total de los clientes encuestados que si recomendarían a otras personas para que compren en la empresa R&S Distribuidores.

Por tanto, el autor recomienda que la empresa debe mejorar cada resultado que se ha obtenido de la encuesta para que así puedan atender a un nivel óptimo y que los clientes se sientan más satisfechos y puedan seguir comprando en la empresa.

La dedicación puesta en cada cliente dará un mejoramiento continuo que se verá reflejado en la fidelización del cliente y por ende beneficio para todos los empleados.

Según el Directorio de Restaurantes Región La Libertad publicado el 2018, Trujillo cuenta con 321 restaurantes registrados de comida variada, los cuales no precisan la cantidad en su totalidad de restaurantes que sirven comida italiana, dado que el nombre del restaurante no se relaciona muchas veces con el tipo de comida y ofrece comida internacional variada.

Fuente: <http://www.regionlalibertad.gob.pe/directorio-turismo/directorio-de-restaurantes/10065-directorio-restaurantes-region-la-libertad-2018-30-09-18>

## II.2. Bases teóricas

**Calidad del servicio:** Técnicas de servicio que sirven para ganarse la lealtad de los clientes

Según Mejías, Reyes y Maneiro (2005). Las dimensiones de la calidad del servicio se dividen en: Elementos Tangibles, Fiabilidad, Capacidad de Respuesta, Seguridad y Empatía.

**Elementos tangibles:** Aspecto de las instalaciones físicas, equipos, personal y material que interviene o utilizado en la prestación del servicio. Son la parte visible del servicio y del proceso correspondiente y lo conforman la apariencia de las instalaciones físicas, los equipos, el personal, la documentación y otros materiales de comunicación. Pueden ser determinantes en la imagen percibida por el usuario del servicio y en la generación de contradicciones entre las expectativas producidas por la comunicación al usuario del servicio prometido, con la realidad del mismo por parte del usuario. (Castello, 2014)

**Fiabilidad:** Habilidad para realizar el servicio acordado de forma fiable y cuidadosa: acierto y precisión; ausencia de errores. Este atributo se basa en la percepción del usuario sobre la capacidad de realizar el servicio acordado en la forma y plazos establecidos. La fiabilidad representa la capacidad organizativa y de recursos para prestar el servicio de forma eficiente y sin fallos que lo impidan o perjudiquen. Para satisfacer este criterio son necesarios procesos experimentados y personal cualificado para ejecutarlos. Cuando la fiabilidad es baja, existen riesgos graves de pérdida de confianza de los clientes (incluso la pérdida del cliente) y elevados costes de reparación (los llamados costes de la “no calidad”). (Castello, 2014)

**Capacidad de respuesta:** Disposición para proporcionar un servicio rápido: rapidez, puntualidad, oportunidad. No basta con tener medios para prestar un servicio, sino que tiene que ser posible prestarlo cuando lo demanda el usuario. El servicio diferido no puede plantearse en gran parte de las actividades económicas y sociales de hoy en día. La capacidad de respuesta responde a la

inmediatez en hacerse cargo de la demanda y en la rapidez y/o puntualidad de su solución. (Castello, 2014)

**Seguridad:** Conocimientos y atención mostrados por los empleados y sus habilidades para inspirar credibilidad y confianza. El usuario de un servicio precisa de una confianza en la percepción del servicio, que le inspire la tranquilidad de estar haciendo lo adecuado con la Organización o Unidad Organizativa adecuada. La profesionalidad del personal de contacto con el usuario es una fuente de confianza, demostrando una habilidad y destreza en el desarrollo del servicio acordado. Para potenciar este atributo de calidad, se debe eliminar cualquier sombra de duda sobre el proceso y sus resultados.

Esta dimensión agrupa los siguientes criterios:

- Profesionalidad: O competencia técnica. Posesión de las destrezas requeridas y conocimiento de la ejecución del servicio.
- Cortesía: Atención, consideración, respeto y amabilidad del personal de contacto con el cliente.
- Credibilidad: Veracidad, creencia, honestidad en el servicio que se proporciona.
- Seguridad: Inexistencia de peligros, riesgos o dudas. (Castello, 2014)

**Empatía:** Atención individualizada que se ofrece a los clientes. Un servicio es, en definitiva, una relación entre personas y la calidad se basa no solo en la cortesía profesional, sino en entender y resolver las necesidades por las que el cliente “consume” determinado servicio. En este sentido, es necesario mantener informados al usuario de un servicio a lo largo de todo el proceso con información relevante para el mismo.

Esta dimensión agrupa los siguientes criterios:

- Accesibilidad: Servicio accesible y fácil de contactar.
- Comunicación: Mantener a los clientes informados utilizando un lenguaje que puedan entender, así como escucharlos y capacidad para explicar lo sucedido.
- Comprensión del cliente: Hacer el esfuerzo de conocer a los clientes y sus necesidades. (Castello, 2014)

Según Dolors Setó Pamies (2004) actualmente existe un elevado consenso en relación a la multidimensionalidad de la variable “calidad de servicio”. Aunque

también es cierto que ese consenso ya no es tan generalizado en el momento de concretar exactamente cuáles son a las dimensiones que la definen. A pesar que las cinco dimensiones propuestas por Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985, 1988, 1991) tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía han tenido mucha aceptación a lo largo del tiempo, en algunas investigaciones posteriores se ha señalado la existencia de tres, cuatro y cinco o más dimensiones. Por lo que hoy en día sigue vigente el debate sobre la dimensionalidad de “la calidad de servicio” (Barroso,2000).

De modo que las dimensiones o elementos resultantes fueron cinco dimensiones:

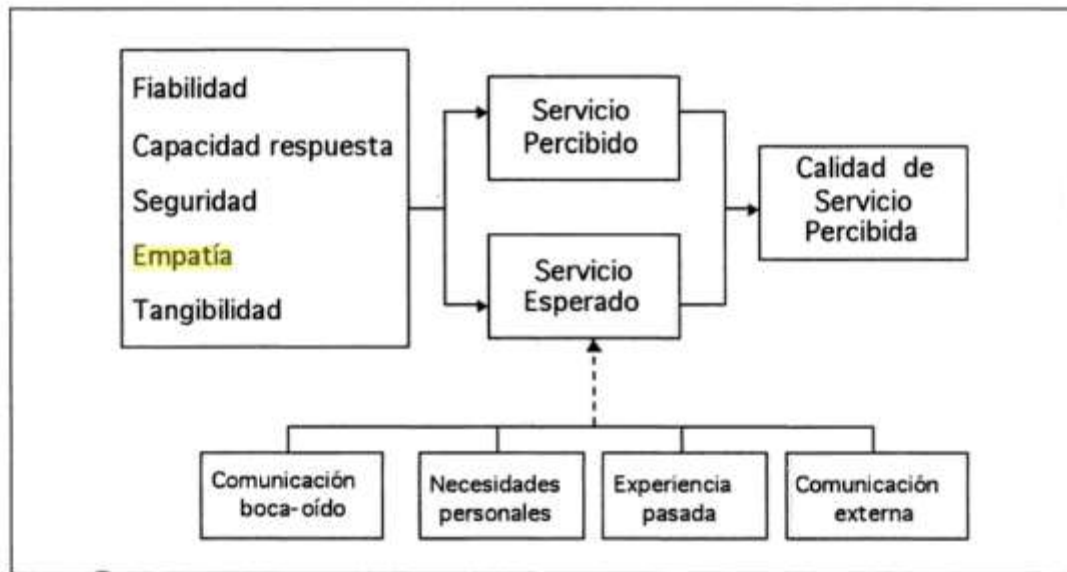
Tangibilidad: apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación.

Fiabilidad: habilidad para prestar el servicio prometido de forma cuidadosa y fiable.

Capacidad de respuesta: disposición y voluntad de los empleados para ayudar a los clientes y ofrecerles un servicio rápido.

Seguridad: conocimientos y atención mostrados por el personal de contacto y sus habilidades para inspirar credibilidad y confianza al cliente.

Empatía: atención individualizada que el proveedor de servicio ofrece a los clientes. (Dolors, 2004)



Fuente: Zeithaml, Berry y Parasuraman (1993, p.26).

#### Definición de calidad (W. Edwards Deming)

Según W. Edwards Deming, asesor de renombre internacional conocido por su trabajo en el Japón, y quien revolucionó la calidad y la productividad japonesas, a la filosofía y a los métodos del Dr. Deming se debe en gran parte el éxito de la industria japonesa actual. El Dr. Deming ofreció catorce principios fundamentales para la gestión y transformación empresarial, sus conceptos son aplicados en diversas empresas industriales y de servicios; sus métodos incorporan el uso de herramientas estadísticas y una transformación de la cultura empresarial para alcanzar la calidad y productividad. El Dr. Deming señaló que la alta dirección tiene que aceptar el liderazgo para que el programa de calidad sea efectivo, con el objetivo de ser competitivo, mantenerse en el negocio y proporcionar empleo por mucho tiempo. (Jesus Cristian, 2012)

La calidad es “un grado predecible de uniformidad y fiabilidad a bajo coste, adecuado a las necesidades del mercado”. El autor indica que el principal objetivo de la empresa debe ser permanecer en el mercado, proteger la inversión, ganar dividendos y asegurar los empleos. Para alcanzar este objetivo el camino a seguir es la calidad. La manera de conseguir una mayor calidad es mejorando el producto y la adecuación del servicio a las especificaciones para reducir la variabilidad en el diseño de los procesos productivos.

Deming nunca definió ni describió la calidad de manera precisa. En su último libro, afirmó: “Un producto o servicio tiene calidad si ayuda a alguien y goza de un mercado sustentable”. Desde el punto de vista de Deming, la variación es la principal culpable de la mala calidad. En los ensambles mecánicos, por ejemplo, las variaciones en las especificaciones de las dimensiones de las partes dan lugar a un desempeño inconsistente y desgaste y fallas prematuras. De manera similar, las inconsistencias en el comportamiento humano en los servicios frustran a los clientes y afectan la reputación en las empresas. Para lograr una reducción en la variación, Deming recurrió a un ciclo permanente que consta de: diseño del producto o servicio, manufactura o prestación del servicio, pruebas y ventas, seguido por estudios de mercado y luego rediseño y mejora (James, 2005)

#### Los Catorce Principios del Dr. Edward Deming

Los “Catorce Principios para la administración”, buscan que la organización se proyecte su mejora a largo plazo obligando a un compromiso de modificar su forma de pensar y actuar.

1. Crear constancia en el propósito de mejorar el producto y el servicio, con el objetivo de llegar a ser competitivos y permanecer en el negocio, y de proporcionar puestos de trabajo.
2. Adoptar la nueva filosofía. Nos encontramos en una nueva era económica. Los directivos occidentales deben ser conscientes del reto, deben aprender sus responsabilidades, y hacerse cargo del liderazgo para cambiar.
3. Dejar de depender de la inspección para lograr la calidad. Eliminar la necesidad de la inspección en masa, incorporando la calidad dentro del producto en primer lugar.
4. Acabar con la práctica de hacer negocios sobre la base del precio. En vez de ello, minimizar el coste total. Tender a tener un solo proveedor para cualquier artículo, con una relación a largo plazo de lealtad y confianza.
5. Mejorar constantemente y siempre el sistema de producción y servicio, para mejorar la calidad y la productividad, y así reducir los costes continuamente.
6. Implantar la formación en el trabajo.



7. Implantar el liderazgo. El objetivo de la supervisión debería consistir en ayudar a las personas y a las máquinas y aparatos para que hagan un trabajo mejor. La función supervisora de la dirección necesita una revisión, así como la supervisión de los operarios.
8. Desechar el miedo, de manera que cada uno pueda trabajar con eficacia para la compañía.
9. Derribar las barreras entre los departamentos. Las personas en investigación, diseño, ventas y producción deben trabajar en equipo, para prever los problemas de producción y durante el uso del producto que pudieran surgir, con el producto o el servicio.
10. Eliminar los eslóganes, exhortaciones y metas para pedir a la mano de obra cero defectos y nuevos niveles de productividad. Tales exhortaciones sólo crean unas relaciones adversas, ya que el grueso de las causas de la baja calidad y baja productividad pertenecen al sistema y por tanto caen más allá de las posibilidades de la mano de obra.
11. a) Eliminar los estándares de trabajo (cupos) en planta. Sustituir por el liderazgo.  
b) Eliminar la gestión por objetivos. Eliminar la gestión por números, por objetivos numéricos. Sustituir por el liderazgo.
12. a) Eliminar las barreras que privan al trabajador de su derecho a estar orgulloso de su trabajo. La responsabilidad de los supervisores debe virar de los meros números a la calidad.  
b) Eliminar las barreras que privan al personal de dirección y de ingeniería de su derecho a estar orgullosos de su trabajo. Esto quiere decir, la abolición de la calificación anual o por méritos y de la gestión por objetivos.
13. Implantar un programa vigoroso de educación y auto-mejora.
14. Poner a todo el personal de la compañía a trabajar para conseguir la transformación. La transformación es tarea de todos. (Deming, 1986)

**Satisfacción:** “Acción y efecto de satisfacer o satisfacerse.” (REA, 2014)

Noriaki Kano, profesor japonés experto en el campo de la gestión de la calidad. A finales de los 70 creó una herramienta que hasta la actualizada se utiliza para **priorizar las necesidades del cliente y determinar qué**

**atributos le aportan mayor satisfacción.** Está herramienta es denominada como el Modelo de Kano el cual identifica cinco tipos de preferencias del cliente. Cada tipo de preferencia o atributo Kano es clasificado en función de su capacidad de producir satisfacción o insatisfacción en él.

Clasificó las necesidades del cliente en cuatro **categorías**:

**Calidad esperada.** (Must be): Son características o prestaciones imprescindibles que debe poseer un producto o servicio. Por ello se puede determinar que son decisivas para que un cliente continúe interesado en nuestro producto o servicio o simplemente no vuelva a realizar una compra. Sin embargo, no sirven para aumentar la satisfacción del cliente.

Se reconocen enseguida cuando se prescinde de ellas. Porque pueden ocasionar una gran insatisfacción, curiosamente cuando se encuentran muchas veces pasan desapercibidas. En resumen, es lo mínimo que podemos exigir. Podríamos considerar como ejemplo el asistir a un restaurante y este no cuente con aparcamiento, podría ocasionar una insatisfacción total.

**Calidad deseada.** (Performance): Características que el cliente pide de manera explícita.

Necesidades concretas como que sea fácil de usar, fácil de transportar, rápido, con una buena relación calidad/precio, etc.

Cualidades que tienen el poder de aumentar o disminuir la satisfacción del usuario en función de su grado de cumplimiento. Es decir, cuantos más atributos se cumplen, más satisfecho está el cliente. Y al revés, si no se cumplen sus expectativas el cliente quedará muy descontento.

A modo de ejemplo Podremos considerar el asistir a un restaurante y se solicite un ambiente adecuado para una celebración de un grado de estudio obtenido por un personal y se le asigne el ambiente adecuado para dicha celebración.

**Calidad motivante.** (Delighter): Son características del producto o servicio que el cliente no esperaba encontrar. Atributos que le sorprenden gratamente porque no los ha pedido de forma expresa y sin embargo están ahí.

En realidad, el cliente podría pasar perfectamente sin esos “extras” añadidos, pero ya que la empresa ha tenido el detalle, lo agradece enormemente.

Por lo tanto, son características que cuando están presentes son muy valoradas, pero si están ausentes al cliente no le causa insatisfacción.

Por ejemplo, cuando asistes a un restaurante y luego de cancelar el consumo se obsequian caramelos o dulces de temporada de cortesía.

Mejoras que sorprenden, mejoras que impactan, y que por ser inesperadas producen una gran satisfacción. No tienen por qué ser el resultado de una gran inversión, incluso los pequeños detalles pueden llegar a ser muy apreciados.

En definitiva, estas son las características con las que te ganas el corazón de los clientes. Totalmente diferenciadoras y que en un momento dado pueden ser decisivas para atraer su fidelidad.

**Calidad indiferente.** (Indifferent): Son atributos que no se consideran ni buenos ni malos y que por tanto no afectan a la satisfacción/insatisfacción del cliente. Aunque Kano sí se refirió a ellos, otros autores ni siquiera los mencionan porque los consideran secundarios, de carácter neutral y de bajo impacto. **(Pilar, 2015)**

Philip Kotler, define la satisfacción del cliente como "el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas"

Vargas y Aldana (2014) indican que la satisfacción del cliente depende solamente de lo bien que las empresas son capaces de hacer los productos

o de prestar los mejores servicios, y de lo que los clientes pueden percibir de acuerdo a sus expectativas. (p.207).

Así mismo Hoffman y Bateson (2012) afirman que la satisfacción del cliente es cuando se da la relación entre las expectativas del cliente y sus percepciones ya que si se lleva a cabo una buena percepción y esta sea positiva entonces se podrá decir que se superaron las expectativas del cliente y quedara satisfecho. (p.289). (Palomino Cano, 2018)

### II.3 Definición de términos básicos:

**Calidad:** Propiedad o conjunto de propiedades inherentes a algo, que permiten juzgar su valor. (RAE, 2014)

**Contrastar:** tr. Comprobar la exactitud o autenticidad de algo. (RAE, 2014)

**Correccional:** adj. Que conduce a la corrección. f. Alteración o cambio que se hace en las obras escritas o de otro género, para quitarles defectos o errores, o para darles mayor perfección. (RAE, 2014)

**Descriptiva:** adj. Que describe. tr. Representar o detallar el aspecto de alguien o algo por medio del lenguaje. (RAE, 2014)

**Elementos Intangibles:** adj. Que no debe o no puede tocarse. (RAE, 2014). Las ofertas de mercado no están limitadas a productos físicos, también incluyen servicios, que son actividades o beneficios ofrecidos para su venta y son básicamente intangibles y no tienen como resultado la propiedad de algo. Como ejemplos podemos citar los servicios de restaurantes, bancos, líneas aéreas, hoteles, entre otros. (kotler&armstrong, 2008)

**Elementos Tangibles:** adj. Que se puede tocar. (RAE, 2014). Lo tangible, en definitiva, es aquello a lo que se puede acceder desde el **tacto**. Éste es el sentido que posibilita que un organismo perciba diversas características de un objeto, como su dureza o su temperatura. (Pérez Porto, 2012)

**Empatía:** f. Sentimiento de identificación con algo o alguien. (RAE, 2014)

**Fiabilidad:** f. Cualidad de fiable. (RAE, 2014)

**Matriz de consistencia:** Es un instrumento fundamental de un trabajo de investigación, consta de varios cuadros formados por filas y columnas, permite al investigador evaluar el grado de conexión lógica y coherencia entre el título, el problema, los objetivos, las hipótesis, las variables, el tipo, método, diseño e instrumentos de investigación; de mismo modo la población y la muestra correspondiente de estudio.

En consecuencia, la matriz facilita tener una visión general de estudio, puesto que permite al investigador ubicar las actividades que se plantean como necesarias para dar cumplimiento a los resultados. Por un lado, permite sumar en forma vertical, el total de acciones que requiere un resultado para hacer realidad. Y por el otro lado, permite la suma horizontal de los resultados que son impactados en una relación causa – efecto por una misma acción, identificándose a sí el valor de una actividad por la cantidad de resultados a los que va a beneficiar.

**Matriz de Operacionalización:** Es un procedimiento que permite pasar del plano abstracto al plano concreto de la investigación, esto es, del marco teórico a un plano operativo. En este proceso, cada variable se convierte en UNIDADES OBSERVABLES y medibles de la investigación

**Satisfacción:** f. Acción y efecto de satisfacer o satisfacerse. (RAE 2014)

**Servicio:** Cualquier actividad o beneficio que una parte puede ofrecer a otra y que es básicamente intangible porque no tiene como resultado la obtención de la propiedad de algo.

### **III. HIPÓTESIS**

#### **III.1. Declaración de hipótesis**

La calidad del servicio se relaciona positiva y significativamente en la satisfacción del cliente del sector restaurantes de comida italiana del balneario de Huanchaco, 2019.

