

UNIVERSIDAD SAN PEDRO

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
ADMINISTRATIVAS**

PROGRAMA DE ESTUDIO DE ADMINISTRACIÓN



**Calidad de Servicio y Satisfacción del Cliente del Local de Comida
Raffo'S Grill, Chimbote, 2023**

Tesis para obtener el Título Profesional de Licenciado en Administración

Autor:

Chávez Zavaleta, Favio Aarón

Código ORCID:0009-0004-5211-834X

Asesor:

Gonzales Chávez, Carlos

Código ORCID:0000-0003-4279-7145

Chimbote - Perú

2023

Índice General

PALABRA CLAVE :	III
KEYWORD.....	III
CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD	VI
RESUMEN	V
ABSTRACT	VI
INTRODUCCIÓN	1
METODOLOGÍA	10
RESULTADOS	13
ANÁLISIS Y DISCUSIÓN	25
CONCLUSIONES.....	28
AGRADECIMIENTO	31
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	32

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA N°0 1: NIVEL ESTADÍSTICO DE LA VARIABLE CALIDAD DE SERVICIO DEL RESTAURANTE RAFFO'S GRILL, CHIMBOTE, 2023.	13
TABLA N°0 2: NIVEL DE LAS DIMENSIONES DE LA VARIABLE CALIDAD DE SERVICIO DEL RESTAURANTE RAFFO'S GRILL, CHIMBOTE, 2023.	13
TABLA N°0 3: IDENTIFICAR EL NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES EN EL LOCAL DE COMIDA RAFFO'S GRILL, CHIMBOTE, 2023.	14
TABLA N°0 4: NIVEL DE LAS DIMENSIONES SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES EN EL LOCAL DE COMIDA RAFFO'S GRILL, CHIMBOTE, 2023.	14
TABLA N°0 5: NIVEL ESTADÍSTICO DE LA DIMENSIÓN FIABILIDAD Y LA VARIABLE SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES EN EL LOCAL DE COMIDA RAFFO'S GRILL, CHIMBOTE, 2023.	15
TABLA N°0 6: RELACIÓN ENTRE LA DIMENSIÓN FIABILIDAD Y LA VARIABLE SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES EN EL LOCAL DE COMIDA RAFFO'S GRILL, CHIMBOTE, 2023.	15
TABLA N°0 7: CORRELACIÓN ENTRE LA DIMENSIÓN FIABILIDAD Y LA VARIABLE SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES EN EL LOCAL DE COMIDA RAFFO'S GRILL, CHIMBOTE, 2023.	16
TABLA N°0 8: NIVELES DE LA DIMENSIÓN SENSIBILIDAD Y LA VARIABLE SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES EN EL LOCAL DE LA COMIDA RAFFO'S GRILL, CHIMBOTE, 2023	16
TABLA N°0 9: RELACIÓN ENTRE LA DIMENSIÓN SENSIBILIDAD Y LA VARIABLE SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES EN EL LOCAL DE COMIDA RAFFO'S GRILL, CHIMBOTE, 2023.	17
TABLA N°0 10: CORRELACIÓN DE LA DIMENSIÓN SENSIBILIDAD Y LA VARIABLE SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES EN EL LOCAL DE COMIDA RAFFO'S GRILL, CHIMBOTE, 2023.....	17
TABLA N°0 11: NIVEL ESTADÍSTICO DE LA DIMENSIÓN SEGURIDAD Y LA VARIABLE SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES EN EL LOCAL DE COMIDA RAFFO'S GRILL, CHIMBOTE, 2023.....	18
TABLA N°0 12: RELACIÓN ENTRE LA SEGURIDAD Y LA VARIABLE SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES EN EL LOCAL DE COMIDA RAFFO'S GRILL, CHIMBOTE, 2023	19
TABLA N°0 13: CORRELACIÓN ENTRE LA SEGURIDAD Y LA VARIABLE SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES EN EL LOCAL DE COMIDA RAFFO'S GRILL, CHIMBOTE, 2023.....	19
TABLA N°0 14: NIVEL ESTADÍSTICO DE LA DIMENSIÓN EMPATÍA Y LA VARIABLE SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES EN EL LOCAL DE COMIDA RAFFO'S GRILL, CHIMBOTE, 2023.	20
TABLA N°0 15: RELACIÓN DE LA DIMENSIÓN EMPATÍA Y LA VARIABLE SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES EN EL LOCAL DE COMIDA RAFFO'S GRILL, CHIMBOTE, 2023.....	21
TABLA N°0 16: CORRELACIÓN DE LA DIMENSIÓN EMPATÍA Y LA VARIABLE SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES EN EL LOCAL DE COMIDA RAFFO'S GRILL, CHIMBOTE, 2023.....	21
TABLA N°0 17: NIVEL ESTADÍSTICO DE LOS ELEMENTOS TANGIBLES Y LA VARIABLE SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES EN EL LOCAL DE COMIDA RAFFO'S GRILL, CHIMBOTE, 2023.....	22
TABLA N°0 18: RELACIÓN DE LA DIMENSIÓN ELEMENTOS TANGIBLES Y LA VARIABLE SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES EN EL LOCAL DE COMIDA RAFFO'S GRILL, CHIMBOTE, 2023.....	23
TABLA N°0 19: RELACIÓN ENTRE LA CALIDAD DE SERVICIO Y LA VARIABLE SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES EN EL LOCAL DE COMIDA RAFFO'S GRILL, CHIMBOTE, 2023.	23

Palabra Clave :