#### **III.2. Operacionalización de variables**

Tabla 1: Matriz de Operacionalización

## Matriz Operacionalización

### Variable independiente: Satisfacción al cliente

Variable	Tipo de variable	Definición Conceptual	Operacionalización	Categorías o Dimensiones	Definición	Indicador	Nivel de medición	Unidad de	Items	Valor
<b>Variable Independiente</b> Satisfacción al cliente	Variable cuantitativa	Teoría creada por Noriaki Kano, sobre el desarrollo de productos y la satisfacción del cliente cuya efectividad quedó rápidamente probada desarrollada en la década de 1980, y que en la actualidad sigue siendo tomada como guía por infinidad de corporaciones que desean continuar mejorando la satisfacción con sus clientes	Según el modelo Kano, la finalidad de este modelo es predecir el nivel de satisfacción del cliente (para poderlo maximizar) en función de cuáles sean las características presentes en el producto. Se mide en calidad esperada, calidad deseada, calidad motivante, calidad indiferente, calidad de rechazo.	<b>Calidad esperada (Must be)</b>	Son los requisitos básicos (imprescindibles) que todo servicio o producto debe cumplir, estos son decisivos para que un cliente siga interesado en repetir la compra. Los requisitos básicos son reconocidos en seguida, cuando faltan producen una gran insatisfacción.	Característica decisiva para que un cliente siga interesado en repetir la compra.	Ordinal	Nivel	¿Ud. Se encuentra satisfecho con el servicio del restaurante?	Se toma en 5 niveles: Totalmente en desacuerdo, en desacuerdo, neutral, de acuerdo, totalmente de acuerdo
							Ordinal	Nivel	¿En general el servicio prestado por el restaurante cumple con sus expectativas?	Se toma en 5 niveles: Totalmente en desacuerdo, en desacuerdo, neutral, de acuerdo, totalmente de acuerdo
							Ordinal	Nivel	¿Recomendaría el restaurante a sus amigos?	Se toma en 5 niveles: Totalmente en desacuerdo, en desacuerdo, neutral, de acuerdo, totalmente de acuerdo
				<b>Calidad deseada (Performance)</b>	Cualidades del servicio o producto que tienen el poder de aumentar o disminuir la satisfacción del usuario en función de su grado de cumplimiento. Cuanto más atributos se cumplan, mayor será la satisfacción por parte del cliente.	Cualidad que tienen el poder de aumentar o disminuir la satisfacción del usuario en función de su grado de cumplimiento	Ordinal	Nivel	¿El lugar le genera un ambiente acogedor?	Se toma en 5 niveles: Totalmente en desacuerdo, en desacuerdo, neutral, de acuerdo, totalmente de acuerdo
							Ordinal	Nivel	¿Considera que el restaurante cumple con un estándar apropiado de higiene?	Se toma en 5 niveles: Totalmente en desacuerdo, en desacuerdo, neutral, de acuerdo, totalmente de acuerdo
							Ordinal	Nivel	¿Cree usted que la relación precio - calidad es correcto?	Se toma en 5 niveles: Totalmente en desacuerdo, en desacuerdo, neutral, de acuerdo, totalmente de acuerdo
				<b>Calidad motivante (Delighter)</b>	Son características del producto o servicio que el cliente no esperaba encontrar que cuando están presentes son muy valoradas, pero si están ausentes al cliente no le causa insatisfacción. Atributos que le sorprenden gratamente por que no los ha pedido de forma expresa y sin embargo están ahí.	Atributo que le sorprende gratamente al cliente aunque no haya sido solicitada.	Ordinal	Nivel	¿Siente que los empleados atendieron sus necesidades completas?	Se toma en 5 niveles: Totalmente en desacuerdo, en desacuerdo, neutral, de acuerdo, totalmente de acuerdo
							Ordinal	Nivel	¿Se cumplió el tiempo de espera del platillo indicado?	Se toma en 5 niveles: Totalmente en desacuerdo, en desacuerdo, neutral, de acuerdo, totalmente de acuerdo
							Ordinal	Nivel	¿El acceso al restaurante es fácil?	Se toma en 5 niveles: Totalmente en desacuerdo, en desacuerdo, neutral, de acuerdo, totalmente de acuerdo
				<b>Calidad indiferente (Indifferent)</b>	Son atributos que no se consideran ni buenos ni malos y que por lo tanto no afectan a la satisfacción del cliente. Otros autores los consideran neutrales o de bajo impacto.	Atributo de bastante probabilidad, el cliente pasara por alto, no siendo así determinantes para su satisfacción.	Ordinal	Nivel	¿La ubicación dentro del restaurante es idónea para el tipo de servicio que ofrece?	Se toma en 5 niveles: Totalmente en desacuerdo, en desacuerdo, neutral, de acuerdo, totalmente de acuerdo
							Ordinal	Nivel	¿Ud. considera que vale la pena venir de otro lugar a consumir en el restaurante?	Se toma en 5 niveles: Totalmente en desacuerdo, en desacuerdo, neutral, de acuerdo, totalmente de acuerdo
							Ordinal	Nivel	¿Cree usted que el número de personal de atención es suficiente?	Se toma en 5 niveles: Totalmente en desacuerdo, en desacuerdo, neutral, de acuerdo, totalmente de acuerdo
<b>Calidad de rechazo</b>	Son aquellos factores que deberemos evitar estén presentes en nuestro servicio o producto a toda costa. La presencia de los mismos podría condicionar de manera fatal la decisión de nuestro cliente. Conviene evitarlos a toda costa porque suponen un gasto de producción y reducen las ventas.	Factores que deben evitarse estar presentes.	Ordinal	Nivel	¿Se cumplió en entregar el plato en el tiempo sugerido por el personal?	Se toma en 5 niveles: Totalmente en desacuerdo, en desacuerdo, neutral, de acuerdo, totalmente de acuerdo				
			Ordinal	Nivel						

## Matriz Operacionalización

### Variable independiente: Calidad del Servicio

Variable	Tipo de variable	Definición Conceptual	Operacionalización	Categorías o Dimensiones	Definición	Indicador	Nivel de medición	Unidad de	Items	Valor
<b>Variable Dependiente</b> Calidad del Servicio	Variable cuantitativa	Técnicas de servicio que sirven para ganarse la lealtad de los clientes	Según Mejías, Reyes y Manero, (2006) la calidad del servicio se mide en Elementos Intangibles, confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía.	<b>Elementos tangibles</b>	Apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación.	Nivel de percepción que tienen los clientes sobre los elementos intangibles del servicio	Ordinal	Nivel	¿El restaurante cuenta con el mobiliario acorde al servicio que desea ofrecer?	Se toma en 5 niveles: Totalmente en desacuerdo, en desacuerdo, neutral, de acuerdo, totalmente de acuerdo
							Ordinal	Nivel	¿Las instalaciones del comedor son visualmente atractivas?	Se toma en 5 niveles: Totalmente en desacuerdo, en desacuerdo, neutral, de acuerdo, totalmente de acuerdo
							Ordinal	Nivel	¿El personal del restaurante tiene una apariencia ordenada y pulcra?	Se toma en 5 niveles: Totalmente en desacuerdo, en desacuerdo, neutral, de acuerdo, totalmente de acuerdo
							Ordinal	Nivel	¿La comida brindada en el comedor luce apetitosa?	Se toma en 5 niveles: Totalmente en desacuerdo, en desacuerdo, neutral, de acuerdo, totalmente de acuerdo
							Ordinal	Nivel	¿El menaje (bandeja y cubiertos) son presentados con adecuado estado y limpieza?	Se toma en 5 niveles: Totalmente en desacuerdo, en desacuerdo, neutral, de acuerdo, totalmente de acuerdo
				<b>Fiabilidad</b>	Habilidad para realizar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa (acierto y precisión; ausencia de errores). Es decir, que la empresa cumpla con sus promesas, sobre entregas, suministro del servicio/producto, solución de problemas y fijación de precios.	Nivel de percepción que tienen los clientes sobre la confiabilidad del servicio	Ordinal	Nivel	¿El personal del restaurante realiza bien el servicio desde el primer momento?	Se toma en 5 niveles: Totalmente en desacuerdo, en desacuerdo, neutral, de acuerdo, totalmente de acuerdo
							Ordinal	Nivel	¿El restaurante cumple con los horarios establecidos?	Se toma en 5 niveles: Totalmente en desacuerdo, en desacuerdo, neutral, de acuerdo, totalmente de acuerdo
							Ordinal	Nivel	¿El restaurante presenta los productos seguros en manipulación e higiene?	Se toma en 5 niveles: Totalmente en desacuerdo, en desacuerdo, neutral, de acuerdo, totalmente de acuerdo
				<b>Capacidad de respuesta</b>	Disposición y voluntad para ayudar a los usuarios y proporcionar un servicio rápido (rapidez, puntualidad, oportunidad.)	Nivel personalizado que tienen los clientes	Ordinal	Nivel	¿El restaurante le ofrece un servicio rápido?	Se toma en 5 niveles: Totalmente en desacuerdo, en desacuerdo, neutral, de acuerdo, totalmente de acuerdo
							Ordinal	Nivel	¿El punto de cocción y sabor de los productos era el conveniente?	Se toma en 5 niveles: Totalmente en desacuerdo, en desacuerdo, neutral, de acuerdo, totalmente de acuerdo
							Ordinal	Nivel	¿El personal tiene conocimiento suficiente para responder sus preguntas?	Se toma en 5 niveles: Totalmente en desacuerdo, en desacuerdo, neutral, de acuerdo, totalmente de acuerdo
							Ordinal	Nivel	¿Los empleados del restaurante están siempre dispuestos a ayudarte?	Se toma en 5 niveles: Totalmente en desacuerdo, en desacuerdo, neutral, de acuerdo, totalmente de acuerdo
				<b>Seguridad</b>	Conocimientos y atención mostrados por los empleados y sus habilidades para inspirar credibilidad y confianza.	Nivel de receptividad con el que cuenta el cliente	Ordinal	Nivel	¿El comportamiento del personal del comedor le inspira confianza?	Se toma en 5 niveles: Totalmente en desacuerdo, en desacuerdo, neutral, de acuerdo, totalmente de acuerdo
							Ordinal	Nivel	¿Los empleados del restaurante son siempre amables con usted?	Se toma en 5 niveles: Totalmente en desacuerdo, en desacuerdo, neutral, de acuerdo, totalmente de acuerdo
							Ordinal	Nivel	¿Se ofrece información detallada sobre el menú diario?	Se toma en 5 niveles: Totalmente en desacuerdo, en desacuerdo, neutral, de acuerdo, totalmente de acuerdo
				<b>Empatía</b>	Se refiere al nivel de atención individualizada que ofrecen las empresas a sus clientes. Se debe transmitir por medio de un servicio personalizado o adaptado al gusto del cliente.	Nivel que tienen los clientes por cortesía	Ordinal	Nivel	¿Los empleados del restaurante le brindan una atención personalizada?	Se toma en 5 niveles: Totalmente en desacuerdo, en desacuerdo, neutral, de acuerdo, totalmente de acuerdo
Ordinal	Nivel	¿El personal del restaurante se encuentra atento ante sus inquietudes del pedido del platillo?	Se toma en 5 niveles: Totalmente en desacuerdo, en desacuerdo, neutral, de acuerdo, totalmente de acuerdo							



#### IV. DESCRIPCIÓN DE MÉTODOS Y ANÁLISIS

**Enfoque de Investigación:** Cuantitativo

**Tipo de Investigación:** Correlacional

**Método:** Inductivo – Deductivo Análisis - Síntesis

**Diseño de la Investigación:** No experimental

**Unidad Muestral:** Los clientes del sector restaurantes de comida italiana del Balneario de Huanchaco 2019

**Población:** Los 960 clientes del sector restaurantes de comida italiana del Balneario de Huanchaco 2019

**Fórmula para obtener la muestra:**

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

**Donde:**

N = Total de la población (960)

Z $\alpha$  = 1.96 al cuadrado (si la seguridad es del 95%)

p = Proporción esperada (en este caso 5%)

q = 1 – p (en este caso 1 - 0.05 = 0.95)

d = Precisión (en la investigación usamos 5%)

n = 276

**Nota:** Los 960 obedecen al promedio de comensales de comida italiana del balneario de Huanchaco de los 6 restaurantes, datos obtenidos en pregunta directa a los dueños de los establecimientos.

**Muestra:** Los 276 clientes del sector restaurantes de comida italiana del Balneario de Huanchaco 2019

**Técnica:** Encuesta

**Instrumento:** Ficha de encuesta

Tabla: Población y Muestra

Restaurantes	Promedio de comensales en un mes	Porcentaje	Muestra Estratificada
Casa Tere Restaurant	245	26%	70
Bassano Pizzería a la Leña	196	20%	56
Stradivarius Pizzería Café Bar	112	12%	32
A Tutta Pizza	130	14%	37
Cocco Viaggiatore	155	16%	45
Mr. Pizza	122	13%	35
	960		276

Fuente: Elaboración Propia

## V. RESULTADOS

### V.1. Resultado 1 del Objetivo Especifico 1: Medir el nivel en la satisfacción del cliente del sector restaurantes de comida italiana de del balneario de Huanchaco, 2019

- A) El nivel de la satisfacción del cliente se colocó en un nivel alto, según una división de cuartiles.

*Tabla 2: Nivel de Satisfacción del Cliente*

Cuartiles	Nivel	Puntaje	Satisfacción del cliente
0%-25%	muy bajo	17940	86%
26%-50%	bajo		
51%-75%	alto		
76%-100%	muy alto		

**Fuente:** Encuesta de la calidad del servicio y la satisfacción del cliente  
Elaboración Propia

**Interpretación:** En la tabla 2 se puede observar que el nivel de la satisfacción del cliente es de 86%, el mismo que en un sistema de cuartiles ubica el nivel de la satisfacción del cliente de los restaurantes de comida italiana del balneario de Huanchaco en muy alto.

## B) La satisfacción del cliente según dimensiones

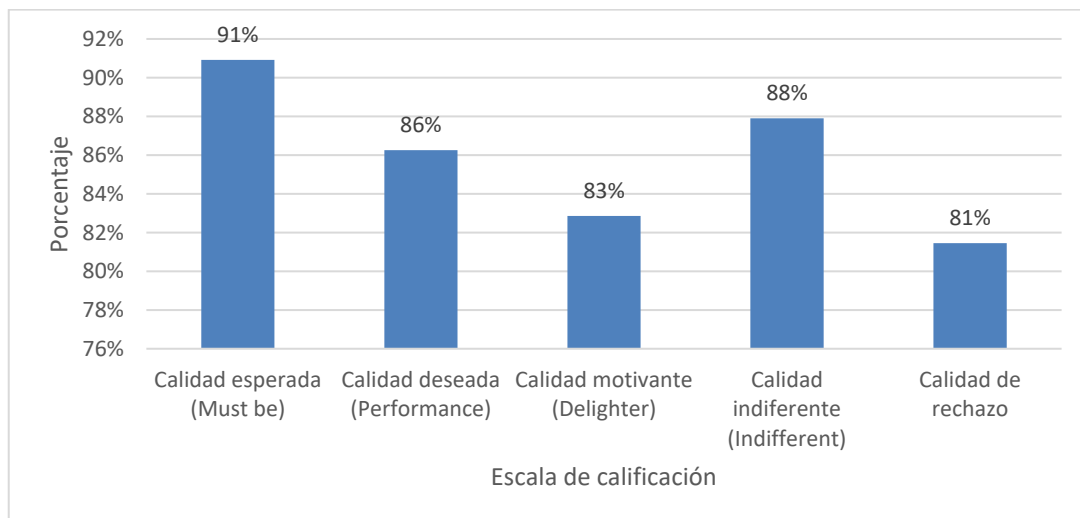
Tabla 3: La satisfacción del cliente según dimensiones

Dimensiones	Porcentajes
Calidad esperada (Must be)	91%
Calidad deseada (Performance)	86%
Calidad motivante (Delighter)	83%
Calidad indiferente (Indifferent)	88%
Calidad de rechazo	81%

**Fuente:** Encuesta de la calidad del servicio y la satisfacción del cliente

Elaboración Propia

Figura 1: La satisfacción del cliente según dimensiones



**Fuente:** Encuesta de la calidad del servicio y la satisfacción del cliente  
Elaboración Propia

**Interpretación:** En la tabla 3 y en la figura 1 se puede observar que las dimensiones de calidad de rechazo y calidad motivante (delighter), a pesar de mantener los porcentajes menores, son muy altos en un 81% y 83% respectivamente, en la dimensiones de calidad deseada (performance) y calidad indiferente (indifferent) son muy altos en un 86% y 88%, y en la dimensión calidad esperada (must be), donde se encontró los mayor aceptación, los resultados son muy altos en un 91% respectivamente de los restaurantes de comida italiana del balneario de Huanchaco.

### La satisfacción del cliente por ítems.

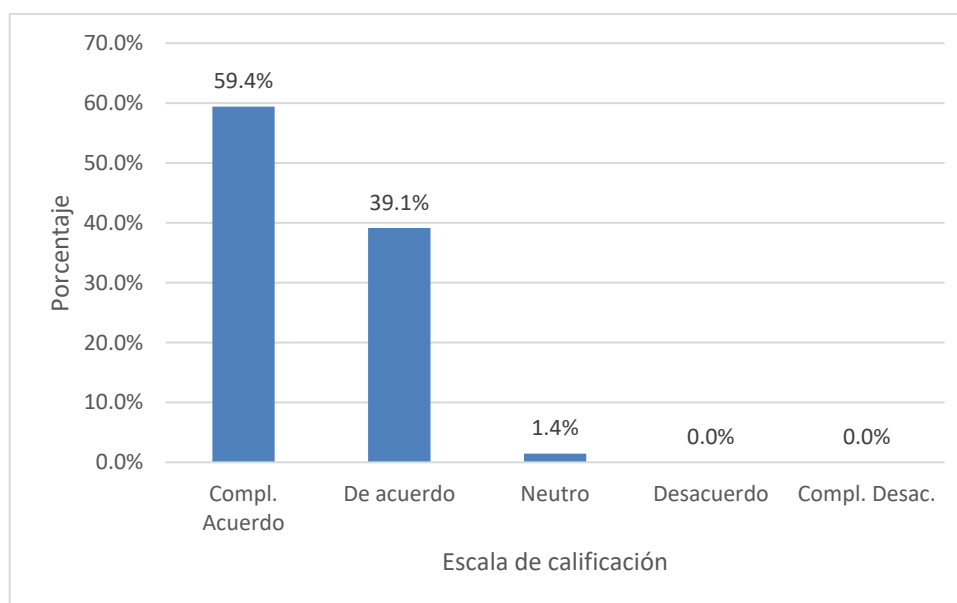
**Pregunta 1:** ¿Ud. Se encuentra satisfecho con el servicio del restaurante?

Tabla 4: ¿ Ud. Se encuentra satisfecho con el servicio del restaurante?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Compl. Acuerdo	164	59.4%	59.4%
De acuerdo	108	39.1%	98.6%
Neutro	4	1.4%	100.0%
Desacuerdo	0	0.0%	100.0%
Compl. Desac.	0	0.0%	100.0%
<b>TOTAL</b>	<b>276</b>	<b>100.0%</b>	

**Fuente:** Encuesta de la calidad del servicio y la satisfacción del cliente  
**Elaboración Propia**

Figura 2: ¿ Ud. Se encuentra satisfecho con el servicio del restaurante?



**Fuente:** Encuesta de la calidad del servicio y la satisfacción del cliente  
**Elaboración Propia**

Interpretación: En la tabla 4 y en la figura 2, se puede observar que la mayoría de los clientes de los restaurantes de comida italiana del balneario de Huanchaco, seleccionaron mayoritariamente como opción la respuesta completamente de acuerdo y de acuerdo con un 59.4% y 39.1% respectivamente cada uno.