Calidad de servicio
satisfacción del cliente

Keyword

Quality service
and satisfaccion costumer

Línea de investigación

Línea de investigación	Marketing
Área	Ciencias sociales
Sub área	Economía y negocios
Disciplina	Negocios y management

Constancia de originalidad



CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD

El que suscribe, Vicerrector de Investigación de la Universidad San Pedro:

HACE CONSTAR

Que, de la revisión del trabajo titulado **"Calidad de servicio y satisfacción del cliente del local de comida Raffo's Grill, Chimbote, 2023"** del (a) estudiante: **Favio Aarón Chávez Zavaleta**, identificado(a) con Código N° **2211000163**, se ha verificado un porcentaje de similitud del 28%, el cual se encuentra dentro del parámetro establecido por la Universidad San Pedro mediante resolución de Consejo Universitario N° 5037-2019-USP/CU para la obtención de grados y títulos académicos de pre y posgrado, así como proyectos de Investigación anual Docente.

Se expide la presente constancia para los fines pertinentes.

Chimbote, 17 de Julio de 2023

UNIVERSIDAD SAN PEDRO
VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN

Dr. JAVIER MARTINEZ CARRIÓN
VICERRECTOR



NOTA:
Este documento carece de valor si no tiene adjunta el reporte del Software TURNITIN.

Titulo

**CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DEL
LOCAL DE COMIDA RAFFO'S GRILL, CHIMBOTE, 2023.**

Titule

**QUALITY OF SERVICE AND CUSTOMER SATISFACTION OF THE
FOOD STORE RAFFO'S GRILL, CHIMBOTE, 2023.**

Resumen

El propósito de la investigación es determinar la relación entre dos variables. Metodológicamente, esto corresponde a un tipo básico, nivel descriptivo relacionado en lugar de un experimento cruzado. La población estuvo conformada por 95 comensales del restaurante, se utilizaron métodos de encuesta y se confirmaron mediante juicios de expertos. Para las pruebas de confiabilidad se utilizó el método Alfa de Cronbach, logrando un valor de 0.848 para la variable calidad del servicio y 0.885 para la variable satisfacción del cliente. Los resultados se analizaron mediante las aplicaciones Excel y SPSS, y se utilizaron métodos estadísticos chi-cuadrado para determinar el grado de correlación entre las variables. Los resultados nos ayudaron a probar que existe relación entre las dos variables en los clientes del Restaurante Raffo's Grill en Chimbote 2023.

Abstract

The purpose of the investigation is to determine the relationship between two variables. Methodologically, this corresponds to a related basic type, level, or descriptive design rather than a crossover experiment. The population consisted of 95 diners from the restaurant, survey methods were used and confirmed by expert judgments. For the reliability tests, Cronbach's Alpha method was used, achieving a value of 0.848 for the service quality variable and 0.885 for the customer satisfaction variable. The results were analyzed using the Excel and SPSS applications, and chi-square statistical methods were used to determine the degree of correlation between the variables. The results help us prove that there is a relationship between the two variables in the clients of the Raffo's Grill Restaurant in Chimbote 2023.

Introducción

Antecedentes y Fundamentación Científica Antecedentes, tenemos a Larsson y Brostrom (2019) analizan variables del restaurante en estudios. Un estudio descriptivo correlacional utilizando una herramienta de recolección de datos (cuestionario) de 450 clientes mostró que existe una asociación entre las variables calidad del servicio y satisfacción del cliente, a mayor calidad mayor satisfacción concluyó ser mayor ($Rho=0.756$). Los sellos distintivos de una mayor satisfacción son la calidad de la comida y el enfoque individual del restaurante. Asimismo, Gonzáles (2020) realizó un estudio si existe una relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente. Los objetivos específicos incluyen evaluar la confianza con respecto a la satisfacción del cliente y construir una relación y un nivel de confianza con la satisfacción del cliente. El primer objetivo se identificó con una confianza moderada del 68 %. Para el Objetivo Específico 02, el coeficiente de correlación de Spearman aumentó de 0,184 a 0,331, lo que indica un alto grado de confianza en la calidad de la experiencia del restaurante.

Miranda (2017) En su trabajo. La investigación muestra que existe una correlación entre la calidad del servicio y la satisfacción. Encontramos que el 58% de los encuestados se mostraron comprensivos y satisfechos con las metas establecidas. Esto significa que cuanto más felices sean sus empleados, más felices serán.

Flores (2018) este estudio se realizó utilizando métodos de lectura descriptivos y no empíricos. - sección de diseño. Se recogieron datos de 108 clientes, pero la muestra final fue de 13. Los resultados muestran una correlación muy significativa entre los elementos materiales y la segunda variable con un coeficiente de correlación de Spearman de 0,785. Además, se encontró una relación moderada pero significativa entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del cliente con un coeficiente de correlación de Spearman de 0,641. También existe una correlación baja pero significativa entre la empatía y la satisfacción del cliente, con un coeficiente de correlación de Spearman de 0,501. En general, encontramos una correlación alta y significativa entre la empatía y la satisfacción del cliente.

Rivera (2018) el estudio constó de cinco tareas específicas para explorar diferentes aspectos y variables. Utilice diseños de investigación de compensación no empíricos para

describir las relaciones entre las variables. La muestra estuvo conformada por 90 clientes, utilizando una escala tipo Likert del 1 al 5, respondiendo dos preguntas, una de 51 preguntas y la otra de 19 preguntas. Los resultados muestran que existe una alta correlación positiva entre las dos variables con el coeficiente de correlación de Spearman de 0,783. Se encontraron correlaciones significativas y muy altas.

Madankar et al. (2019) realizar una investigación se recolectan datos sobre una muestra de 345 clientes mediante un cuestionario de correlación descriptivo. Los resultados muestran un nivel de confianza moderado y el 68% está satisfecho con la calidad del servicio. Esto pone de relieve la importancia del diálogo entre las empresas y sus clientes. b El restaurante prestará la debida atención a la atención al cliente para rebajar su reputación.

Wong et al. (2022) realizó un estudio descriptivo sobre la correlación. El estudio se realizó con 234 clientes utilizando un cuestionario como herramienta de recolección de datos. Concluyeron que hubo correlación entre las variables con un coeficiente de correlación de Pearson de 0,973.

En un estudio de Souki et al (2019), se investigaron mediante una metodología descriptiva correlativa. Una muestra aleatoria consistió en 59 minoristas de electrónica de consumo y se utilizó un cuestionario como vehículo de recopilación de datos. Los resultados mostraron correlaciones entre las variables investigadas, con un coeficiente de correlación de Pearson de 0,334. Nishiura et al. (2020) realizaron un estudio científico analizando diferentes aspectos de la satisfacción del cliente en restaurantes. Los datos fueron recolectados a través de cuestionarios de una muestra de 452 clientes utilizando un enfoque descriptivo. Los resultados mostraron que los clientes sentían que sus empleados tenían un bajo rendimiento y que la satisfacción del cliente era moderada en relación con el rendimiento de los empleados. En particular, se señaló que el personal estaba desmotivado y carecía de capacitación y motivación para dar lo mejor de sí y cumplir con las expectativas de los clientes.

Meesala y Paul (2018) evaluaron dos variables clave para las ferreterías en su estudio: correlacionado y los datos se recopilaron mediante cuestionarios de una población de 342 clientes. Los resultados del análisis estadístico mostraron una asociación significativa entre ambas variables con un coeficiente de correlación de 0,274 en la prueba de Pearson. En resumen, podemos decir que existe una correlación positiva. Muter et al. (2020) es un

estudio que investigó a través de una investigación descriptiva. Se utilizó un cuestionario como medio de recolección de datos y la muestra estuvo conformada por 134 clientes. En consecuencia, una calidad de servicio satisfactoria requiere que el personal del restaurante cumpla con las expectativas de los clientes, brinde un buen servicio, demuestre empatía y cree un ambiente seguro y cómodo para que los clientes permanezcan en sus instalaciones.

Ceseña (2022), en su estudio, realizó un análisis de estudiar los principales avances en la innovación y comercialización de servicios en gastronomía. Se realizó se analizaron estudios empíricos y retrospectivos. Los resultados subrayan la importancia de la innovación en el posicionamiento en el mercado y el marketing en la búsqueda de la satisfacción del cliente y una mejor prestación del servicio. Además, se presentó un marco estratégico para la investigación de mercados para lograr estos objetivos, destacando la importancia de comprender los procesos asociados con la innovación y el marketing en la industria hotelera para el éxito empresarial. Priego (2023), en su estudio, examinó las tácticas comerciales que pueden utilizar los restaurantes de snacks artesanales para mantener su posición de liderazgo en el mercado. Se utilizaron técnicas de recolección de datos primarios como observaciones, entrevistas y encuestas a clientes como parte del análisis de casos. Los resultados mostraron que la estrategia más viable para los restaurantes era el énfasis en la diferenciación y el marketing directo para mantener su posición en el mercado.

Gómez (2023) se enfocó en la pequeña empresa PAKEMBOO y desarrolló un plan de negocios para determinar la factibilidad de apertura de puntos físicos. El plan incluyó evaluación de productos, precios, ubicaciones y promociones y se basó en una investigación descriptiva con enfoque mixto. La encuesta se utilizó para recopilar información cuantitativa de muestras en la ciudad de Fusagasugá. Los objetivos del plan de negocios incluyen investigación de mercado, análisis técnico, investigación de gestión y personal, y diseño de investigación financiera. Cada target fue abordado de manera adecuada que permitió identificar segmentos específicos y variables clave para caracterizar adecuadamente el mercado.

Zhu (2023) encontró en un estudio que las percepciones de la calidad de los alimentos influían directamente en las intenciones de convertirse en clientes habituales, pero no en las intenciones de experimentar en los restaurantes. Por un lado, se encontró que la calidad

del servicio y la percepción de un entorno de alta tecnología incidían positivamente tanto en la disposición a experimentar como en la disposición a convertirse en cliente habitual, lo que se lograba a través del interés por los restaurantes robotizados. Mamani (2022), el estudio realizado entre la sensibilidad y la satisfacción del cliente en los restaurantes Abba Padre SJL en el año 2022. Se realizó un estudio de correlación utilizando una muestra de 25 clientes. Los resultados mostraron un coeficiente de correlación de Pearson de 0,565, indicando una correspondencia entre las variables investigadas.

Merlo (2019) estudió la relación entre los aspectos de confiabilidad de la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en los restaurantes Picantería Acuña en el año 2021. Se utilizó un enfoque de correlación y los datos recopilados a través de dos cuestionarios se aplicaron a una muestra de 50 invitados. Los resultados muestran una correlación positiva significativa con una puntuación rho de Spearman de 0,661 y barras de error de 0,01, lo que sugiere que la confianza en la calidad del servicio es un determinante importante de la satisfacción del cliente.

Esto confirma los hallazgos de Hernández (2017) sobre la relación entre la satisfacción del cliente y la lealtad del cliente en los negocios de tres distritos de Lima. La tentativa estadística Rho de Spearman encontró que la satisfacción del cliente está directamente relacionada con la lealtad del cliente, con una correlación de 0,753, lo que indica una satisfacción del cliente moderado.