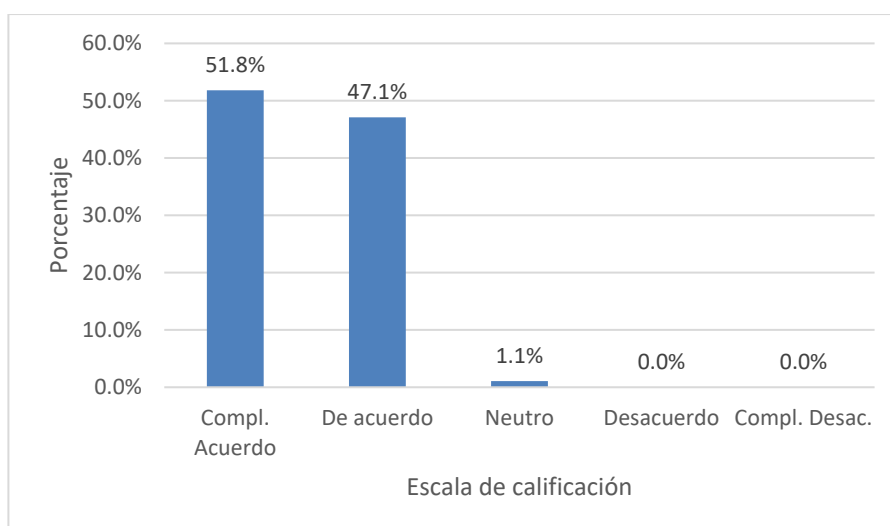
**Pregunta 2:** ¿En general el servicio prestado por el restaurante cumple con sus expectativas?

Tabla 5: ¿En general el servicio prestado por el restaurante cumple con sus expectativas?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Compl. Acuerdo	143	51.8%	51.8%
De acuerdo	130	47.1%	98.9%
Neutro	3	1.1%	100.0%
Desacuerdo	0	0.0%	100.0%
Compl. Desac.	0	0.0%	100.0%
<b>TOTAL</b>	<b>276</b>	<b>100.0%</b>	

**Fuente:** Encuesta de la calidad del servicio y la satisfacción del cliente  
Elaboración Propia

*Figura 3: ¿En general el servicio prestado por el restaurante cumple con sus expectativas?*



**Fuente:** Encuesta de la calidad del servicio y la satisfacción del cliente  
Elaboración Propia

**Interpretación:** En la tabla 5 y en la figura 3, se puede observar que la mayoría de los clientes de los restaurantes de comida italiana del balneario de Huanchaco, seleccionaron mayoritariamente como opción, la respuesta completamente de acuerdo y de acuerdo, con un 51.8% y 47.1%, asimismo existió el 1.1% que dio su respuesta neutra respectivamente.

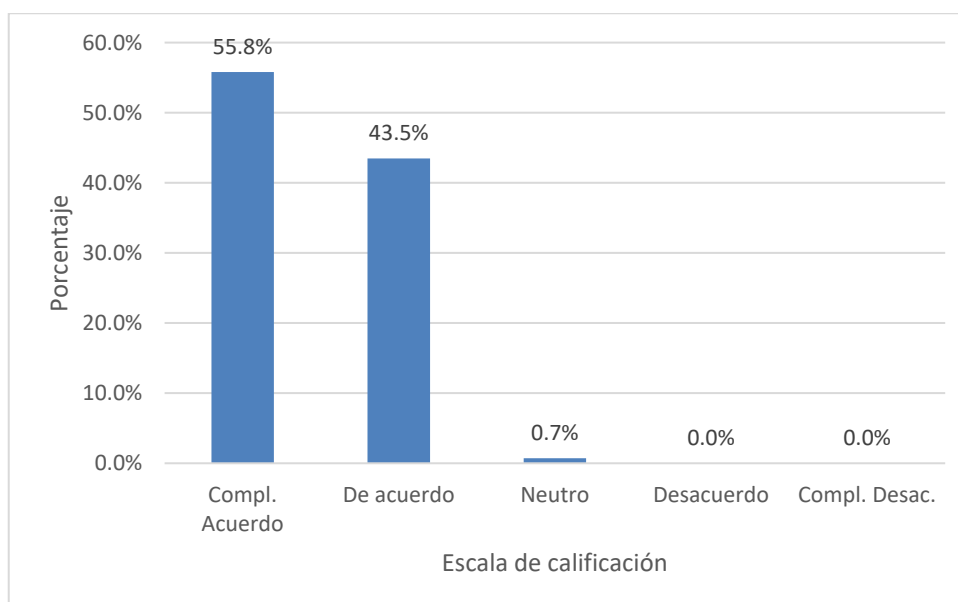
**Pregunta 3:** ¿Recomendaría el restaurante a sus amigos?

*Tabla 6: ¿Recomendaría el restaurante a sus amigos?*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Compl. Acuerdo	154	55.8%	55.8%
De acuerdo	120	43.5%	99.3%
Neutro	2	0.7%	100.0%
Desacuerdo	0	0.0%	100.0%
Compl. Desac.	0	0.0%	100.0%
<b>TOTAL</b>	<b>276</b>	<b>100.0%</b>	

**Fuente:** Encuesta de la calidad del servicio y la satisfacción del cliente  
Elaboración Propia

*Figura 4: ¿Recomendaría el restaurante a sus amigos?*



**Interpretación:** En la tabla 6 y en la figura 4, se puede observar que la mayoría de los clientes de los restaurantes de comida italiana del balneario de Huanchaco, seleccionaron mayoritariamente como opción, la respuesta completamente de acuerdo y de acuerdo, con un 55.8% y 43.5%, asimismo existió el 0.77% que dio su respuesta neutra respectivamente.

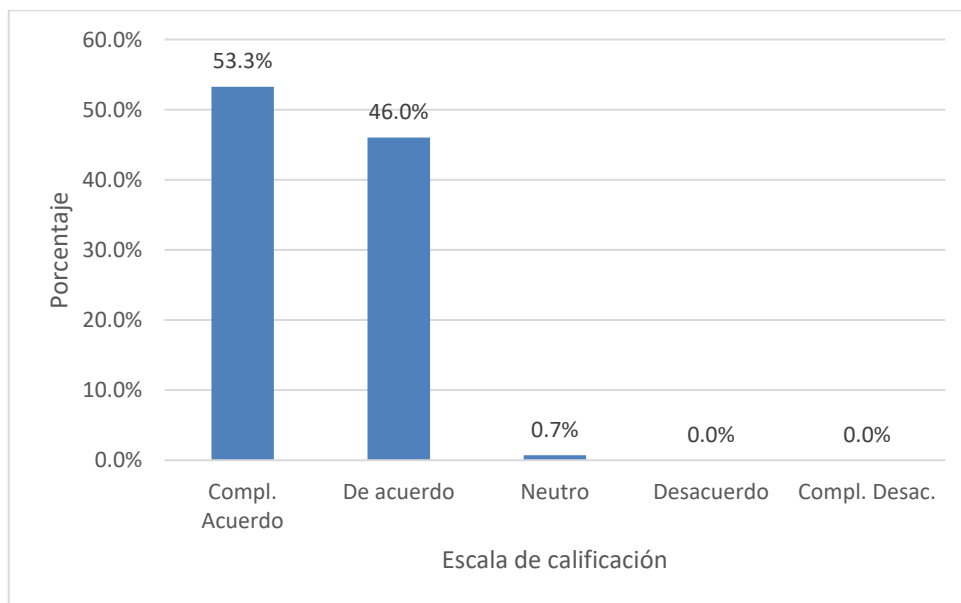
**Pregunta 4:** ¿El lugar le genera un ambiente acogedor?

*Tabla 7: ¿El lugar le genera un ambiente acogedor?*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Compl. Acuerdo	147	53.3%	53.3%
De acuerdo	127	46.0%	99.3%
Neutro	2	0.7%	100.0%
Desacuerdo	0	0.0%	100.0%
Compl. Desac.	0	0.0%	100.0%
<b>TOTAL</b>	<b>276</b>	<b>100.0%</b>	

**Fuente:** Encuesta de la calidad del servicio y la satisfacción del cliente  
Elaboración Propia

*Figura 5: ¿El lugar le genera un ambiente acogedor?*



**Fuente:** Encuesta de la calidad del servicio y la satisfacción del cliente  
Elaboración Propia

**Interpretación:** En la tabla 7 y en la figura 5, se puede observar que la mayoría de los clientes de los restaurantes de comida italiana del balneario de Huanchaco, seleccionaron mayoritariamente como opción, la respuesta completamente de acuerdo y de acuerdo, con un 53.3% y 46%, asimismo existió el 0.7% que dio su respuesta neutra respectivamente.



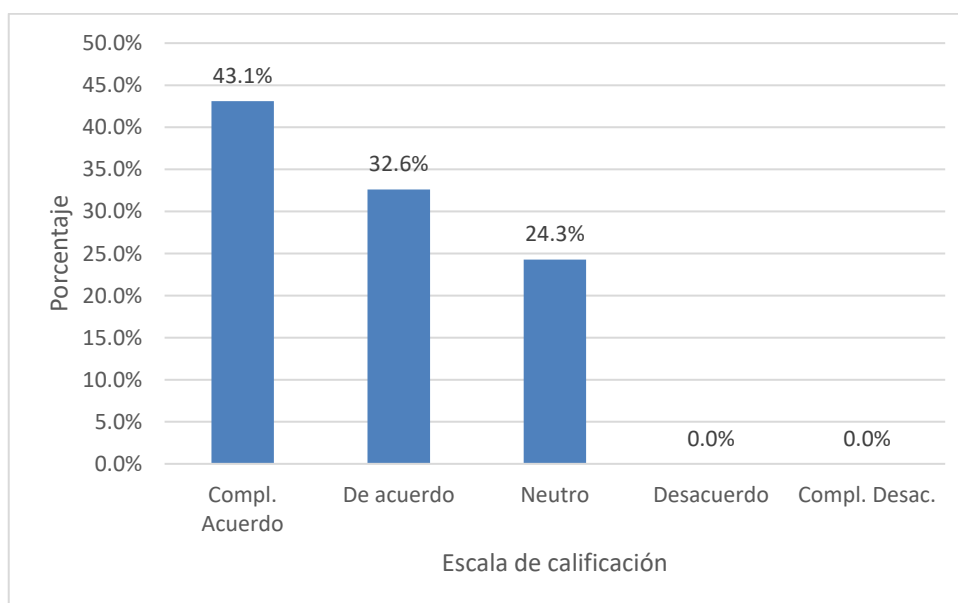
**Pregunta 5:** ¿Considera que el restaurante cumple con un estándar apropiado de higiene?

*Tabla 8: ¿Considera que el restaurante cumple con un estándar apropiado de higiene?*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Compl. Acuerdo	119	43.1%	43.1%
De acuerdo	90	32.6%	75.7%
Neutro	67	24.3%	100.0%
Desacuerdo	0	0.0%	100.0%
Compl. Desac.	0	0.0%	100.0%
<b>TOTAL</b>	<b>276</b>	<b>100.0%</b>	

**Fuente:** Encuesta de la calidad del servicio y la satisfacción del cliente  
Elaboración Propia

*Figura 6: ¿Considera que el restaurante cumple con un estándar apropiado de higiene?*



**Fuente:** Encuesta de la calidad del servicio y la satisfacción del cliente  
Elaboración Propia

**Interpretación:** En la tabla 8 y en la figura 6, se puede observar que la mayoría de los clientes de los restaurantes de comida italiana del balneario de Huanchaco, seleccionaron mayoritariamente como opción, la respuesta completamente de acuerdo y de acuerdo, con un 43.1% y 32.6%, asimismo existió el 24.3% que dio su respuesta neutra respectivamente.

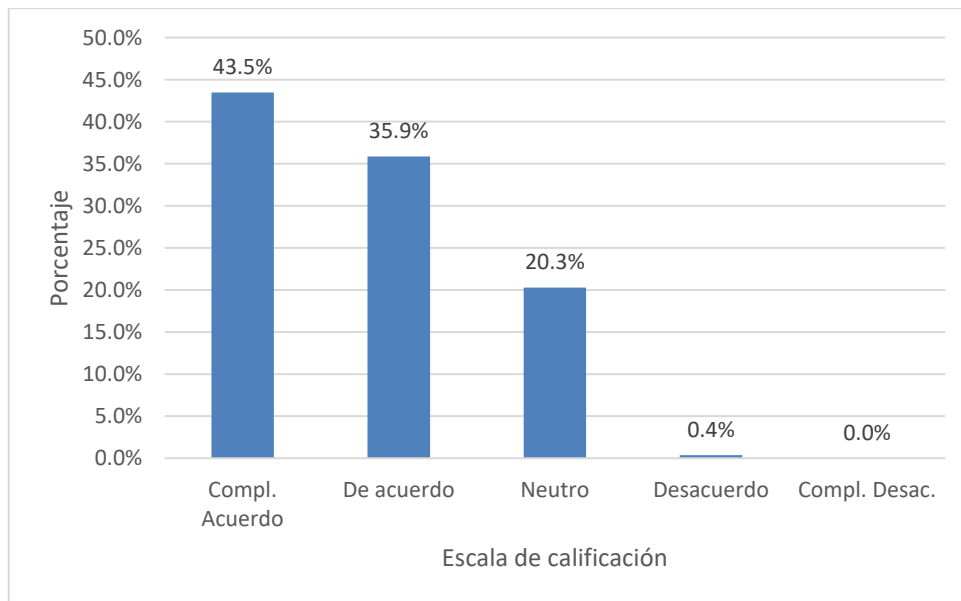
**Pregunta 6:** ¿Cree usted que la relación precio - calidad es correcto?

*Tabla 9: ¿Cree usted que la relación precio - calidad es correcto?*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Compl. Acuerdo	120	43.5%	43.5%
De acuerdo	99	35.9%	79.3%
Neutro	56	20.3%	99.6%
Desacuerdo	1	0.4%	100.0%
Compl. Desac.	0	0.0%	100.0%
<b>TOTAL</b>	<b>276</b>	<b>100.0%</b>	

**Fuente:** Encuesta de la calidad del servicio y la satisfacción del cliente  
Elaboración Propia

*Figura 7: ¿Cree usted que la relación precio - calidad es correcto?*



**Fuente:** Encuesta de la calidad del servicio y la satisfacción del cliente  
Elaboración Propia

**Interpretación:** En la tabla 9 y en la figura 7, se puede observar que la mayoría de los clientes de los restaurantes de comida italiana del balneario de Huanchaco, seleccionaron mayoritariamente como opción, la respuesta completamente de acuerdo y de acuerdo, con un 43.5% y 35.9%, asimismo existió el 20.3% que dio su respuesta neutra respectivamente.

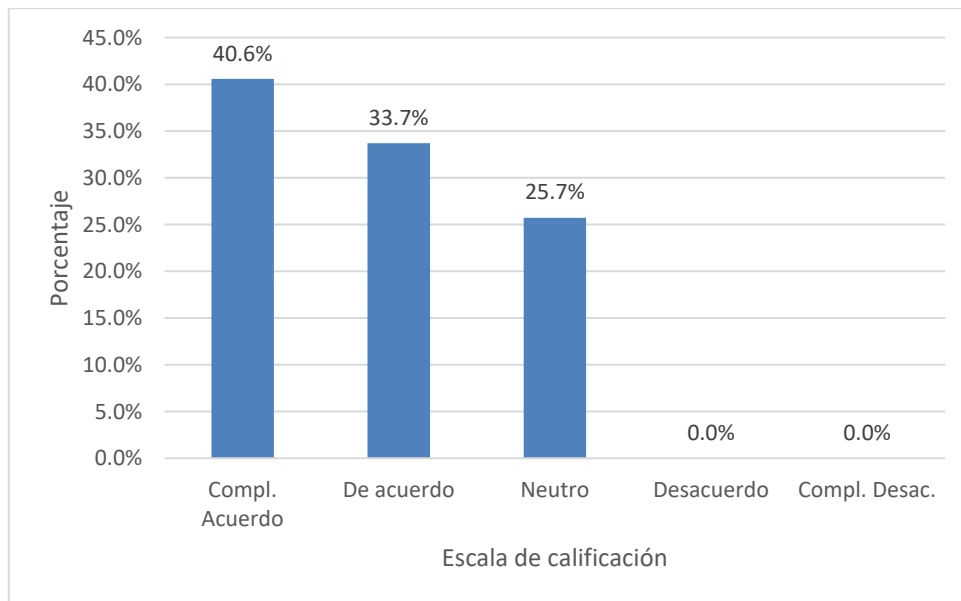
**Pregunta 7:** ¿Siente que los empleados atendieron sus necesidades completas?

*Tabla 10: ¿Siente que los empleados atendieron sus necesidades completas?*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Compl. Acuerdo	112	40.6%	40.6%
De acuerdo	93	33.7%	74.3%
Neutro	71	25.7%	100.0%
Desacuerdo	0	0.0%	100.0%
Compl. Desac.	0	0.0%	100.0%
<b>TOTAL</b>	<b>276</b>	<b>100.0%</b>	

**Fuente:** Encuesta de la calidad del servicio y la satisfacción del cliente  
Elaboración Propia

*Figura 8 ¿Siente que los empleados atendieron sus necesidades completas?*



**Fuente:** Encuesta de la calidad del servicio y la satisfacción del cliente  
Elaboración Propia

**Interpretación:** En la tabla 10 y en la figura 8, se puede observar que la mayoría de los clientes de los restaurantes de comida italiana del balneario de Huanchaco, seleccionaron mayoritariamente como opción, la respuesta completamente de acuerdo y de acuerdo, con un 40.6% y 33.7%, asimismo existió el 25.7% que dio su respuesta neutra respectivamente.

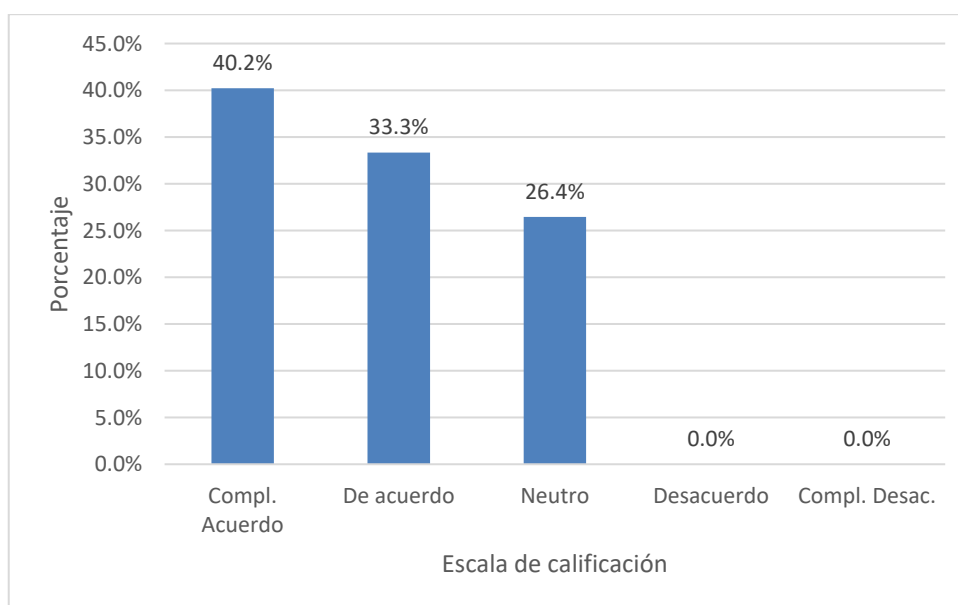
**Pregunta 8:** ¿Se cumplió el tiempo de espera del platillo indicado?

*Tabla 11: ¿Se cumplió el tiempo de espera del platillo indicado?*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Compl. Acuerdo	111	40.2%	40.2%
De acuerdo	92	33.3%	73.6%
Neutro	73	26.4%	100.0%
Desacuerdo	0	0.0%	100.0%
Compl. Desac.	0	0.0%	100.0%
<b>TOTAL</b>	<b>276</b>	<b>100.0%</b>	

**Fuente:** Encuesta de la calidad del servicio y la satisfacción del cliente  
Elaboración Propia

*Figura 9: ¿Se cumplió el tiempo de espera del platillo indicado?*



**Fuente:** Encuesta de la calidad del servicio y la satisfacción del cliente  
Elaboración Propia

**Interpretación:** En la tabla 11 y en la figura 9, se puede observar que la mayoría de los clientes de los restaurantes de comida italiana del balneario de Huanchaco, seleccionaron mayoritariamente como opción, la respuesta completamente de acuerdo y de acuerdo, con un 40.2% y 33.3%, asimismo existió el 26.4% que dio su respuesta neutra respectivamente.