Parra (2016) escribió un artículo satisfacción y la lealtad del cliente en empresas de la industria ferretera. Para ello, se consideró a dos concesionarios asiáticos de automóviles en Lima para investigar la relación entre el servicio postventa y la fidelización de clientes en los concesionarios de automóviles de las marcas chinas Delco y Motormundo. Los resultados obtenidos muestran que existe una correlación significativa entre la satisfacción y la lealtad de los clientes valorados, con un coeficiente de correlación de Spearman de 0,464. Esto sugiere que cuanto más contentos estén tus clientes, más probable es que los retengas.

Valverde (2022) realizó un estudio para evaluar cómo la calidad del servicio de caja afecta la satisfacción del cliente en los supermercados de Chimbote en el año 2022. Los datos se recolectaron de una muestra de 384 clientes del supermercado Chimbote a través de un cuestionario de 27 ítems que cubría las variables especificidad, empatía, capacidad de respuesta, confianza, garantía de la calidad del servicio, valor percibido, expectativas del

cliente y variedad del campo de arroz. Se organiza el cumplimiento de las variables de satisfacción del cliente. Los datos se analizaron con el software SPSS-V26 y mostraron evidencia positiva moderadamente significativa (valor de p bilateral 0,000, estadístico rho de Spearman 0,428) entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente. Por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se propone una hipótesis alternativa afirmando que existe asociación entre las variables. En resumen, cuanto mayor sea la calidad del servicio, mayor será la satisfacción del cliente.

Martínez (2022) reveló la relación entre la sensibilidad y su efecto en la satisfacción del cliente en Aquazen en Chimbote. Para lograr este objetivo, se realizó un estudio descriptivo conectando 220 muestras utilizando técnicas como cuestionarios y entrevistas. Para demostrar la fiabilidad de los resultados, ejecutamos el alfa de Cronbach, que dio una puntuación de seguridad de 0,887 y una puntuación de satisfacción del cliente de 0,867. La aplicación del coeficiente de Spearman arrojó un resultado de 0,726, lo que indica una mediana positiva confirmada entre las variables de seguridad y la satisfacción del cliente. Es decir, existe una relación moderada entre las dos variables estudiadas, y la satisfacción del cliente es más positiva.

Soto (2018) realizó un estudio descriptivo para su tesis de pregrado en la Universidad de San Pedro que se centró en la satisfacción del cliente en ferreterías. La variable de análisis fue la satisfacción del cliente, y se trabajó con una muestra de 100 clientes para quienes se recolectó los datos requeridos a través de una encuesta. La encuesta encontró que solo el 51% de los clientes estaban satisfechos con su servicio en términos de confiabilidad. Sin embargo, por el lado de la empatía, los clientes informaron que el personal de mejoramiento del hogar mostró paciencia al explicar sus problemas y preguntas en detalle, lo que resultó en resoluciones satisfactorias.

Fundamentación Científica

El sustento teórico para estudiar la calidad del servicio es la teoría de Drucker de que las empresas necesitan mejorar las condiciones en las que pueden atender a los clientes para ser más competitivas en el mercado. El estudio de las cinco fuerzas de Porter muestra que para que una empresa esté en el campo correcto, debe: responder bien a la competencia, tener productos sustitutos, negociar con los proveedores y brindar un buen servicio (citado Kloter y Armstrong, 2012).

Kotler y Armstrong (2012) argumenta que la calidad del servicio a menudo puede entenderse como una respuesta a un estímulo dado. Se puede servir en el momento del uso, o se puede servir con el deseo de ser servido en el momento del uso. consumo del consumidor. Zeithaml et al. (2014) identificaron la calidad del servicio como la respuesta proactiva o integral de los clientes antes de la entrega de un servicio bueno o excelente. De esta manera, los consumidores perciben los servicios de manera diferente. Es proporcionado por la Compañía con la condición de que se realizará además de los servicios ya prestados. Las dimensiones seleccionadas son: Los recursos físicos se refieren a las cualidades que aporta el espacio físico, el mobiliario y el equipamiento que facilitan la atención al cliente y pretenden incluir la relación y atención personal del asistente, así como la distribución. la misma organización. La capacidad de respuesta se entiende como el control que implementa una empresa para entregar productos y servicios más rápido, evaluar el cumplimiento de los requisitos, centrarse en la retroalimentación y ser altamente receptivo a las solicitudes. La estabilidad enfatiza los esfuerzos que agregan valor a la organización para el comprador. La empatía es el acto de una organización que se pone en la posición del comprador. Puede saber qué tipo de servicio le proporcionarán.

Satisfacción de clientes: Kotler y Armstrong (2012) afirman Las personas que compran productos tienen las mismas expectativas que los compradores que coinciden con lo que compran (desempeño). Feigenbaum (2011) define la satisfacción del cliente como la forma en que se entregan los resultados a los clientes en función de sus compras en función de sus necesidades.

Liébana y Muñoz (2013) citan a Staton diciendo que la satisfacción del cliente es cuando los clientes buscan lo que necesitan en comparación con la competencia y lo encuentran cuando compran un producto o servicio en particular. Klotter y Armstrong (2012) midieron la satisfacción del comprador con dos factores: desempeño percibido y expectativas.

Resultados de compra de clientes, estabilidad de la oferta de productos, calidad de los productos ofrecidos, experiencia de la empresa, mejora continua, tiempo para tratar de responder a los servicios o productos. La evaluación del desempeño utilizando la satisfacción debe centrarse principalmente en las calificaciones de los clientes como primera fuente de información (Kloter y Armstrong, 2012, p. 86).