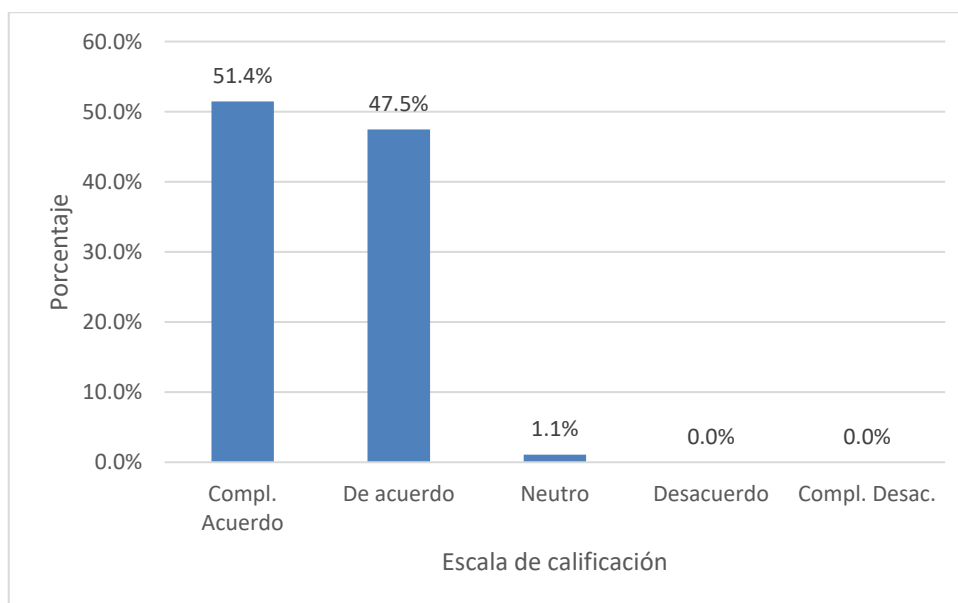
**Pregunta 9:** ¿El acceso al restaurante es fácil?

*Tabla 12: ¿El acceso al restaurante es fácil?*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Compl. Acuerdo	142	51.4%	51.4%
De acuerdo	131	47.5%	98.9%
Neutro	3	1.1%	100.0%
Desacuerdo	0	0.0%	100.0%
Compl. Desac.	0	0.0%	100.0%
<b>TOTAL</b>	<b>276</b>	<b>100.0%</b>	

**Fuente:** Encuesta de la calidad del servicio y la satisfacción del cliente  
Elaboración Propia

*Figura 10: ¿El acceso al restaurante es fácil?*



**Fuente:** Encuesta de la calidad del servicio y la satisfacción del cliente  
Elaboración Propia

**Interpretación:** En la tabla 12 y en la figura 10, se puede observar que la mayoría de los clientes de los restaurantes de comida italiana del balneario de Huanchaco, seleccionaron mayoritariamente como opción, la respuesta completamente de acuerdo y de acuerdo, con un 51.4% y 47.5%, asimismo existió el 1.1% que dio su respuesta neutra respectivamente.

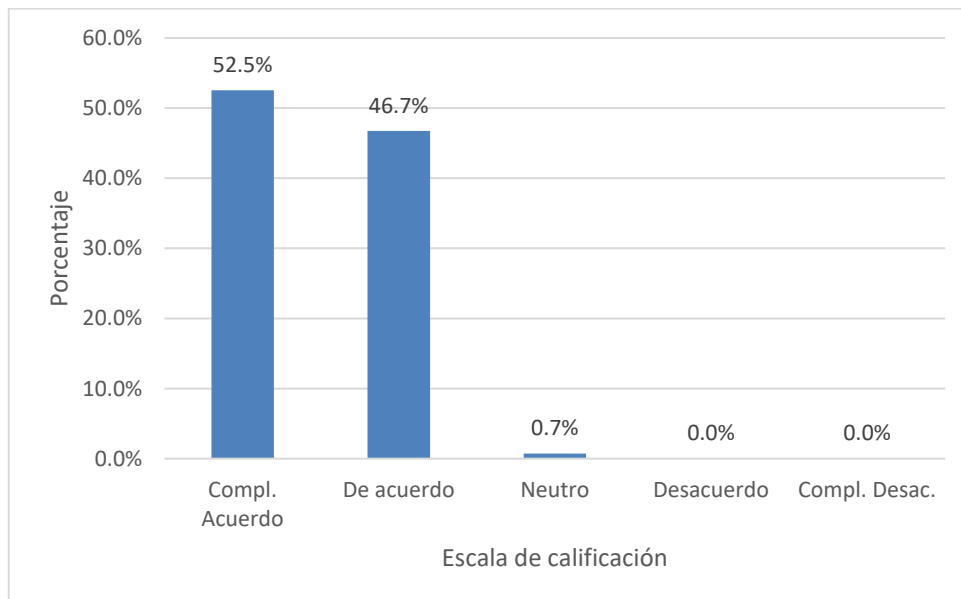
**Pregunta 10:** ¿La ubicación dentro del restaurante es idónea para el tipo de servicio que ofrece?

*Tabla 13: ¿La ubicación dentro del restaurante es idónea para el tipo de servicio que ofrece?*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Compl. Acuerdo	145	52.5%	52.5%
De acuerdo	129	46.7%	99.3%
Neutro	2	0.7%	100.0%
Desacuerdo	0	0.0%	100.0%
Compl. Desac.	0	0.0%	100.0%
<b>TOTAL</b>	<b>276</b>	<b>100.0%</b>	

**Fuente:** Encuesta de la calidad del servicio y la satisfacción del cliente  
Elaboración Propia

*Figura 11: ¿La ubicación dentro del restaurante es idónea para el tipo de servicio que ofrece?*



**Fuente:** Encuesta de la calidad del servicio y la satisfacción del cliente  
Elaboración Propia

**Interpretación:** En la tabla 13 y en la figura 11, se puede observar que la mayoría de los clientes de los restaurantes de comida italiana del balneario de Huanchaco, seleccionaron mayoritariamente como opción, la respuesta completamente de acuerdo y de acuerdo, con un 52.5% y 46.7%, asimismo existió el 0.7% que dio su respuesta neutra respectivamente.

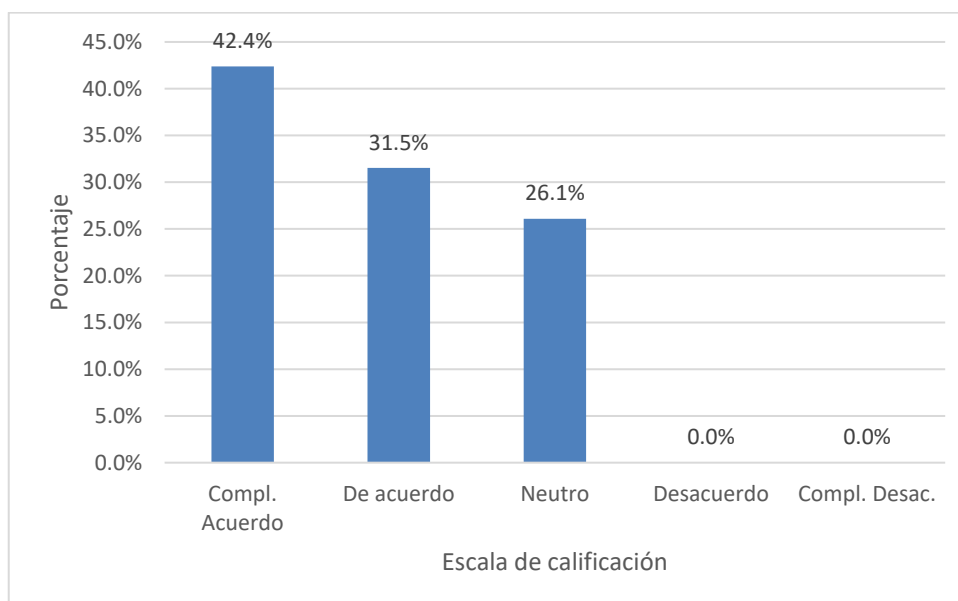
**Pregunta 11:** ¿Ud. considera que vale la pena venir de otro lugar a consumir en el restaurante?

*Tabla 14: ¿Ud. considera que vale la pena venir de otro lugar a consumir en el restaurante?*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Compl. Acuerdo	117	42.4%	42.4%
De acuerdo	87	31.5%	73.9%
Neutro	72	26.1%	100.0%
Desacuerdo	0	0.0%	100.0%
Compl. Desac.	0	0.0%	100.0%
<b>TOTAL</b>	<b>276</b>	<b>100.0%</b>	

**Fuente:** Encuesta de la calidad del servicio y la satisfacción del cliente  
Elaboración Propia

*Figura 12: ¿Ud. considera que vale la pena venir de otro lugar a consumir en el restaurante?*



**Fuente:** Encuesta de la calidad del servicio y la satisfacción del cliente  
Elaboración Propia

**Interpretación:** En la tabla 14 y en la figura 12, se puede observar que la mayoría de los clientes de los restaurantes de comida italiana del balneario de Huanchaco, seleccionaron mayoritariamente como opción, la respuesta completamente de acuerdo y de acuerdo, con un 42.4% y 31.5%, asimismo existió el 26.1% que dio su respuesta neutra respectivamente.

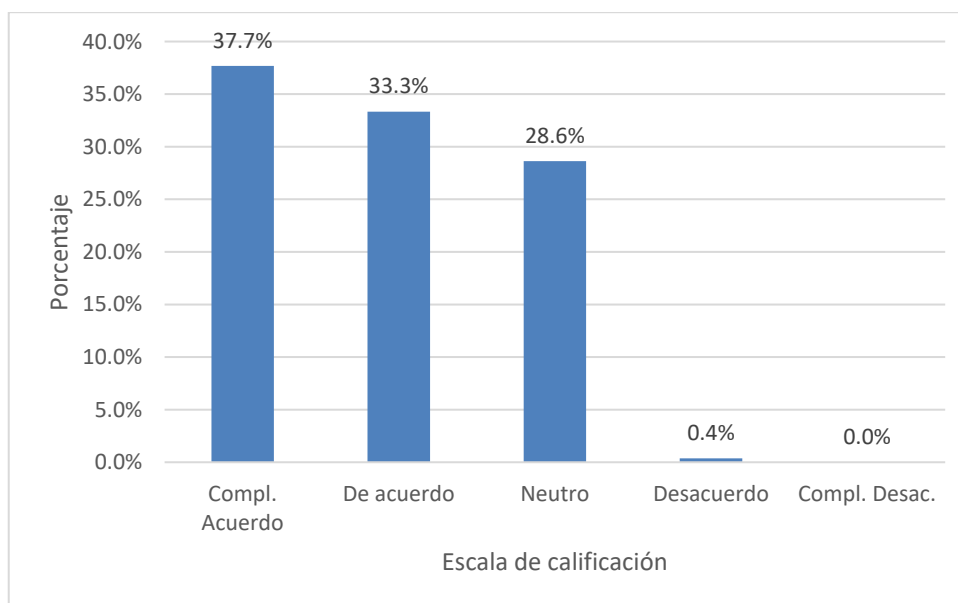
**Pregunta 12:** ¿Cree usted que el número de personal de atención es suficiente?

*Tabla 15: ¿Cree usted que el número de personal de atención es suficiente?*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Compl. Acuerdo	104	37.7%	37.7%
De acuerdo	92	33.3%	71.0%
Neutro	79	28.6%	99.6%
Desacuerdo	1	0.4%	100.0%
Compl. Desac.	0	0.0%	100.0%
<b>TOTAL</b>	<b>276</b>	<b>100.0%</b>	

**Fuente:** Encuesta de la calidad del servicio y la satisfacción del cliente  
Elaboración Propia

*Figura 13: ¿Cree usted que el número de personal de atención es suficiente?*



**Fuente:** Encuesta de la calidad del servicio y la satisfacción del cliente  
Elaboración Propia

**Interpretación:** En la tabla 15 y en la figura 13, se puede observar que la mayoría de los clientes de los restaurantes de comida italiana del balneario de Huanchaco, seleccionaron mayoritariamente como opción, la respuesta completamente de acuerdo y de acuerdo, con un 37.7% y 33.3%, asimismo existió el 28.6% que dio su respuesta neutra respectivamente.



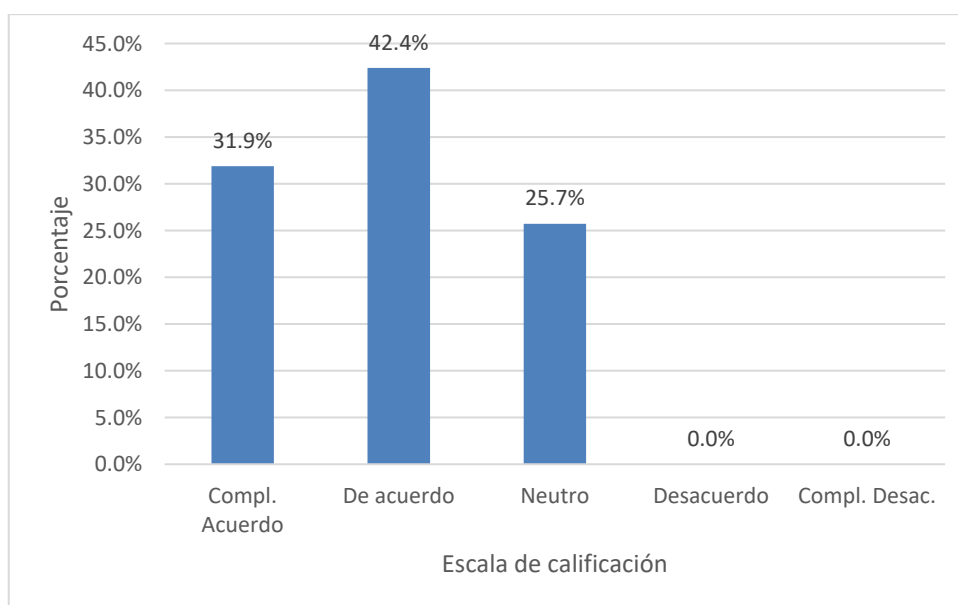
**Pregunta 13:** ¿Se cumplió en entregar el plato en el tiempo sugerido por el personal?

*Tabla 16: ¿Se cumplió en entregar el plato en el tiempo sugerido por el personal?*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Compl. Acuerdo	88	31.9%	31.9%
De acuerdo	117	42.4%	74.3%
Neutro	71	25.7%	100.0%
Desacuerdo	0	0.0%	100.0%
Compl. Desac.	0	0.0%	100.0%
<b>TOTAL</b>	<b>276</b>	<b>100.0%</b>	

**Fuente:** Encuesta de la calidad del servicio y la satisfacción del cliente  
Elaboración Propia

*Figura 14: ¿Se cumplió en entregar el plato en el tiempo sugerido por el personal?*



**Fuente:** Encuesta de la calidad del servicio y la satisfacción del cliente  
Elaboración Propia

**Interpretación:** En la tabla 16 y en la figura 14, se puede observar que la mayoría de los clientes de los restaurantes de comida italiana del balneario de Huanchaco, seleccionaron mayoritariamente como opción, la respuesta completamente de acuerdo y de acuerdo, con un 31.9% y 42.4%, asimismo existió el 25.7% que dio su respuesta neutra respectivamente.

V.2. Resultado 2 del Objetivo Especifico 2: Medir el nivel de la calidad del servicio del sector restaurantes de comida italiana del balneario de Huanchaco, 2019

A) El nivel de la Comunicación Interna se colocó en un nivel alto, según una división de cuartiles.

Tabla 17: Nivel de Calidad del Servicio

Cuartiles	Nivel	Puntaje	Calidad del servicio
0%-25%	Muy bajo	23460	86%
26%-50%	Bajo		
51%-75%	Alto		
76%-100%	Muy alto		

**Fuente:** Encuesta de la calidad del servicio y la satisfacción del cliente  
Elaboración Propia

**Interpretación:** En la tabla 17 se puede observar que el nivel de la comunicación interna es de 86% el mismo que en un sistema de cuartiles ubica el nivel de la calidad del servicio de los restaurantes de comida italiana del balneario de Huanchaco, en muy alto.

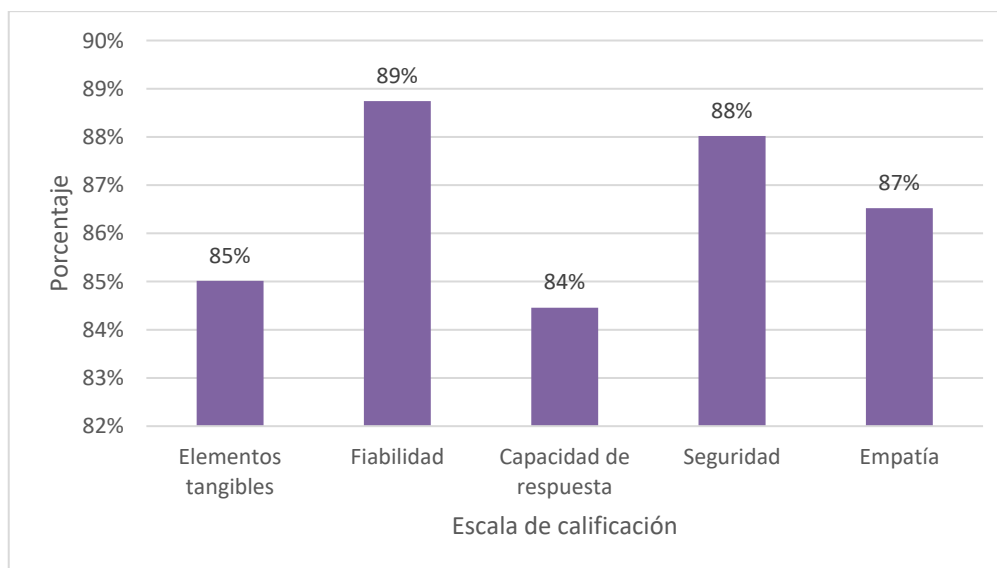
## B) La Calidad del Servicio según Dimensiones

Tabla 18: La Comunicación Interna según Dimensiones

Dimensiones	Porcentajes
Elementos tangibles	85%
Fiabilidad	89%
Capacidad de respuesta	84%
Seguridad	88%
Empatía	87%

**Fuente:** Encuesta de la calidad del servicio y la satisfacción del cliente  
Elaboración Propia

Figura 15: La Calidad del Servicio según Dimensiones



**Fuente:** Encuesta de la calidad del servicio y la satisfacción del cliente  
Elaboración Propia

**Interpretación:** En la tabla 18 y en la figura 15 se puede observar que las dimensiones de capacidad de respuesta y elementos tangibles de la calidad del servicio, a pesar de mantener los porcentajes menores, son muy altos en un 84% y 85% respectivamente, en la dimensión de empatía, es muy alto en un 87% y en las dimensiones de seguridad y fiabilidad, donde se encontró los mayor aceptación, los resultados son muy altos en un 88% y 89% respectivamente de los restaurantes de comida italiana del balneario de Huanchaco.

## C) La Calidad del servicio por items.

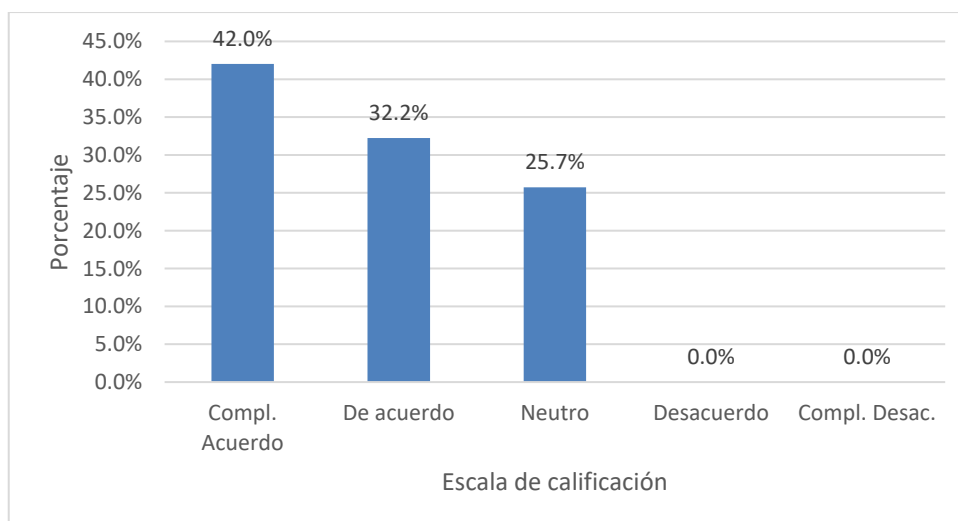
**Pregunta 14:** ¿El restaurante cuenta con el mobiliario acorde al servicio que desea ofrecer?

*Tabla 19: ¿El restaurante cuenta con el mobiliario acorde al servicio que desea ofrecer?*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Compl. Acuerdo	116	42.0%	42.0%
De acuerdo	89	32.2%	74.3%
Neutro	71	25.7%	100.0%
Desacuerdo	0	0.0%	100.0%
Compl. Desac.	0	0.0%	100.0%
TOTAL	276	100.0%	

**Fuente:** Encuesta de la calidad del servicio y la satisfacción del cliente  
Elaboración Propia

*Figura 16: ¿El restaurante cuenta con el mobiliario acorde al servicio que desea ofrecer?*



**Fuente:** Encuesta de la calidad del servicio y la satisfacción del cliente  
Elaboración Propia

Interpretación: En la tabla 19 y en la figura 16 se puede observar que la mayoría de los clientes de los restaurantes de comida italiana del balneario de Huanchaco seleccionaron mayoritariamente como opción la respuesta completamente de acuerdo y de acuerdo con un 42% y 32.2% respectivamente cada uno.

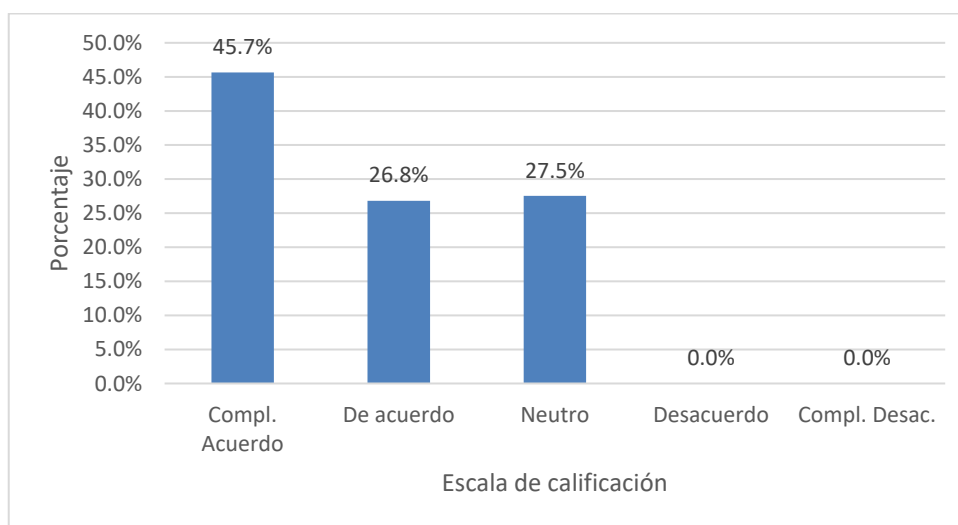
**Pregunta 15:** ¿Las instalaciones del comedor son visualmente atractivas?

*Tabla 20: ¿Las instalaciones del comedor son visualmente atractivas?*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Compl. Acuerdo	126	45.7%	45.7%
De acuerdo	74	26.8%	72.5%
Neutro	76	27.5%	100.0%
Desacuerdo	0	0.0%	100.0%
Compl. Desac.	0	0.0%	100.0%
<b>TOTAL</b>	<b>276</b>	<b>100.0%</b>	

**Fuente:** Encuesta de la calidad del servicio y la satisfacción del cliente  
**Elaboración Propia**

*Figura 17: ¿Las instalaciones del comedor son visualmente atractivas?*



**Fuente:** Encuesta de la calidad del servicio y la satisfacción del cliente  
**Elaboración Propia**

**Interpretación:** En la tabla 20 y en la figura 17, se puede observar que la mayoría de los clientes de los restaurantes de comida italiana del balneario de Huanchaco, seleccionaron mayoritariamente como opción, la respuesta completamente de acuerdo y de acuerdo, con un 45.7% y 26.8%, asimismo existió el 27.5% que dio su respuesta neutra respectivamente.

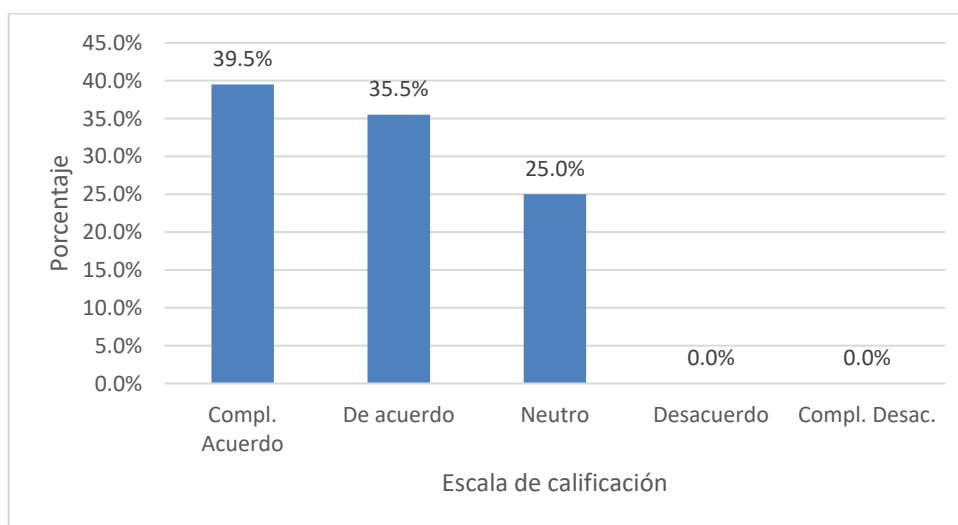
**Pregunta 16:** ¿El personal del restaurante tiene una apariencia ordenada y pulcra?

*Tabla 21: ¿El personal del restaurante tiene una apariencia ordenada y pulcra?*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Compl. Acuerdo	109	39.5%	39.5%
De acuerdo	98	35.5%	75.0%
Neutro	69	25.0%	100.0%
Desacuerdo	0	0.0%	100.0%
Compl. Desac.	0	0.0%	100.0%
<b>TOTAL</b>	<b>276</b>	<b>100.0%</b>	

**Fuente:** Encuesta de la calidad del servicio y la satisfacción del cliente  
Elaboración Propia

*Figura 18: ¿El personal del restaurante tiene una apariencia ordenada y pulcra?*



**Fuente:** Encuesta de la calidad del servicio y la satisfacción del cliente  
Elaboración Propia

**Interpretación:** En la tabla 21 y en la figura 18, se puede observar que la mayoría de los clientes de los restaurantes de comida italiana del balneario de Huanchaco, seleccionaron mayoritariamente como opción, la respuesta completamente de acuerdo y de acuerdo, con un 39.5% y 35.5%, asimismo existió el 25.0% que dio su respuesta neutra respectivamente.

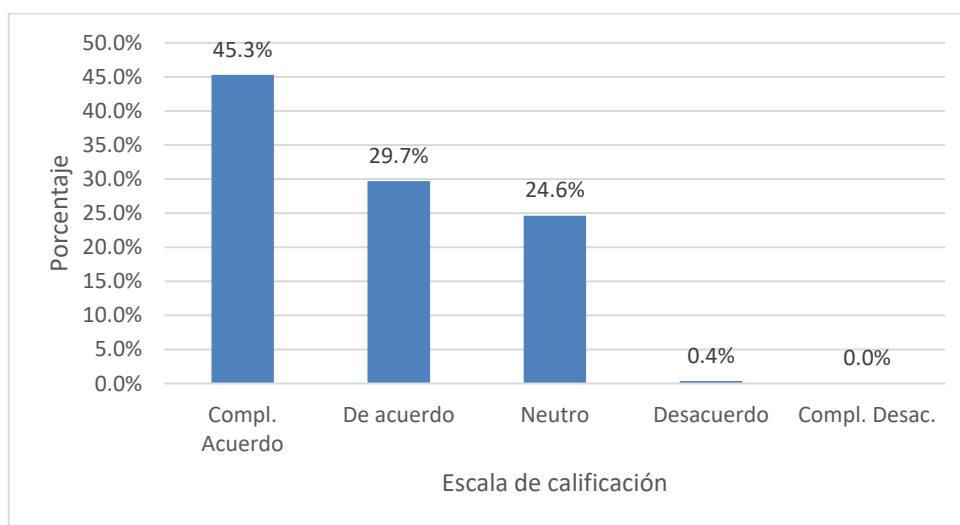
**Pregunta 17:** ¿La comida brindada en el comedor luce apetitosa?

*Tabla 22: ¿La comida brindada en el comedor luce apetitosa?*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Compl. Acuerdo	125	45.3%	45.3%
De acuerdo	82	29.7%	75.0%
Neutro	68	24.6%	99.6%
Desacuerdo	1	0.4%	100.0%
Compl. Desac.	0	0.0%	100.0%
<b>TOTAL</b>	<b>276</b>	<b>100.0%</b>	

**Fuente:** Encuesta de la calidad del servicio y la satisfacción del cliente  
Elaboración Propia

*Figura 19: ¿La comida brindada en el comedor luce apetitosa?*



**Fuente:** Encuesta de la calidad del servicio y la satisfacción del cliente  
Elaboración Propia

**Interpretación:** En la tabla 22 y en la figura 19, se puede observar que la mayoría de los clientes de los restaurantes de comida italiana del balneario de Huanchaco, seleccionaron mayoritariamente como opción, la respuesta completamente de acuerdo y de acuerdo, con un 45.3% y 29.7%, asimismo existió el 24.6% que dio su respuesta neutra respectivamente.

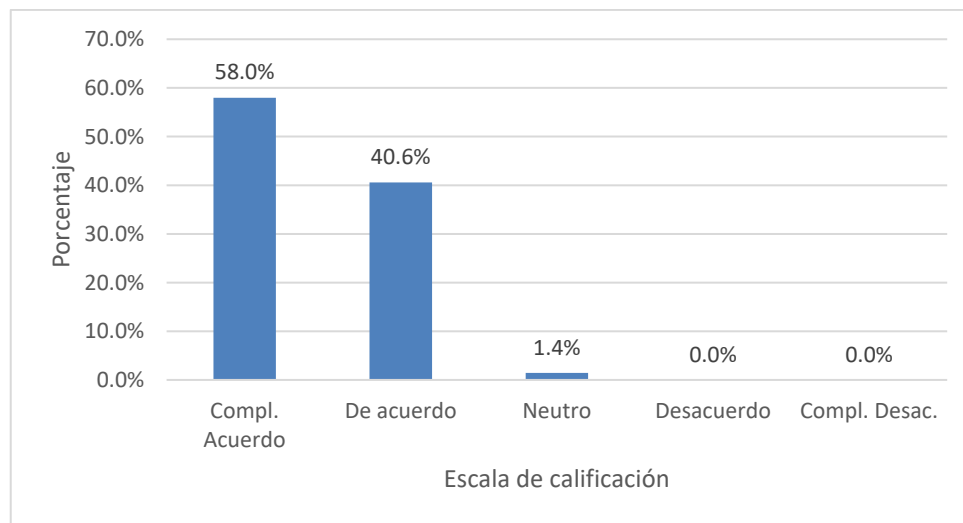
**Pregunta 18:** ¿El menaje (bandeja y cubiertos) son presentados con adecuado estado y limpieza?

*Tabla 23: ¿El menaje (bandeja y cubiertos) son presentados con adecuado estado y limpieza?*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Compl. Acuerdo	160	58.0%	58.0%
De acuerdo	112	40.6%	98.6%
Neutro	4	1.4%	100.0%
Desacuerdo	0	0.0%	100.0%
Compl. Desac.	0	0.0%	100.0%
<b>TOTAL</b>	<b>276</b>	<b>100.0%</b>	

**Fuente:** Encuesta de la calidad del servicio y la satisfacción del cliente  
Elaboración Propia

*Figura 20: ¿El menaje (bandeja y cubiertos) son presentados con adecuado estado y limpieza?*



**Fuente:** Encuesta de la calidad del servicio y la satisfacción del cliente  
Elaboración Propia

**Interpretación:** En la tabla 23 y en la figura 20, se puede observar que la mayoría de los clientes de los restaurantes de comida italiana del balneario de Huanchaco, seleccionaron mayoritariamente como opción, la respuesta completamente de acuerdo y de acuerdo, con un 58.0% y 40.6%, asimismo existió el 1.4% que dio su respuesta neutra respectivamente.



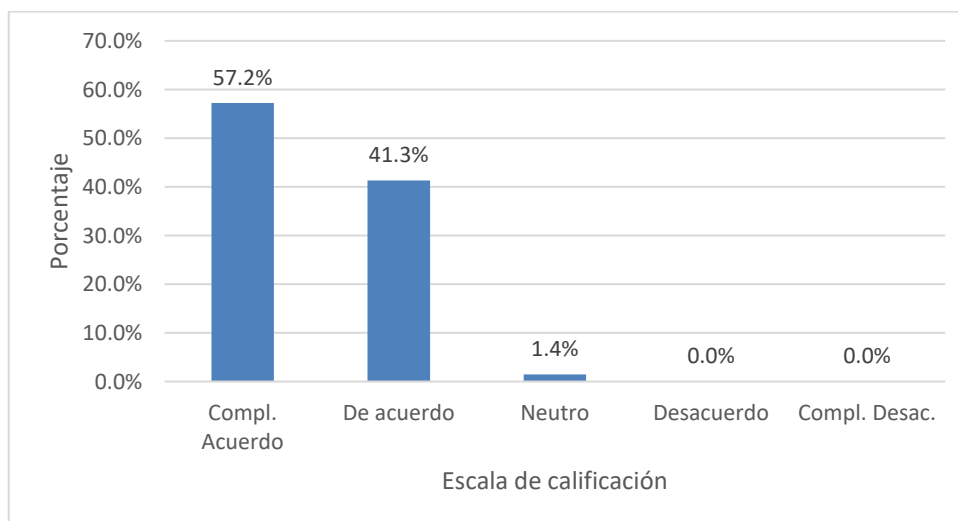
**Pregunta 19:** ¿El personal del restaurante realiza bien el servicio desde el primer momento?

**Tabla 24:** ¿El personal del restaurante realiza bien el servicio desde el primer momento?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Compl. Acuerdo	158	57.2%	57.2%
De acuerdo	114	41.3%	98.6%
Neutro	4	1.4%	100.0%
Desacuerdo	0	0.0%	100.0%
Compl. Desac.	0	0.0%	100.0%
<b>TOTAL</b>	<b>276</b>	<b>100.0%</b>	

**Fuente:** Encuesta de la calidad del servicio y la satisfacción del cliente  
Elaboración Propia

**Figura 21:** ¿El personal del restaurante realiza bien el servicio desde el primer momento?



**Fuente:** Encuesta de la calidad del servicio y la satisfacción del cliente  
Elaboración Propia

**Interpretación:** En la tabla 24 y en la figura 21, se puede observar que la mayoría de los clientes de los restaurantes de comida italiana del balneario de Huanchaco, seleccionaron mayoritariamente como opción, la respuesta completamente de acuerdo y de acuerdo, con un 57.2% y 41.3%, asimismo existió el 1.4% que dio su respuesta neutra respectivamente.

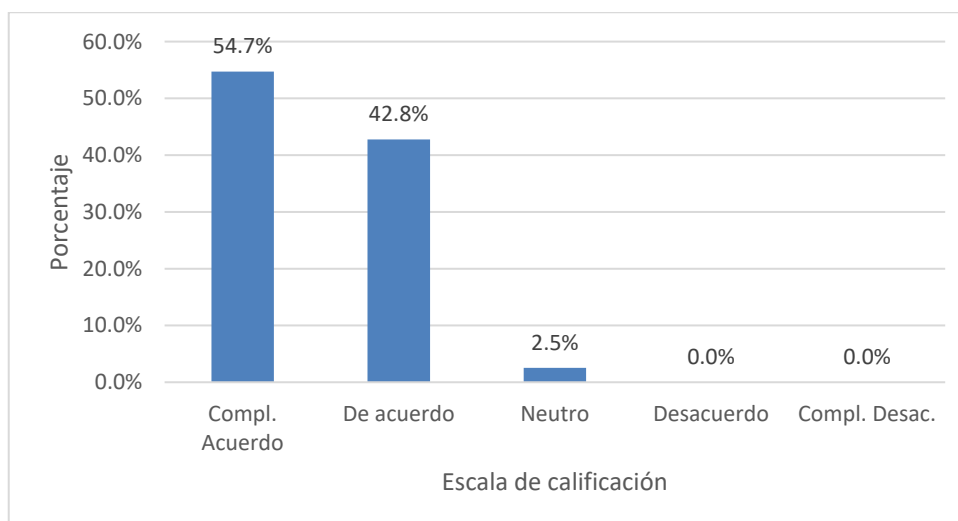
**Pregunta 20:** ¿El restaurante cumple con los horarios establecidos?

**Tabla 25:** ¿El restaurante cumple con los horarios establecidos?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Compl. Acuerdo	151	54.7%	54.7%
De acuerdo	118	42.8%	97.5%
Neutro	7	2.5%	100.0%
Desacuerdo	0	0.0%	100.0%
Compl. Desac.	0	0.0%	100.0%
<b>TOTAL</b>	<b>276</b>	<b>100.0%</b>	

**Fuente:** Encuesta de la calidad del servicio y la satisfacción del cliente  
Elaboración Propia

**Figura 22:** ¿ El restaurante cumple con los horarios establecidos?



**Fuente:** Encuesta de la calidad del servicio y la satisfacción del cliente  
Elaboración Propia

**Interpretación:** En la tabla 25 y en la figura 22, se puede observar que la mayoría de los clientes de los restaurantes de comida italiana del balneario de Huanchaco, seleccionaron mayoritariamente como opción, la respuesta completamente de acuerdo y de acuerdo, con un 54.7% y 42.8%, asimismo existió el 2.5% que dio su respuesta neutra respectivamente.

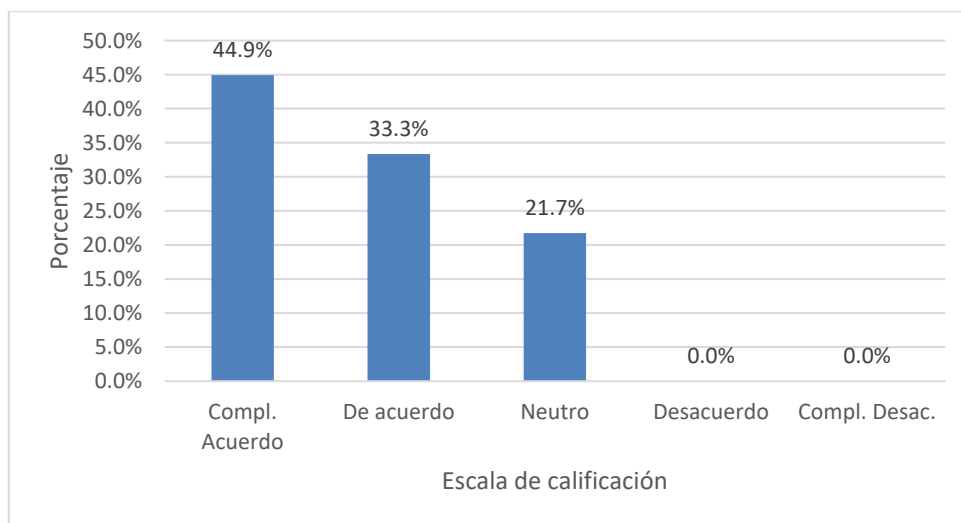
**Pregunta 21:** ¿El restaurante presenta los productos seguros en manipulación e higiene?