Para la Justificación De La Investigación: tenemos Justificación teórica, el deseo de esta tesis es analizar las interrelaciones competitivas entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente usando teorías y definiciones relevantes. Para ello se evaluaron las variables de investigación para obtener los resultados esperados para Raffo's Grill Chimbote. Justificación práctica: La encuesta actual ayuda a mejorar las variables del presente estudio en los restaurantes Raffo's Grill. En base a los resultados obtenidos, también se recomienda seleccionar varias propuestas, teniendo en cuenta el propósito del estudio, para sugerir alternativas que permitan a Raffo's Grill considerar nuevas estrategias para certificar el 100% de complacencia del cliente, brindar un servicio de calidad. Justificación metodológica: Finalmente, en este estudio se utilizaron instrumentos de recaudación de datos para conseguir información de la muestra seleccionada, y los datos obtenidos fueron analizados e interpretados para confirmar las hipótesis.

El Problema se dice que Raffo's Grill es un restaurante en Chimbote que repite su modelo de negocio, de alguna manera intenta implementar un contrato de servicio premium con la aceptación del cliente, pero no se sabe cuál es la opinión de los consumidores, porque hay programas que no pueden hacerlo mejor en un restaurante de comida rápida, por ejemplo, comunicación y capacidad de respuesta, o circunstancias materiales y otras situaciones en las que los clientes tienen la oportunidad de testificar debido a la falta de conocimiento e investigación. Brindar servicios de calidad para asegurar la máxima satisfacción de nuestros consumidores ¿Cómo se relaciona la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en el restaurante Raffo's Grill en Chimbote en el año 2023?

Conceptualización de la variable

Calidad del servicio: La calidad del servicio se refiere a cómo los clientes perciben la excelencia o superioridad de los servicios que reciben de una organización y cómo estas percepciones se comparan con las confianzas del cliente sobre la asistencia. Básicamente, la calidad del servicio es la evaluación del cliente de qué tan bien el servicio que recibe satisface sus necesidades y expectativas. Zeithaml, Parasuraman y Berry (2014).

Definición operativa: es una forma de satisfacer las preferencias del consumidor y brindar una competencia diferenciada, que se manifiesta como una respuesta a los requerimientos del cliente con un comportamiento propio. Confiabilidad: la capacidad de brindar servicios de alta calidad de manera efectiva para cumplir con las expectativas del cliente y diferenciarlo de sus competidores en el mercado.

Sensibilidad: Determina la percepción de estímulos producidos por nuestro propio organismo en base a la información recibida de receptores sensibles y terminales sensibles. Seguridad: Hace referencia a la creencia de que alguien o algo está libre de peligro, esta palabra puede entenderse de diferentes formas dependiendo del ámbito o ámbito al que se refiera.

Empatía: La capacidad de considerar las necesidades de los demás mientras te pones en su lugar se llama empatía. Tangible: Todo lo que es material y puede ser percibido por cualquiera de nuestros sentidos.

la satisfacción del cliente generalmente se considera una respuesta a una situación específica, ya sea al momento de la compra o al resolver problemas relacionados con un producto o servicio. Una persona que compra un producto evalúa su satisfacción comparando su desempeño con sus expectativas previas. Kotler y Armstrong (2012, p. 145).

Definición de acción. La satisfacción del cliente se logra satisfaciendo sus necesidades, lo que genera una respuesta positiva del cliente. Se pueden estudiar dos dimensiones para evaluar este fenómeno:

Rendimiento percibido: es el valor que los clientes tienen en cuenta a la hora de evaluar si se cumplen sus expectativas a la hora de adquirir un producto. Expectativas: Son creencias que se centran en el futuro, teniendo la posibilidad de que sea o no, el resultado puede ser ventajoso si se cumplió con la creencia o decepcionante si fue lo contrario.

Para la Hipótesis H_1 : Existe relación significativa entre calidad de servicio y satisfacción de los clientes en el local de comida Raffo's Grill, Chimbote, 2023. Y como hipótesis nula planteamos H_0 . Existe relación significativa entre calidad de

servicio y satisfacción de los clientes en el local de comida Raffo's Grill, Chimbote, 2023.

Para el Objetivos planteamos el Objetivo general: Determinar la relación entre calidad de servicio y satisfacción del cliente en el local de comida Raffo's Grill, Chimbote, 2023 y en los Objetivos específicos: Determinar el nivel de calidad de servicio en el local de comida Raffo's Grill, Chimbote, 2023. Identificar el nivel de satisfacción de los clientes en el local de comida Raffo's Grill, Chimbote, 2023. Establecer la relación entre fiabilidad y satisfacción del cliente en el local de comida Raffo's Grill, Chimbote, 2023 Identificar la relación entre sensibilidad y satisfacción del cliente en el local de comida Raffo's Grill, Chimbote, 2023. Describir la relación entre seguridad y satisfacción del cliente en el local de comida Raffo's Grill, Chimbote, 2023. Determinar la relación entre empatía y satisfacción del cliente en el local de comida Raffo's Grill, Chimbote, 2023. Describir la relación entre elementos tangibles y la variable satisfacción del cliente en el local de comida Raffo's Grill, Chimbote, 2023

METODOLOGÍA

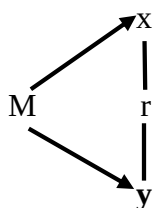
Tipo y diseño de investigación

Tipo de investigación

Fue Descriptiva Correlacional, porque se relacionan las variables entre si y es Aplicada, porque su aplicación mejorará la calidad del servicio y se incrementa la satisfacción en los clientes

Diseño de investigación

No experimental ya que no se manipularon ninguna de las dos variables, y en su lugar se trató de un estudio de corte transversal, fue de tipo descriptivo correlacional, es decir si es que las variables se relacionan entre sí, tiene un enfoque cuantitativo ya que se centra en estudiar y analizar el problema, describiéndose así las variables.