**Tabla 26:** ¿ El restaurante presenta los productos seguros en manipulación e higiene?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Compl. Acuerdo	124	44.9%	44.9%
De acuerdo	92	33.3%	78.3%
Neutro	60	21.7%	100.0%
Desacuerdo	0	0.0%	100.0%
Compl. Desac.	0	0.0%	100.0%
<b>TOTAL</b>	<b>276</b>	<b>100.0%</b>	

**Fuente:** Encuesta de la calidad del servicio y la satisfacción del cliente  
Elaboración Propia

**Figura 23:** ¿ El restaurante presenta los productos seguros en manipulación e higiene?



**Fuente:** Encuesta de la calidad del servicio y la satisfacción del cliente  
Elaboración Propia

**Interpretación:** En la tabla 26 y en la figura 23, se puede observar que la mayoría de los clientes de los restaurantes de comida italiana del balneario de Huanchaco, seleccionaron mayoritariamente como opción, la respuesta completamente de acuerdo y de acuerdo, con un 44.9% y 33.3%, asimismo existió el 21.7% que dio su respuesta neutra respectivamente.

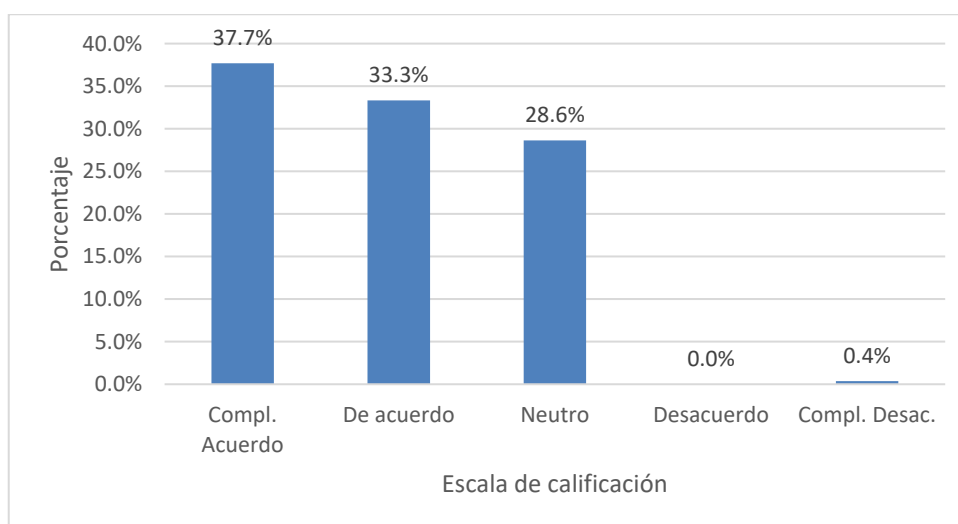
**Pregunta 22:** ¿El restaurante le ofrece un servicio rápido?

**Tabla 27:** ¿El restaurante le ofrece un servicio rápido?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Compl. Acuerdo	104	37.7%	37.7%
De acuerdo	92	33.3%	71.0%
Neutro	79	28.6%	99.6%
Desacuerdo	0	0.0%	99.6%
Compl. Desac.	1	0.4%	100.0%
<b>TOTAL</b>	<b>276</b>	<b>100.0%</b>	

**Fuente:** Encuesta de la calidad del servicio y la satisfacción del cliente  
Elaboración Propia

**Figura 24:** ¿El restaurante le ofrece un servicio rápido?



**Fuente:** Encuesta de la calidad del servicio y la satisfacción del cliente  
Elaboración Propia

**Interpretación:** En la tabla 27 y en la figura 24, se puede observar que la mayoría de los clientes de los restaurantes de comida italiana del balneario de Huanchaco, seleccionaron mayoritariamente como opción, la respuesta completamente de acuerdo y de acuerdo, con un 37.7% y 33.3%, asimismo existió el 28.6% que dio su respuesta neutra respectivamente.

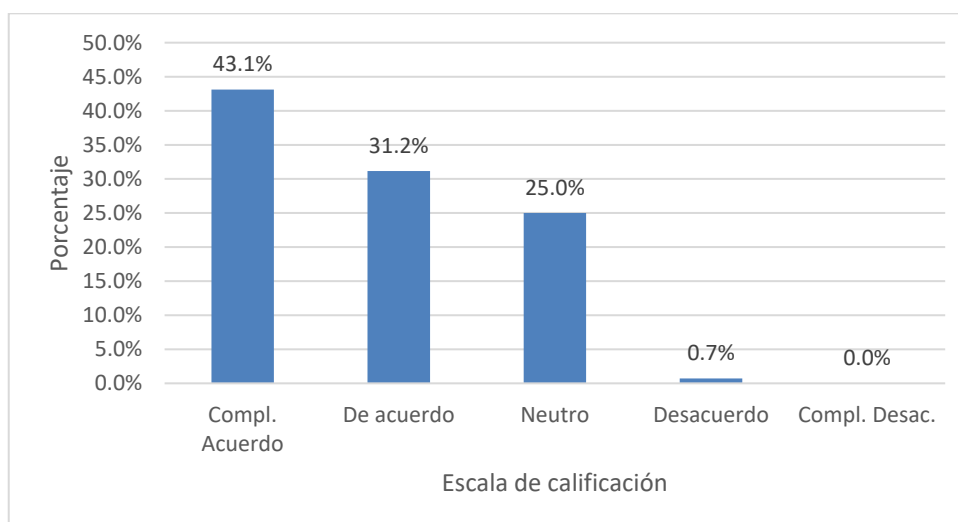
**Pregunta 23:** ¿El punto de cocción y sabor de los productos era el conveniente?

**Tabla 28:** ¿El punto de cocción y sabor de los productos era el conveniente?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Compl. Acuerdo	119	43.1%	43.1%
De acuerdo	86	31.2%	74.3%
Neutro	69	25.0%	99.3%
Desacuerdo	2	0.7%	100.0%
Compl. Desac.	0	0.0%	100.0%
<b>TOTAL</b>	<b>276</b>	<b>100.0%</b>	

**Fuente:** Encuesta de la calidad del servicio y la satisfacción del cliente  
Elaboración Propia

**Figura 25:** ¿ El restaurante presenta los productos seguros en manipulación e higiene?



**Fuente:** Encuesta de la calidad del servicio y la satisfacción del cliente  
Elaboración Propia

**Interpretación:** En la tabla 28 y en la figura 25, se puede observar que la mayoría de los clientes de los restaurantes de comida italiana del balneario de Huanchaco, seleccionaron mayoritariamente como opción, la respuesta completamente de acuerdo y de acuerdo, con un 43.1% y 31.2%, asimismo existió el 25.0% que dio su respuesta neutra respectivamente.

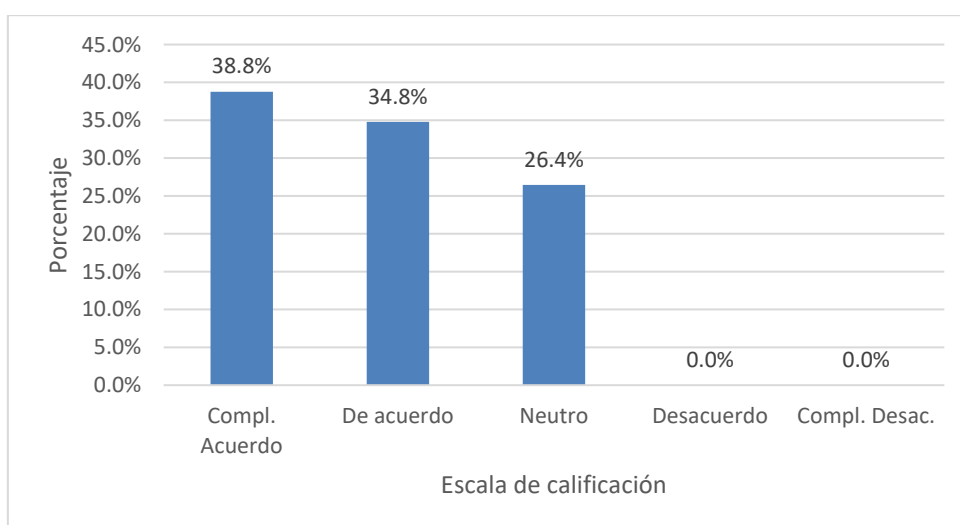
**Pregunta 24:** ¿El personal tiene conocimiento suficiente para responder sus preguntas?

**Tabla 29:** ¿El personal tiene conocimiento suficiente para responder sus preguntas?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Compl. Acuerdo	107	38.8%	38.8%
De acuerdo	96	34.8%	73.6%
Neutro	73	26.4%	100.0%
Desacuerdo	0	0.0%	100.0%
Compl. Desac.	0	0.0%	100.0%
<b>TOTAL</b>	<b>276</b>	<b>100.0%</b>	

**Fuente:** Encuesta de la calidad del servicio y la satisfacción del cliente  
Elaboración Propia

**Figura 26:** ¿El personal tiene conocimiento suficiente para responder sus preguntas?



**Fuente:** Encuesta de la calidad del servicio y la satisfacción del cliente  
Elaboración Propia

**Interpretación:** En la tabla 29 y en la figura 26, se puede observar que la mayoría de los clientes de los restaurantes de comida italiana del balneario de Huanchaco, seleccionaron mayoritariamente como opción, la respuesta completamente de acuerdo y de acuerdo, con un 38.8% y 34.8%, asimismo existió el 24.4% que dio su respuesta neutra respectivamente.

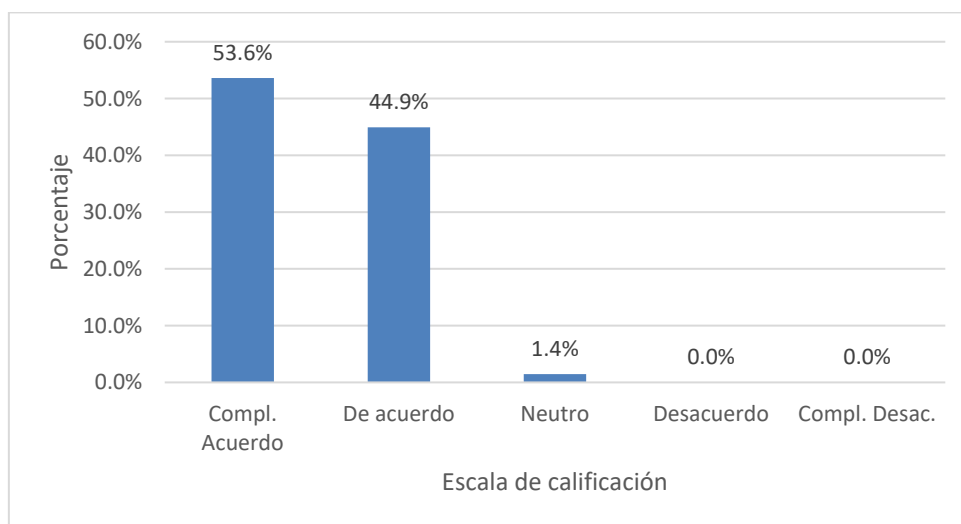
**Pregunta 25:** ¿Los empleados del restaurante están siempre dispuestos a ayudarte?

**Tabla 30:** ¿Los empleados del restaurante están siempre dispuestos a ayudarte?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Compl. Acuerdo	148	53.6%	53.6%
De acuerdo	124	44.9%	98.6%
Neutro	4	1.4%	100.0%
Desacuerdo	0	0.0%	100.0%
Compl. Desac.	0	0.0%	100.0%
<b>TOTAL</b>	<b>276</b>	<b>100.0%</b>	

**Fuente:** Encuesta de la calidad del servicio y la satisfacción del cliente  
Elaboración Propia

**Figura 27:** ¿Los empleados del restaurante están siempre dispuestos a ayudarte?



**Fuente:** Encuesta de la calidad del servicio y la satisfacción del cliente  
Elaboración Propia

**Interpretación:** En la tabla 30 y en la figura 27, se puede observar que la mayoría de los clientes de los restaurantes de comida italiana del balneario de Huanchaco, seleccionaron mayoritariamente como opción, la respuesta completamente de acuerdo y de acuerdo, con un 53.6% y 44.9%, asimismo existió el 1.4% que dio su respuesta neutra respectivamente.

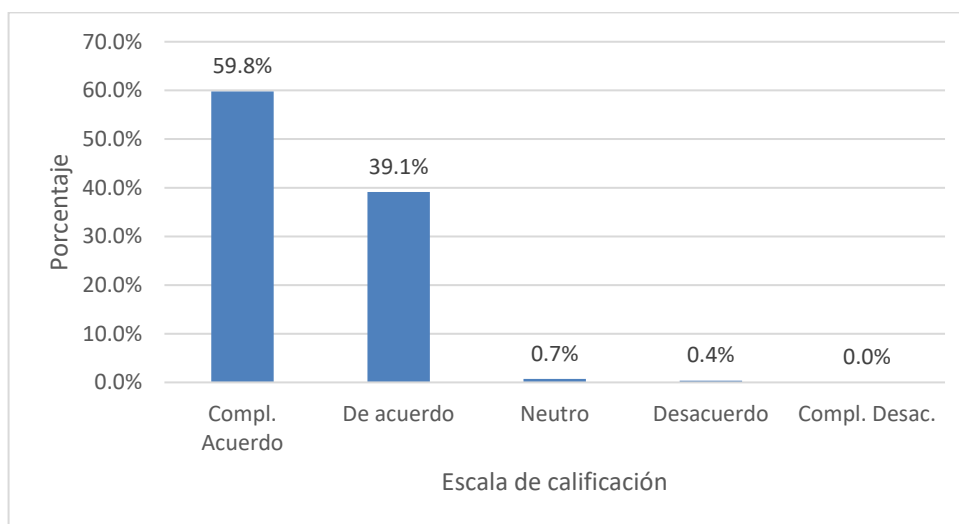
**Pregunta 26:** ¿El comportamiento del personal del comedor le inspira confianza?

**Tabla 31:** ¿El comportamiento del personal del comedor le inspira confianza?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Compl. Acuerdo	165	59.8%	59.8%
De acuerdo	108	39.1%	98.9%
Neutro	2	0.7%	99.6%
Desacuerdo	1	0.4%	100.0%
Compl. Desac.	0	0.0%	100.0%
<b>TOTAL</b>	<b>276</b>	<b>100.0%</b>	

**Fuente:** Encuesta de la calidad del servicio y la satisfacción del cliente  
Elaboración Propia

**Figura 28:** ¿El comportamiento del personal del comedor le inspira confianza?



**Fuente:** Encuesta de la calidad del servicio y la satisfacción del cliente  
Elaboración Propia

**Interpretación:** En la tabla 31 y en la figura 28, se puede observar que la mayoría de los clientes de los restaurantes de comida italiana del balneario de Huanchaco, seleccionaron mayoritariamente como opción, la respuesta completamente de acuerdo y de acuerdo, con un 59.8% y 39.1%, asimismo existió el 39.1% que dio su respuesta neutra respectivamente.



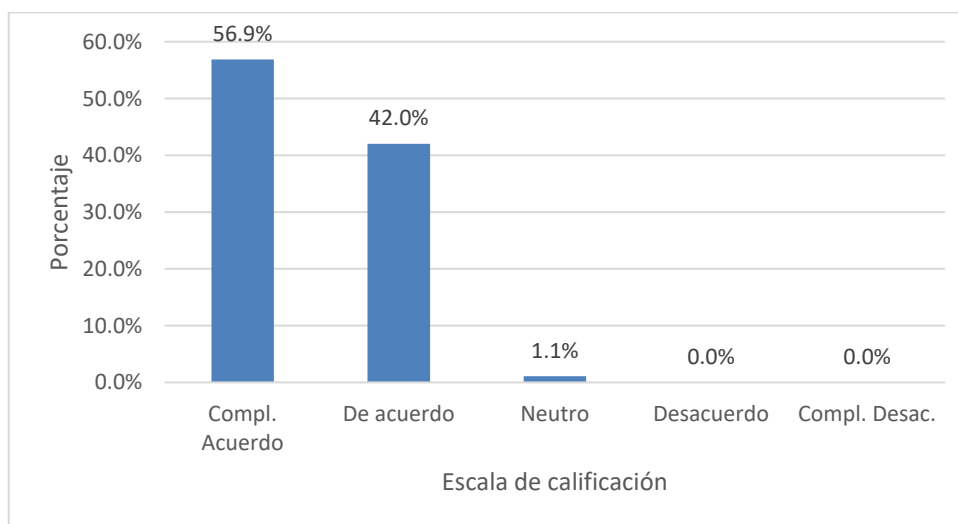
**Pregunta 27:** ¿Los empleados del restaurante son siempre amables con usted?

**Tabla 32:** ¿Los empleados del restaurante son siempre amables con usted?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Compl. Acuerdo	157	56.9%	56.9%
De acuerdo	116	42.0%	98.9%
Neutro	3	1.1%	100.0%
Desacuerdo	0	0.0%	100.0%
Compl. Desac.	0	0.0%	100.0%
<b>TOTAL</b>	<b>276</b>	<b>100.0%</b>	

**Fuente:** Encuesta de la calidad del servicio y la satisfacción del cliente  
Elaboración Propia

**Figura 29:** ¿Los empleados del restaurante son siempre amables con usted?



**Fuente:** Encuesta de la calidad del servicio y la satisfacción del cliente  
Elaboración Propia

**Interpretación:** En la tabla 32 y en la figura 29, se puede observar que la mayoría de los clientes de los restaurantes de comida italiana del balneario de Huanchaco, seleccionaron mayoritariamente como opción, la respuesta completamente de acuerdo y de acuerdo, con un 56.9% y 42.0%, asimismo existió el 1.1% que dio su respuesta neutra respectivamente.

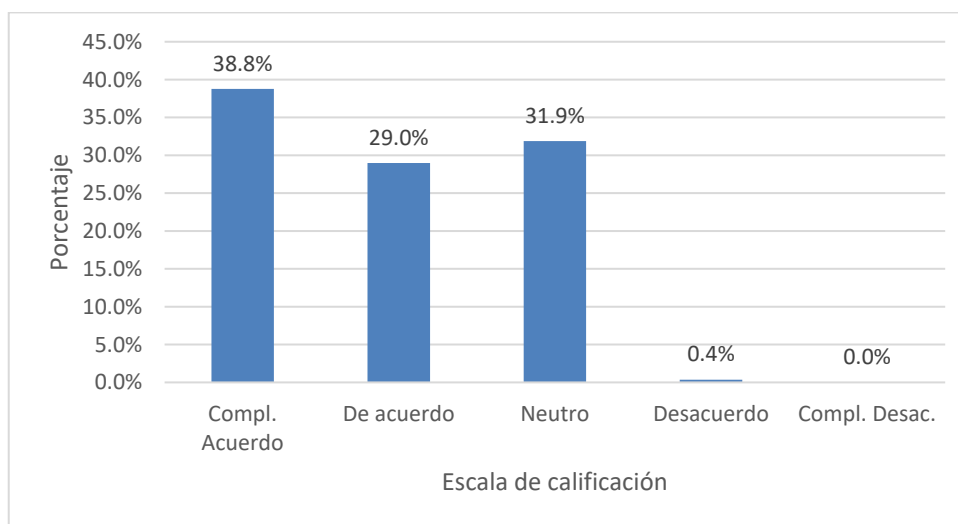
**Pregunta 28:** ¿Se ofrece información detallada sobre el menú diario?

**Tabla 33:** ¿Se ofrece información detallada sobre el menú diario?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Compl. Acuerdo	107	38.8%	38.8%
De acuerdo	80	29.0%	67.8%
Neutro	88	31.9%	99.6%
Desacuerdo	1	0.4%	100.0%
Compl. Desac.	0	0.0%	100.0%
<b>TOTAL</b>	<b>276</b>	<b>100.0%</b>	

**Fuente:** Encuesta de la calidad del servicio y la satisfacción del cliente  
Elaboración Propia

**Figura 30:** ¿Se ofrece información detallada sobre el menú diario?



**Fuente:** Encuesta de la calidad del servicio y la satisfacción del cliente  
Elaboración Propia

**Interpretación:** En la tabla 33 y en la figura 30, se puede observar que la mayoría de los clientes de los restaurantes de comida italiana del balneario de Huanchaco, seleccionaron mayoritariamente como opción, la respuesta completamente de acuerdo y de acuerdo, con un 38.8% y 29.0%, asimismo existió el 31.9% que dio su respuesta neutra respectivamente.

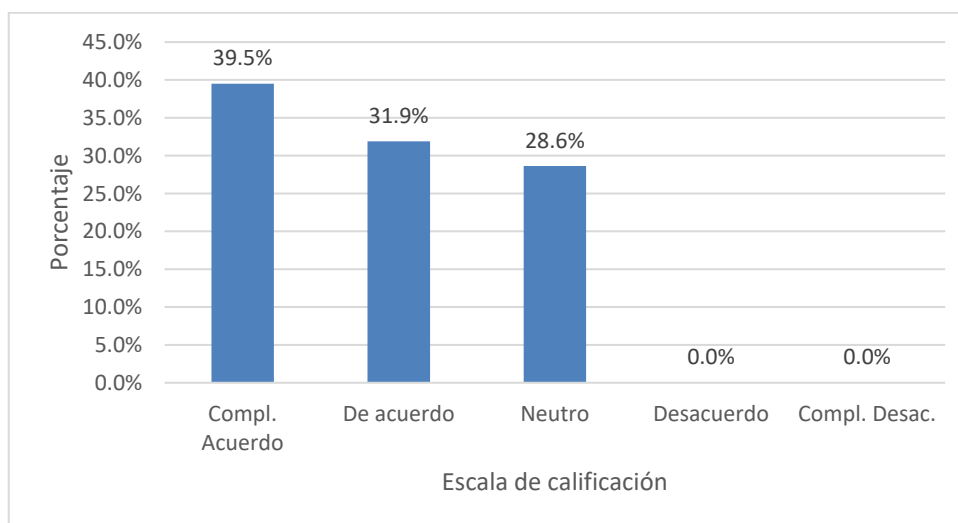
**Pregunta 29:** ¿Los empleados del restaurante le brindan una atención personalizada?

**Tabla 34:** ¿Los empleados del restaurante le brindan una atención personalizada?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Compl. Acuerdo	109	39.5%	39.5%
De acuerdo	88	31.9%	71.4%
Neutro	79	28.6%	100.0%
Desacuerdo	0	0.0%	100.0%
Compl. Desac.	0	0.0%	100.0%
<b>TOTAL</b>	<b>276</b>	<b>100.0%</b>	

**Fuente:** Encuesta de la calidad del servicio y la satisfacción del cliente  
Elaboración Propia

**Figura 31:** ¿Los empleados del restaurante le brindan una atención personalizada?



**Fuente:** Encuesta de la calidad del servicio y la satisfacción del cliente  
Elaboración Propia

**Interpretación:** En la tabla 34 y en la figura 31, se puede observar que la mayoría de los clientes de los restaurantes de comida italiana del balneario de Huanchaco, seleccionaron mayoritariamente como opción, la respuesta completamente de acuerdo y de acuerdo, con un 39.5% y 31.9%, asimismo existió el 28.6% que dio su respuesta neutra respectivamente.

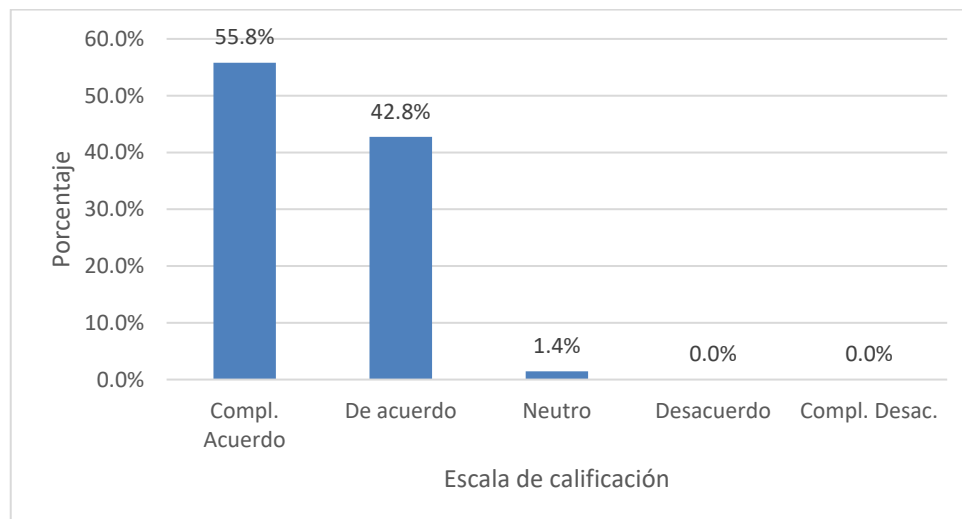
**Pregunta 30:** ¿El personal del restaurante se encuentra atento ante sus inquietudes del pedido del platillo?

**Tabla 35:** ¿El personal del restaurante se encuentra atento ante sus inquietudes del pedido del platillo?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Compl. Acuerdo	154	55.8%	55.8%
De acuerdo	118	42.8%	98.6%
Neutro	4	1.4%	100.0%
Desacuerdo	0	0.0%	100.0%
Compl. Desac.	0	0.0%	100.0%
<b>TOTAL</b>	<b>276</b>	<b>100.0%</b>	

**Fuente:** Encuesta de la calidad del servicio y la satisfacción del cliente  
Elaboración Propia

**Figura 32:** ¿El personal del restaurante se encuentra atento ante sus inquietudes del pedido del platillo?



**Fuente:** Encuesta de la calidad del servicio y la satisfacción del cliente  
Elaboración Propia

**Interpretación:** En la tabla 35 y en la figura 32, se puede observar que la mayoría de los clientes de los restaurantes de comida italiana del balneario de Huanchaco, seleccionaron mayoritariamente como opción, la respuesta completamente de acuerdo y de acuerdo, con un 55.8% y 42.8%, asimismo existió el 1.4% que dio su respuesta neutra respectivamente.

### V.3. Resultado 3 del Objetivo Especifico 1: Medir la relación de la calidad del servicio en la satisfacción del sector restaurantes de comida italiana del balneario de Huanchaco, 2019

Se midió la **relación y contrastación de la hipótesis** y el resultado por dimensiones fue:

Grafico

*Tabla 36: Correlaciones*

<b>Correlaciones</b>			
		Var. Satisf. Cliente	Var. Calidad. Serv.
Var. Satisf. Cliente	Correlación de Pearson	1	,734**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	276	276
Var. Calidad. Serv.	Correlación de Pearson	,734**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	276	276

\*\* . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Esta prueba se realizó en SPSS 21, en el cual podemos observar que se obtiene una correlación positiva alta de **0.734**, el mismo que nos indica que la variable "Satisfacción al Cliente" está relacionado con el "Calidad del Servicio". Es decir, a mejor Calidad del Servicio, mejor satisfacción del cliente respectivamente de los restaurantes de comida italiana del balneario del Huanchaco, 2019.

## VI. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

### VI.1. Discusiones:

La relación de la calidad del servicio en la satisfacción del sector restaurantes de comida italiana del balneario de Huanchaco, 2019, presenta una correlación positiva alta de **0.734**, el mismo que indica que la variable “Satisfacción al Cliente” está relacionado con el “Calidad del Servicio”. Es decir, a mejor Calidad del Servicio, mejor satisfacción del cliente respectivamente de los restaurantes de comida italiana del balneario del Huanchaco.

Esto concuerda con lo expresado por Gutierrez (20018) en su investigación titulada “Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy’s de la ciudad de Guayaquil”, concluyo que existe una relación significativa positiva entre la calidad del servicio y la satisfacción al cliente, esto significa que, si aumenta la calidad del servicio, aumentara la satisfacción al cliente o si disminuye la calidad de servicio disminuye la satisfacción al cliente. El autor identifico la importancia de la capacitación y motivación del personal del negocio, tanto a nivel del trato con los clientes, como también a nivel de mejora de los procesos con la finalidad de aumentar la satisfacción del cliente.

Asimismo, concuerda con la investigación de España Aby (2017) quien en su investigación titulada "Evaluación de la calidad de servicio al cliente en el restaurante Pizza Burger Diner. En la investigación se identifican que los directivos coinciden en que uno de los principales problemas que tienen es la “deficiencia en el servicio al cliente”, lo cual obedece a diversas causas, resaltando principalmente a la falta del departamento de Recursos Humanos lo cual provoca que el proceso de reclutamiento del personal sea deficiente, ya que no se aplican políticas de reclutamiento y por consiguiente puede haber personas no idóneas ocupando los diferentes cargos de la empresa. A esa situación se le suma la insuficiente capacitación del personal que podría provocar desmotivación. Estas deficiencias en el servicio pueden provocar clientes insatisfechos con el servicio recibido, pérdidas de clientes, reducción en ventas, disminución de la rentabilidad y pérdida de la credibilidad en la marca. (España Aby, 2017)

El autor luego de calcular el índice de calidad del servicio con el método ServQual, determinar la brecha de insatisfacción de los clientes según la diferencia entre las expectativas y percepciones, y realizar una evaluación 360°, para conocer las percepciones de los colaboradores y directivos del restaurante, propone no solo

considerar evaluar la calidad del servicio de mesas en el restaurante, sino incluir también la calidad del servicio que se ofrece en los pedidos a domicilio, asimismo, se recomienda realizar una evaluación de calidad de servicio utilizando la misma metodología en cada uno de los restaurantes de la cadena Pizza Burger Diner, para comparar la calidad del servicio y estandarizarlo. Dar prioridad a las dimensiones que presentan las mayores brechas de insatisfacción, que en este caso son los elementos tangibles y finalmente según los resultados de la evaluación 360°, se recomienda a los directivos escuchar y tomar en cuenta las opiniones de los colaboradores, ya que son ellos quienes tienen la relación directa con el cliente y conocen sus deseos.

El antecedente contribuyó a conocer cómo influye de forma negativa la deficiencia en el servicio al cliente en un negocio, provocando pérdidas de clientes, reducción de ventas, disminución de la rentabilidad y pérdida de la credibilidad de la marca, poniendo en peligro la estabilidad de crecimiento del negocio. Finalmente hace mención a la importancia de tomar en cuenta las opiniones de los colaboradores por parte de los directivos, considerando que ellos son quienes están en contacto directo día a día con el cliente.

Finalmente, tomando como referencia de información, la calidad en el servicio y su incidencia en la satisfacción del comensal en restaurantes de La Paz, México Este análisis presentado hace referencia a varias líneas de restaurantes de distintas especialidades, por lo que demuestra que ambas variables tienen mucha significancia y se puede ahondar en múltiples análisis futuros.

El nuevo enfoque es analizar el tipo de comida, como picantes, sazonadas, abundantes, gourmet o de innovación.

## **VI.2. Conclusiones:**

La calidad del servicio se relaciona positiva y significativamente en la satisfacción del cliente del sector restaurantes de comida italiana del balneario de Huanchaco, 2019; confirmándose la hipótesis de investigación.

El nivel de la calidad de servicio es de 86%, el mismo que en un sistema de cuartiles ubica el nivel de la calidad de servicio de los restaurantes de comida italiana del balneario de Huanchaco, 2019 en muy alto.

El nivel de satisfacción del cliente es de 86%, el mismo que en un sistema de cuartiles ubica el nivel de la satisfacción del cliente de los restaurantes de comida italiana del balneario de Huanchaco, 2019 en muy alto.

La relación de la calidad del servicio en la satisfacción del sector restaurantes de comida italiana del balneario de Huanchaco, 2019 presenta una correlación positiva alta de **0.734**, el mismo que nos indica que la variable “Satisfacción al Cliente” está relacionado con el “Calidad del Servicio”. Es decir, a mejor Calidad del Servicio, mejor satisfacción del cliente respectivamente de los restaurantes de comida italiana del balneario del Huanchaco, 2019.



## Lista de referencias

- Valencia, A. (2012). Una visión para hacer mas eficiente el desempeño del Sector Bancario en América Latina. *IDC- Analyze The Future*, 1.
- Huanambal, F. B. (20 de Noviembre de 2014). *Monografías. com*. Recuperado el 15 de Febrero de 2016, de <http://www.monografias.com/trabajos103/sistema-bancario-peruano-historia-indicadores-bancarios-y-crisis-bancaria/sistema-bancario-peruano-historia-indicadores-bancarios-y-crisis-bancaria2.shtml>
- Córdoba, J. C. (2007). *Modelo de Calidad para Portales Bancarios*. San José, Costa Rica.
- Valdunciel, L. M. (2007). Análisis de la Calidad de Servicio que prestan las Entidades Bancarias y su repercusión en la satisfacción del cliente y la lealtad hacia la Entidad. . *Revista Asturiana de Economía*, 85.
- Carrasco, S. (2009). *Metodología de la investigación científica. Pautas metodológicas para diseñar y elaborar el proyecto de investigación*. Lima: San Marcos.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación*. México: McGraw Hill.
- UPN, S. d. (2013). *Glosario de Investigación UPN*. Trujillo.  
*el servicio en el Perú*. (s.f.).
- Benavides, J. (2006). *El servicio en el Perú*. Trujillo: Coquito.
- Bardales, J. (2007). *Ficha de analisis*. Trujillo: Coquito.
- DELSOL, S. (13 de Septiembre de 2018). *Software DELSOL S.A*. Obtenido de Software DELSOL S.A. Web site: <https://www.sdelSol.com/blog/tendencias/el-modelo-de-kano/>
- César Camisón, S. C. (2006). *GESTIÓN DE LA CALIDAD: CONCEPTOS, ENFOQUES, MODELOS Y SISTEMAS*. Madrid: PEARSON EDUCACIÓN, S. A.
- Gutiérrez Candela, G. M. (15 de Febrero de 2018). *Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante*. Guayaquil, Guayaquil, Ecuador.
- PINEROS, J. B. (Junio de 2009). *PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA*. Obtenido de PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA:  
<https://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/economia/tesis356.pdf>

- España Aby, L. S. (Junio de 2017). *UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR*. Obtenido de  
CAMPUS "SAN LUIS GONZAGA, S. J" DE ZACAPA:  
<http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesisjcem/2017/01/01/Sanchez-Aby.pdf>
- Jesus Cristian, V. M. (30 de Setiembre de 2012). <http://tesis.pucp.edu.pe>. Obtenido de  
[http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/4478/VILLAVERDE  
E\\_JESUS\\_PRINCIPIOS\\_DEMING.pdf?sequence=1](http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/4478/VILLAVERDE_JESUS_PRINCIPIOS_DEMING.pdf?sequence=1)
- James, R. E. (2005). *UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE HONDURAS*.  
Obtenido de [https://jorriveraunah.files.wordpress.com/2011/06/capitulo-3-  
filosofias-y-marcos-de-referencia-de-la-calidad.pdf](https://jorriveraunah.files.wordpress.com/2011/06/capitulo-3-filosofias-y-marcos-de-referencia-de-la-calidad.pdf)
- Deming, W. E. (1986). *Calidad, Productividad y Competitividad*. Madrid: Diaz de Santos,  
S.A.
- REA. (2014). <https://dle.rae.es>. Obtenido de <https://dle.rae.es/?id=XLJpCxx>:  
<https://dle.rae.es/?id=XLJpCxx>
- Pilar, T. (4 de Febrero de 2015). <http://elblogdelmandointermedio.com>. Obtenido de  
[http://elblogdelmandointermedio.com/2015/02/04/cambios-que-anaden-valor-  
modelo-kano-y-la-satisfaccion-del-cliente/](http://elblogdelmandointermedio.com/2015/02/04/cambios-que-anaden-valor-modelo-kano-y-la-satisfaccion-del-cliente/)
- Castello. (2014). *Castello.es*. Obtenido de <http://www.castello.es>:  
[http://www.castello.es/web20/archivos/menu0/10/adjuntos/MANUAL%20DE%20E  
VALUACION%20DE%20LA%20SATISFACCION%20DEL%20CIUDADANO%20vs  
8%20CARLOS\\_20140429060943.pdf](http://www.castello.es/web20/archivos/menu0/10/adjuntos/MANUAL%20DE%20EVALUACION%20DE%20LA%20SATISFACCION%20DEL%20CIUDADANO%20vs%20CARLOS_20140429060943.pdf)
- Dolors, S. P. (2004). *De la calidad de servicio a la fidelidad del cliente*. Madrid: ESIC.
- Palomino Cano, F. I. (2018). <http://repositorio.ucv.edu.pe>. Obtenido de  
[http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/19612/Palomino\\_CFI.pdf?sequ  
ence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/19612/Palomino_CFI.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- RAE. (2014). <https://dle.rae.es>. Obtenido de <https://dle.rae.es/?id=6nVpk8P|6nXVL1Z>:  
<https://dle.rae.es/?id=6nVpk8P|6nXVL1Z>
- kotler&armstrong. (2008). *Fundamentos de Marketing*. México: Pearson.
- Pérez Porto, J. y. (2012). <https://definicion.de>. Obtenido de <https://definicion.de/tangible/>

Anexo

Tabla 37: Matriz de Consistencia

ANEXO: MATRIZ DE CONSISTENCIA				
AUTORES: CASTILLO SILVA, JOHNY / DURAND AZCARATE, LUIS AUGUSTO			FECHA: 10 / 07 / 2019	
TÍTULO: EVALUACION DE LA CALIDAD DEL SERVICIO Y LA SATISFACCION DEL CLIENTE DEL SECTOR RESTAURANTES DE COMIDA ITALIANA DEL BALNEARIO DE HUANCHACO, 2019.				
PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	METODOLOGÍA
<b>1. Problema General:</b> ¿En qué medida la calidad del servicio incide en la satisfacción del cliente del sector restaurantes de comida italiana del balneario de Huanchaco, 2019?	<b>1. Objetivo General:</b> Determinar si la calidad del servicio incide en la satisfacción del cliente del sector restaurantes de comida italiana del balneario de Huanchaco, 2019	<b>1. Hipótesis General:</b> La calidad del servicio incide POSITIVA Y SIGNIFICATIVAMENTE en la satisfacción del cliente del sector restaurantes de comida italiana del balneario de Huanchaco, 2019	<b>V. Independiente:</b>  La Calidad de Servicio	<b>1. Enfoque de Investigación:</b> Cuantitativo  <b>2. Tipo de Investigación:</b> Correlacional (causal)  <b>3. Método:</b> Inductivo - Deductivo Análisis - Síntesis
<b>2. Problemas Específicos:</b> 1. ¿Cuál es el nivel de la calidad del servicio del sector restaurantes de comida italiana del balneario de Huanchaco, 2019? 2. ¿Cuál es el nivel en la satisfacción del cliente del sector restaurantes de comida italiana del balneario de Huanchaco, 2019? 3. ¿Cuál es la incidencia de la calidad del servicio en la satisfacción del sector restaurantes de comida italiana del balneario de Huanchaco, 2019?	<b>2. Objetivos Específicos</b> 1. Medir el nivel de la calidad del servicio del sector restaurantes de comida italiana del balneario de Huanchaco, 2019 2. Medir el nivel en la satisfacción del cliente del sector restaurantes de comida italiana de del balneario de Huanchaco, 2019 3. Medir la incidencia de la calidad del servicio en la satisfacción del sector restaurantes de comida italiana del balneario de Huanchaco, 2019	<b>2. Hipótesis Específicas (opcional):</b> 1. El nivel de la calidad del servicio es SIGNIFICATIVO en el sector restaurantes de comida italiana del balneario de Huanchaco, 2019 2. El nivel en la satisfacción del cliente es SIGNIFICATIVO en el sector restaurantes de comida italiana balneario de Huanchaco, 2019 3. La incidencia de la calidad del servicio ES POSITIVA Y SIGNIFICATIVA en el posicionamiento del sector restaurantes de comida italiana del balneario de Huanchaco, 2019	<b>V. Dependiente:</b>  La Satisfacción del Cliente	<b>4. Diseño de la Investigación:</b> No experimental  <b>5. Unidad Muestral:</b> Los clientes del sector restaurantes de comida italiana del Balneario de Huanchaco 2019  <b>6. Población:</b> Los 960 clientes del sector restaurantes de comida italiana del Balneario de Huanchaco 2019 <b>7. Muestra:</b> Los 276 clientes del sector restaurantes de comida italiana del Balneario de Huanchaco 2019  <b>8. Técnica:</b> Encuesta  <b>8. Instrumento:</b> Ficha de encuesta

**ANEXO N° 1**  
**CONDICIONES MÍNIMAS PARA OBTENER LA CLASIFICACIÓN DE**  
**RESTAURANTE UN TENEDOR (1)**

- (1) El cumplimiento de las condiciones establecidas, no exime del cumplimiento de las disposiciones establecidas en la Norma Sanitaria para Restaurantes y Servicios Afines y demás normas complementarias expedidas por el Ministerio de Salud. Su verificación está a cargo de la Autoridad Sanitaria Municipal.