Dónde:

M= Muestra (Clientes de Raffo's Grill)

X= Variable independiente: Calidad de servicio

Y= Variable dependiente: Satisfacción del cliente

R= relación entre las variables de estudio

Población y muestra

Población:

La población de estudio es de 150 clientes del restaurant RAFFO'S en la ciudad de Chimbote, entre las edades de 18 a 65 años, de ambos sexos.

Muestra:

Muestra piloto: 109 Personas

Donde:

n: Tamaño de la muestra

N: Tamaño de la población

Z: Valor de la distribución normal estandarizada correspondiente al nivel de confianza; para el 95%, $z=1.96$

E: Máximo error permisible, es decir un 5%

p: Proporción de la población que tiene la característica que nos interesa medir, es igual a 0.50.

q: Proporción de la población que no tiene la característica que nos interesa medir, es igual a 0.50.

Técnicas e instrumentos de investigación:

Para Martínez y Méndez Covarrubias (2018), las técnicas de recolección de datos son un conjunto de herramientas, recursos y herramientas que se utilizan para recopilar y registrar la información para su análisis y la obtención de resultados. Además, el autor menciona tres técnicas de recolección de datos: observaciones, entrevistas y encuestas.

Para Arias (2020), la técnica es el medio que se utilizará para que el investigador pueda recoger los datos de la muestra.

La técnica que se utilizará para la recolección de datos será la encuesta, considerando que permite recopilar información cuantitativamente.

Los Instrumentos son herramientas de recopilación de datos aplicados como un procedimiento que toma un investigador para recopilar y registrar la información requerida (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2018). Cuestionario, los cuales fueron validados por el juicio de 3 expertos

Según Hernández (2018), se enfatiza la importancia de los cuestionarios como herramienta de recolección de datos, que consisten en una serie de preguntas que se enfocan en las dimensiones e indicadores de las variables objeto de estudio. Estas preguntas generalmente están diseñadas para obtener respuestas específicas de los participantes.

Procesamiento y análisis de la información.

Los datos obtenidos se analizaron con el software estadístico IBM SPSS y los datos obtenidos presentaron los resultados mediante tablas de frecuencia y gráficos de barras.

El alpha de cronbach fue el estadístico que se utilizó para la confiabilidad

Los resultados también se examinan y comprenden, lo que permite conclusiones y recomendaciones apropiadas al final de este informe.

RESULTADOS

Tabla N°0 1: Nivel estadístico de la variable calidad de servicio del restaurante Raffo's Grill, Chimbote, 2023.

Rango	Frecuencia	Porcentaje	Niveles
32 a 67	45	30.0	Nivel bajo
68 a 80	63	42.0	Nivel medio
81 a 95	42	28.0	Nivel alto
Total	150	100.0	Total

Fuente: Base de datos de la variable de estudio, Chimbote – 2023

Interpretación:

En la Tabla 1, el 42,0% de los clientes de Raffos Grill calificó la calidad del servicio como promedio. El 30,0% de los clientes cree que el nivel de calidad es bajo, mientras que el 28,0% restante de los clientes cree que la calidad es alta. Por lo tanto, se puede concluir que la apreciación general del cliente sobre la calidad del servicio de Raffo's Grill es promedio.

Tabla N°0 2: Nivel de las dimensiones de la variable calidad de servicio del restaurante Raffo's Grill, Chimbote, 2023.

Nivel	Fiabilidad		Sensibilidad		Seguridad		Empatía		Elementos tangibles	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Bajo	29	19.3	39	26	21	14	22	14.7	55	36.7
Medio	84	56	79	52.7	98	65.3	66	44.0	52	34.7
Alto	37	24.7	32	21.3	31	20.7	40	26.7	43	28.7
Total	150	100 %	150	100 %	150	100 %	150	100 %	150	100 %

Fuente: Base de datos de la variable de estudio, Chimbote – 2023

Interpretación.

Tabla 2 se puede observar que las dimensiones de confiabilidad del cliente y calidad de servicio en el restaurante Raffo's Grill se encuentran en un nivel medio con sensibilidad

52.7%, seguridad 65.3%, empatía 44.0% y elementos tangibles en un nivel bajo, respectivamente. en un 36,7 por ciento.

Tabla N°0 3: Identificar el nivel de satisfacción de los clientes en el local de comida Raffo's Grill, Chimbote, 2023.

Rango	Frecuencia	Porcentaje	Niveles
19 a 34	55	36.7	Nivel Bajo
35 a 43	52	34.7	Nivel Medio
44 a 55	43	28.7	Nivel Alto
Total	150	100.0	Total

Fuente: Base de datos de la variable de estudio, Chimbote – 2023

Interpretación:

De acuerdo con la tabla No. 3, los clientes califican la satisfacción de los clientes de Raffo's Grill. La satisfacción fue evaluada como media por el 36,7% de los encuestados y como baja por el 34,7% de los encuestados. Por otro lado, el 28,7% restante calificó la satisfacción como alta. Por lo tanto, se puede concluir que la satisfacción de los clientes de Raffo's Grill se encuentra en un nivel moderado.