**A. Condiciones mínimas de infraestructura**

<b>Generales:</b>
Instalaciones y acabados de todos los ambientes deben estar en buenas condiciones de conservación e higiene.
Cuenta con un programa de buenas prácticas de manufactura y lleva un registro que permite verificar su cumplimiento.
Cuenta con procedimientos para control de plagas y lleva un registro que permite verificar su cumplimiento.
<b>Ingreso:</b>
Ingreso principal.
<b>Servicios higiénicos generales para uso de los comensales:</b>
Independientes para damas y caballeros, ubicados dentro del establecimiento.
Con inodoro, urinario, lavatorio.
Illuminados y en buen estado de conservación e higiene. Con sistema de ventilación natural o artificial que permita la eliminación de olores hacia el exterior del establecimiento, de acuerdo a la Norma Técnica sobre la materia.
Muros, pisos y techos de materiales que permitan una rápida y fácil higiene.
<b>Ascensor:</b>
Obligatorios solamente en los casos en que el establecimiento se encuentre ubicado en el cuarto piso o en nivel superior a éste. En buen estado de conservación, higiene y funcionamiento.
<b>Comedor:</b>
Ubicado en zona de fácil acceso a la cocina.
Paredes, pisos y techos en buen estado de conservación e higiene.
Contar con sistemas de ventilación e iluminación, de acuerdo a la Norma Técnica sobre la materia.
<b>Cocina:</b>
Obligatoria.
Paredes, pisos y techos revestidos de material impermeable, de rápida y fácil limpieza, en buen estado de conservación e higiene.
Sistema de ventilación natural o artificial que permita la eliminación de olores hacia el exterior del establecimiento, de acuerdo a la Norma Técnica sobre la materia.
Contar con sistema de sumideros dentro de la cocina que permitan al agua correr y no se acumulen en el piso.
<b>Para el personal:</b>
Vestuario y servicios higiénicos para el personal.
Ambientes iluminados, ventilados y en buen estado de conservación e higiene.
Ubicados fuera del área de manipulación de alimentos y sin acceso directo al área de cocina o al almacén.



### B. Condiciones mínimas de equipamiento

<b>Generales:</b>
Todo el mobiliario y los elementos decorativos estarán en buen estado de conservación, de fácil higiene y desinfección; debiendo ser de material resistente a la corrosión, que no transmitan sustancias tóxicas, olores, ni sabores a los alimentos.
<b>En el comedor:</b>
Todo el mobiliario de material resistente en buen estado de conservación e higiene.
La distribución de mesas y mobiliario debe ser funcional, facilitando la circulación de los comensales, de acuerdo a la Norma Técnica sobre la materia.
Mesas con superficie que permita su fácil limpieza y desinfección. Además, debe contar con servilletas en buen estado de conservación e higiene.
Vajilla, cristalería y cubiertos en metal, en buen estado de conservación e higiene.
En caso de contar con equipos para exhibición como vitrinas refrigeradas, ubicadas en el comedor, se mantendrán en buen estado de funcionamiento, conservación e higiene. Serán de uso exclusivo para alimentos.
<b>En la cocina:</b>
Todo el mobiliario debe ser de material liso, mantenido en buen estado de conservación e higiene.
Campanas extractoras de acero inoxidable en la cocina que permita la extracción de humos y vahos permanentemente, en buen funcionamiento, conservación y limpieza.
Lavaderos de la cocina deben ser de acero inoxidable u otro material resistente y liso, en buen estado de conservación y limpieza, con suministro de agua potable circulante y red de desagüe.
Tacho de basura con tapa oscilante o similar que evite el contacto con las manos, con una bolsa de plástico en el interior para facilitar la evacuación de los residuos.
Contar con dispensadores de jabón líquido y alcohol en gel para la fácil desinfección de las manos, así como papel toalla para el secado.
<b>Servicios higiénicos generales para uso de los comensales:</b>
Dispensadores con jabón líquido o similar.
Dotados permanentemente de papel higiénico.
Tacho de basura con tapa de material resistente al lavado continuo, con bolsas internas de plástico para facilitar la recolección de residuos.
Medios higiénicos para secarse las manos.
Las puertas deben ser lisas y de fácil limpieza.
<b>Servicios higiénicos para el personal:</b>
Con dispensadores de jabón líquido o similar y medios higiénicos para secarse las manos (toallas desechables o secadores automáticos de aire).
<b>Almacenamiento de equipos, utensilios de limpieza y mantenimiento:</b>
Con un mobiliario para su almacenamiento, debidamente rotulado. Limpio y ventilado, al que no puedan acceder personas ajenas al servicio y protegido contra el ingreso de roedores, animales.



### C. Condiciones mínimas de servicio

Carta de platos.
Con programa de seguridad preventivo y correctivo para la protección y seguridad de los comensales (2).

### D. Condiciones mínimas de personal

<b>Para atención en el comedor:</b>
Mozo: mínimo con capacitación sobre técnicas de atención al cliente.
Mozo permanentemente uniformado.
El uniforme del mozo debe estar limpio, sin manchas ni roturas.
<b>En la cocina:</b>
Cocinero: con capacitación en manipulación de alimentos.
Cocinero permanentemente uniformado.
El uniforme del cocinero debe estar limpio, sin manchas ni roturas.

**ANEXO N° 2**  
**CONDICIONES MÍNIMAS PARA OBTENER LA CLASIFICACIÓN DE**  
**RESTAURANTE DOS TENEDORES (1)**

(1) El cumplimiento de las condiciones establecidas, no exime del cumplimiento de las disposiciones establecidas en la Norma Sanitaria para Restaurantes y Servicios Afines y demás normas complementarias expedidas por el Ministerio de Salud. Su verificación está a cargo de la Autoridad Sanitaria Municipal.

**A. Condiciones mínimas de infraestructura**

<b>Generales:</b>
Instalaciones y acabados de todos los ambientes deben estar en buenas condiciones de conservación e higiene.
Cuenta con un programa de buenas prácticas de manufactura y lleva un registro que permite verificar su cumplimiento.
Cuenta con procedimientos para control de plagas y lleva un registro que permite verificar su cumplimiento.
<b>Ingreso:</b>
Ingreso principal.
<b>Servicios higiénicos generales para uso de los comensales:</b>
Independientes para damas y caballeros, ubicados dentro del establecimiento.
Con inodoro, urinario, lavatorio.
Iluminados y en buen estado de conservación e higiene. Con sistema de ventilación natural o artificial que permita la eliminación de olores hacia el exterior del establecimiento, de acuerdo a la Norma Técnica sobre la materia.
Muros, pisos y techos de materiales que permitan una rápida y fácil higiene.
<b>Ascensor:</b>
Obligatorios solamente en los casos en que el establecimiento se encuentre ubicado en el cuarto piso o en nivel superior a éste. En buen estado de conservación, higiene y funcionamiento.
<b>Comedor:</b>
Ubicado en zona de fácil acceso a la cocina.
Paredes, pisos y techos en buen estado de conservación e higiene.
Contar con sistemas de ventilación e iluminación, de acuerdo a la Norma Técnica sobre la materia.
<b>Cocina:</b>
Obligatoria.
Paredes, pisos y techos revestidos de material impermeable, de rápida y fácil limpieza, en buen estado de conservación e higiene.
Sistema de ventilación natural o artificial que permita la eliminación de olores hacia el exterior del establecimiento, de acuerdo a la Norma Técnica sobre la materia.
Contar con sistema de sumideros dentro de la cocina que permitan al agua correr y no se acumulen en el piso.
<b>Para el personal:</b>
Vestuario y servicios higiénicos para el personal.
Ambientes iluminados, ventilados y en buen estado de conservación e higiene.
Ubicados fuera del área de manipulación de alimentos y sin acceso directo al área de cocina o al almacén.



#### B. Condiciones mínimas de equipamiento

<b>Generales:</b>
Todo el mobiliario y los elementos decorativos estarán en buen estado de conservación, de fácil higiene y desinfección; debiendo ser de material resistente a la corrosión, que no transmitan sustancias tóxicas, olores, ni sabores a los alimentos.
<b>En el comedor:</b>
Todo el mobiliario de material resistente en buen estado de conservación e higiene.
La distribución de mesas y mobiliario debe ser funcional, facilitando la circulación de los comensales, de acuerdo a la Norma Técnica sobre la materia.
Mesas con superficie que permita su fácil limpieza y desinfección. Además, debe contar con servilletas en buen estado de conservación e higiene.
Vajilla, cristalería y cubiertos en metal, en buen estado de conservación e higiene.
En caso de contar con equipos para exhibición como vitrinas refrigeradas, ubicadas en el comedor, se mantendrán en buen estado de funcionamiento, conservación e higiene. Serán de uso exclusivo para alimentos.
<b>En la cocina:</b>
Todo el mobiliario debe ser de material liso, mantenido en buen estado de conservación e higiene.
Campanas extractoras de acero inoxidable en la cocina que permita la extracción de humos y vahos permanentemente, en buen funcionamiento, conservación y limpieza.
Lavaderos de la cocina deben ser de acero inoxidable u otro material resistente y liso, en buen estado de conservación y limpieza, con suministro de agua potable circulante y red de desagüe.
Tacho de basura con tapa oscilante o similar que evite el contacto con las manos, con una bolsa de plástico en el interior para facilitar la evacuación de los residuos
Contar con dispensadores de jabón líquido y alcohol en gel para la fácil desinfección de las manos, así como papel toalla para el secado.
<b>Servicios higiénicos generales para uso de los comensales:</b>
Dispensadores con jabón líquido o similar.
Dotados permanentemente de papel higiénico.
Tacho de basura con tapa de material resistente al lavado continuo, con bolsas internas de plástico para facilitar la recolección de residuos.
Medios higiénicos para secarse las manos.
Las puertas deben ser lisas y de fácil limpieza.
<b>Servicios higiénicos para el personal:</b>
Con dispensadores de jabón líquido o similar y medios higiénicos para secarse las manos (toallas desechables o secadores automáticos de aire).
<b>Almacenamiento de equipos, utensilios de limpieza y mantenimiento:</b>
Con un mobiliario para su almacenamiento, debidamente rotulado. Limpio y ventilado, al que no puedan acceder personas ajenas al servicio y protegido contra el ingreso de roedores, animales.



#### C. Condiciones mínimas de servicio

<b>Carta de platos.</b>
Con programa de seguridad preventivo y correctivo para la protección y seguridad de los comensales (2).
(2) El programa de seguridad deberá contar con un listado de contactos de emergencias médicas, servicio de ambulancia, bomberos, defensa civil, Policía Nacional del Perú, entre otros.

#### D. Condiciones mínimas de personal

<b>Para atención en el comedor:</b>
Mozo: mínimo con capacitación sobre técnicas de atención al cliente.
Mozo permanentemente uniformado.
El uniforme del mozo debe estar limpio, sin manchas ni roturas.
<b>En la cocina:</b>
Cocinero: con capacitación en manipulación de alimentos.
Cocinero permanentemente uniformado.
El uniforme del cocinero debe estar limpio, sin manchas ni roturas.





**FICHA PARA VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO**

**I. REFERENCIA**

- 1.1. Experto SEBASTIÁN ALONSO VILCHEZ VERA
- 1.2. Especialidad MARKETING
- 1.3. Cargo actual COORDINADOR DE CARRERA
- 1.4. Grado Académico MAESTRO
- 1.5. Institución UPN
- 1.6. Tipo de Instrumento ENCUESTA
- 1.7. Lugar y fecha TRUJILLO, 14 DE ENERO 2019

**II. TABLA DE VALORACIÓN POR EVIDENCIAS**

N°	TABLA DE VALORACIÓN POR EVIDENCIAS	5	4	3	2	1	0
1	Pertinencia de los indicadores	/					
2	Formulación con lenguaje apropiado	/					
3	Adecuados para los sujetos de estudio	/					
4	Facilita la prueba de hipótesis	/					
5	Suficiente para medir la variable	/					
6	Facilita la interpretación del instrumento	/					
7	Acorde al avance de la ciencia y tecnología	/					
8	Expresado con hechos perceptibles	/					
9	Tiene secuencia lógica	/					
10	Basado en aspectos teóricos	/					
<b>TOTAL</b>							

Coefficiente de valoración porcentual: C= .....

**III. OBSERVACIONES Y/O RECOMENDACIONES**

todo OK.



Alonso Vilchez Vera  
COORDINADOR DE CARRERA DE MARKETING  
UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE S.A.C.  
Firma del Experto





**FICHA PARA VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO**

**I. REFERENCIA**

- 1.1. Experto Mauricio Ríos Uribe
- 1.2. Especialidad Economía
- 1.3. Cargo actual Docente TC
- 1.4. Grado Académico Magister
- 1.5. Institución Centro Catelico
- 1.6. Tipo de Instrumento Encuesta
- 1.7. Lugar y fecha Tujillo, 14 de 19

**II. TABLA DE VALORACIÓN POR EVIDENCIAS**

Nº	TABLA DE VALORACIÓN POR EVIDENCIAS	5	4	3	2	1	0
1	Pertinencia de los indicadores	✓					
2	Formulación con lenguaje apropiado	✓					
3	Adecuados para los sujetos de estudio	✓					
4	Facilita la prueba de hipótesis	✓					
5	Suficiente para medir la variable	✓					
6	Facilita la interpretación del instrumento	✓					
7	Acorde al avance de la ciencia y tecnología	✓					
8	Expresado con hechos perceptibles	✓					
9	Tiene secuencia lógica	✓					
10	Basado en aspectos teóricos	✓					
<b>TOTAL</b>							

Coefficiente de valoración porcentual: C= .....

**III. OBSERVACIONES Y/O RECOMENDACIONES**

Conforme

.....

.....

.....

.....

.....  
Firma del experto



**FICHA PARA VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO**

**I. REFERENCIA**

- |                          |                             |
|--------------------------|-----------------------------|
| 1.1. Experto             | Mónica Zepeda Alva          |
| 1.2. Especialidad        | Empresario Justificas       |
| 1.3. Cargo actual        | Coordinadora de curso       |
| 1.4. Grado Académico     | Maestría en Alta Dirección  |
| 1.5. Institución         | Universidad Rey Juan Carlos |
| 1.6. Tipo de Instrumento | Encuesta                    |
| 1.7. Lugar y fecha       | T/14/01/2019                |

**II. TABLA DE VALORACIÓN POR EVIDENCIAS**

Nº	TABLA DE VALORACIÓN POR EVIDENCIAS	5	4	3	2	1	0
1	Pertinencia de los indicadores		✓				
2	Formulación con lenguaje apropiado		✓				
3	Adecuados para los sujetos de estudio	✓	✓				
4	Facilita la prueba de hipótesis		✓				
5	Suficiente para medir la variable		✓				
6	Facilita la interpretación del instrumento		✓				
7	Acorde al avance de la ciencia y tecnología		✓				
8	Expresado con hechos perceptibles		✓				
9	Tiene secuencia lógica		✓				
10	Basado en aspectos teóricos		✓				
<b>TOTAL</b>			✓				

Coeficiente de valoración porcentual: C= 45

**III. OBSERVACIONES Y/O RECOMENDACIONES**

.....

.....

.....

.....

.....



.....

Firma del experto

## UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE

### ESCUELA DE POSTGRADO

Estimado Señor (a), el presente cuestionario tiene como objetivo conocer la opinión sobre la evaluación de la calidad del servicio y la satisfacción del cliente del sector restaurantes de comida italiana del balneario de huanchaco, 2019.

#### Instrucciones

1. El cuestionario es anónimo y confidencial.
2. Es importante responder de manera franca y honesta
3. Marcar una sola opción
4. Asegúrese de responder todas las preguntas o enunciados.
5. Marque con un aspa (X) en el ítem que crea conveniente

Completamente en desacuerdo	Desacuerdo	Neutral	De acuerdo	Completamente de acuerdo
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>

#### CUESTIONARIO:

N° ITEMS		ESCALA DE VALORACIÓN				
<b>VARIABLE 1 SATISFACCIÓN DEL CLIENTE</b>						
<b>DIMENSIÓN 1: CALIDAD ESPERADA (MUST BE)</b>		1	2	3	4	5
1	¿Ud. Se encuentra satisfecho con el servicio del restaurante?					
2	¿En general el servicio prestado por el restaurante cumple con sus expectativas?					
3	¿Recomendaría el restaurante a sus amigos?					
<b>DIMENSIÓN 2: CALIDAD DESEADA (PERFORMANCE)</b>		1	2	3	4	5
4	¿El lugar le genera un ambiente acogedor?					
5	¿Considera que el restaurante cumple con un estándar apropiado de higiene?					
6	¿Cree usted que la relación precio - calidad es correcto?					
<b>DIMENSIÓN 3: CALIDAD MOTIVANTE (DELIGHTER)</b>		1	2	3	4	5
7	¿Siente que los empleados atendieron sus necesidades completas?					
8	¿Se cumplió el tiempo de espera del platillo indicado?					

<b>DIMENSIÓN 4: CALIDAD INDIFERENTE (INDIFFERENT)</b>		1	2	3	4	5
9	¿El acceso al restaurante es fácil?					
10	¿La ubicación dentro del restaurante es idónea para el tipo de servicio que ofrece?					
11	¿Ud. considera que vale la pena venir de otro lugar a consumir en el restaurante?					
<b>DIMENSIÓN 5: CALIDAD DE RECHAZO</b>		1	2	3	4	5
12	¿Cree usted que el número de personal de atención es suficiente?					
13	¿Se cumplió en entregar el plato en el tiempo sugerido por el personal?					
<b>VARIABLE 2: CALIDAD DEL SERVICIO</b>						
<b>DIMENSIÓN 1: ELEMENTOS TANGIBLES</b>		1	2	3	4	5
14	¿El restaurante cuenta con el mobiliario acorde al servicio que desea ofrecer?					
15	¿Las instalaciones del comedor son visualmente atractivas?					
16	¿El personal del restaurante tiene una apariencia ordenada y pulcra?					
17	¿La comida brindada en el comedor luce apetitosa?					
18	¿El menaje (bandeja y cubiertos) son presentados con adecuado estado y limpieza?					
<b>DIMENSIÓN 2: FIABILIDAD</b>		1	2	3	4	5
19	¿El personal del restaurante realiza bien el servicio desde el primer momento?					
20	¿El restaurante cumple con los horarios establecidos?					
21	¿El restaurante presenta los productos seguros en manipulación e higiene?					
<b>DIMENSIÓN 3: CAPACIDAD DE RESPUESTA</b>		1	2	3	4	5
22	¿El restaurante le ofrece un servicio rápido?					
23	¿El punto de cocción y sabor de los productos era el conveniente?					
24	¿El personal tiene conocimiento suficiente para responder sus preguntas?					
25	¿Los empleados del restaurante están siempre dispuestos a ayudarte?					
<b>DIMENSIÓN 4: SEGURIDAD</b>		1	2	3	4	5
26	¿El comportamiento del personal del comedor le inspira confianza?					
27	¿Los empleados del restaurante son siempre amables con usted?					
28	¿Se ofrece información detallada sobre el menú diario?					
<b>DIMENSIÓN 5: EMPATÍA</b>		1	2	3	4	5
29	¿Los empleados del restaurante le brindan una atención personalizada?					
30	¿El personal del restaurante se encuentra atento ante sus inquietudes del pedido del platillo?					

*Gracias por su colaboración*