Tabla N°0 4: Nivel de las dimensiones satisfacción de los clientes en el local de comida Raffo's Grill, Chimbote, 2023.

Nivel	Desempeño percibido		Expectativas	
	N°	%	N°	%
Bajo	20	13.3	31	20.7
Medio	103	68.7	95	63.3
Alto	27	18	24	16
Total	150	100%	150	100%

Fuente: Base de datos de la variable de estudio, Chimbote – 2023

Interpretación.

Se aprecia En la Tabla 4 que, las dimensiones de satisfacción de los clientes del local de comida Raffo's Grill son de nivel medio respecto al desempeño percibido con 68.7%; y expectativas con 63.3% respectivamente.

Tabla N°0 5: Nivel estadístico de la dimensión fiabilidad y la variable satisfacción de los clientes en el local de comida Raffo's Grill, Chimbote, 2023.

		FIABILIDAD	SATISFACCIÓN
Tau_b de Kendall	FIABILIDAD	Coeficiente de correlación	1.000
		Sig. (bilateral)	,486**
		N	0.000
	SATISFACCIÓN	Coeficiente de correlación	150
		Sig. (bilateral)	150
		N	,486**
1.000			
0.000			
150			
**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).			
Fuente: Base de datos de la variable de estudio. Chimbote – 2023			

Interpretación

Se puede observar que En la tabla N°5, el nivel de fiabilidad es medio con un 56.0% al igual que la variable satisfacción del cliente con 77,1% respectivamente. Más del 50% de los clientes del local Raffo's Grill perciben que el nivel de fiabilidad es medio.

Tabla N°0 6: Relación entre la dimensión fiabilidad y la variable satisfacción de los clientes en el local de comida Raffo's Grill, Chimbote, 2023.

			Satisfacción De Los Clientes			
			Nivel bajo	Nivel medio	Nivel alto	Total
FIABILIDAD	Nivel bajo	Recuento	23	6	0	29
		% Dentro F	60.50%	8.60%	0.00%	19.30%
	Nivel medio	Recuento	9	54	21	84
		% Dentro De F	23.70%	77.10%	50.00%	56.00%
	Nivel alto	Recuento	6	10	21	37
		% Dentro De F	15.80%	14.30%	50.00%	24.70%
Total		Recuento	38	70	42	150
Total		% Dentro De S.C	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

Fuente: Base de datos de la variable de estudio, Chimbote – 2023

Interpretación:

La Tabla 06 muestra un valor de Chi cuadrado de 0.000, que es inferior a 0.05, lo que sugiere que hay una conexión entre la dimensión de confianza y la variable de satisfacción en Chimbote 2023. Por lo tanto, se puede aceptar la hipótesis alternativa (H1) y rechazando la hipótesis nula (H0).

Tabla N°0 7: Correlación entre la dimensión fiabilidad y la variable satisfacción de los clientes en el local de comida Raffo's Grill, Chimbote, 2023.

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	73,809 ^a	4	0.000
Razón de verosimilitud	70.479	4	0.000
Asociación lineal por lineal	40.609	1	0.000
N de casos válidos	150		

a. 0 casillas (0,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 7,35.

Fuente: Base de datos de la variable de estudio, Chimbote – 2023

Interpretación:

En la Tabla 07 se puede observar que el coeficiente de consecuencias de Tau b de Kendall es igual a 0.486. Esto indica una conexión positiva débil, confirmada por un nivel de significancia menor al 1% ($p < 0.01$). En consecuencia, se puede concluir que la presentación contribuirá a mejorar la relación entre la confianza y la satisfacción del cliente, respaldando así la hipótesis del estudio.

Tabla N°0 8: Niveles de la dimensión sensibilidad y la variable satisfacción de los clientes en el local de la comida Raffo's Grill, Chimbote, 2023

		SATISFACCIÓN			
		Nivel			Total
		Nivel bajo	medio	Nivel alto	
NIVEL DE SENSIBILIDAD	Nivel bajo	Recuento 28	8	3	39
		% dentro s 73.7%	11.4%	7.1%	26.0%
	Nivel medio	Recuento 7	52	20	79
		% dentro de s 18.4%	74.3%	47.6%	52.7%
	Nivel alto	Recuento 3	10	19	32
		% dentro de s 7.9%	14.3%	45.2%	21.3%
Total		Recuento 38	70	42	150
		% dentro de s 100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Fuente: Base de datos de la variable de estudio, Chimbote – 2023.

Interpretación:

En la tabla 8, se puede observar que el nivel de sensibilidad es medio con un 52.7%; también podemos observar que el al igual que la variable satisfacción con un 74.3% respectivamente. Más de la mitad del cliente Raffo's Grill perciben que la sensibilidad es de nivel medio

Tabla N°0 9: Relación entre la dimensión sensibilidad y la variable satisfacción de los clientes en el local de comida Raffo's Grill, Chimbote, 2023.

		SENSIBILIDAD	SATISFACCIÓN
Tau_b de Kendall	SENSIBILIDAD	Coefficiente de correlación	1.000
		Sig. (bilateral)	,515**
		N	150
	SATISFACCIÓN	Coefficiente de correlación	,515**
		Sig. (bilateral)	0.000
		N	150
**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).			
Fuente: Base de datos de la variable de estudio. Chimbote – 2023			

Interpretación:

La Tabla 9 muestra un valor Chi cuadrado de 0.000, el cual es inferior a 0.05, lo que sugiere que hay una conexión entre la sensibilidad y la variable de satisfacción de los clientes del restaurante Raffo's Grill en Chimbote en el año 2023. En consecuencia, se acepta la H1 y se descarta la Ho

Tabla N°0 10: Correlación de la dimensión sensibilidad y la variable satisfacción de los clientes en el local de comida Raffo's Grill, Chimbote, 2023.

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	70,803 ^a	4	0.000
Razón de verosimilitud	64.391	4	0.000
Asociación lineal por lineal	36.585	1	0.000
N de casos válidos	150		

a. 0 casillas (0,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 5,32.

Fuente: Base de datos de la variable de estudio, Chimbote – 2023

Interpretación:

La tabla 10 muestra que el coeficiente de conexiones de Tau b de Kendall es de 0.515, lo que indica una conexión positiva moderada. Además, el nivel de significancia es menor

al 1% ($p < 0.01$), lo que significa que la sensibilidad contribuye a generar satisfacción en los clientes del restaurante Raffo's Grill en la Ciudad de Chimbote. En consecuencia, la hipótesis de estudio ha sido confirmada.

Tabla N°0 11: Nivel estadístico de la dimensión seguridad y la variable satisfacción de los clientes en el local de comida Raffo's Grill, Chimbote, 2023.

		NIVEL DE SATISFACCIÓN				
		Nivel bajo	Nivel medio	Nivel alto	Total	
NIVEL DE SEGURIDAD	Nivel bajo	Recuento	19	2	0	21
		% dentro de seguridad	50.0%	2.9%	0.0%	14.0%
	Nivel medio	Recuento	14	60	24	98
		% dentro de seguridad	36.8%	85.7%	57.1%	65.3%
	Nivel alto	Recuento	5	8	18	31
		% dentro de seguridad	13.2%	11.4%	42.9%	20.7%
Total		Recuento	38	70	42	150
		% dentro de seguridad	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Fuente: Base de datos de la variable de estudio, Chimbote – 2023.

Interpretación:

En la tabla 11, se observa que el nivel de la seguridad es medio con un 65.3 %; también podemos observar que el 85.7% de los clientes opinan que su satisfacción respecto a ello en Raffo's Grill es medio.

Tabla N°0 12: Relación entre la seguridad y la variable satisfacción de los clientes en el local de comida Raffo's Grill, Chimbote, 2023

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	75,667 ^a	4	0.000
Razón de verosimilitud	69.042	4	0.000
Asociación lineal por lineal	44.764	1	0.000
N de casos válidos	150		

a. 0 casillas (0,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 8,11.

Fuente: Base de datos de la variable de estudio, Chimbote – 2023.

Interpretación:

La Tabla 12 muestra que el valor de la estadística chi-cuadrado es 0,000, que es menor que el nivel de significancia especificado de 0,05. Los resultados muestran que existe una correlación entre la dimensión seguridad y la variable satisfacción del cliente en Raffo's Grill de Chimbote en el año 2023. Por tanto, se acepta la H1 y se rechaza la H0.

Tabla N°0 13: Correlación entre la seguridad y la variable satisfacción de los clientes en el local de comida Raffo's Grill, Chimbote, 2023.

		NIVEL DE SEGURIDAD	NIVEL DE SATISFACCIÓN
Tau_b de Kendall	NIVEL DE SEGURIDAD	Coeficiente de correlación	1.000
		Sig. (bilateral)	,462**
		N	150
	NIVEL DE SATISFACCIÓN	Coeficiente de correlación	,462**
		Sig. (bilateral)	0.000
		N	150

**, La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Base de datos de la variable de estudio, Chimbote – 2023.

Interpretación:

La información presentada en la Tabla 13 indica que se observa un coeficiente de producción de Tau b de Kendall igual a 0.462, lo que demuestra una producción positiva moderada. Además, se encontró un nivel de significancia inferior al 1% ($p < 0.01$), lo que

sugiere que la seguridad tiene un impacto significativo en la satisfacción del cliente del restaurante Raffo's Grill en la Ciudad de Chimbote. De esta manera, se confirma la hipótesis de investigación planteada.

Tabla N°0 14: Nivel estadístico de la dimensión empatía y la variable satisfacción de los clientes en el local de comida Raffo's Grill, Chimbote, 2023.

Tabla cruzada EMPATÍA*SATISFACCIÓN							
		SATISFACCIÓN					
			Nivel Bajo	Nivel medio	Nivel alto	Total	
EMPATÍA	Nivel Bajo	Recuento	33	10	2	45	
		% dentro de EMPATÍA	86.8%	12.8%	5.9%	30.0%	
	Nivel medio	Recuento	4	64	11	79	
		% dentro de EMPATÍA	10.5%	82.1%	32.4%	52.7%	
	Nivel alto	Recuento	1	4	21	26	
		% dentro de EMPATÍA	2.6%	5.1%	61.8%	17.3%	
	Total		Recuento	38	78	34	150
			% dentro de EMPATÍA	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Fuente: Base de datos de la variable de estudio, Chimbote – 2023.

Interpretación

En la tabla 14, se observa que el nivel de empatía es medio con un 52.7 %; también podemos ver que el 82.1% de los clientes se sienten satisfechos, calificando a Raffo's Grill con un nivel medio.

Tabla N°0 15: Relación de la dimensión empatía y la variable satisfacción de los clientes en el local de comida Raffo's Grill, Chimbote, 2023.

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	77,585 ^a	4	0.000
Razón de verosimilitud	74.031	4	0.000
Asociación lineal por lineal	48.028	1	0.000
N de casos válidos	150		
a. 0 casillas (0,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 10,64.			

Fuente: Base de datos de la variable de estudio, Chimbote 2023.

Interpretación:

La Tabla 15 muestra que el valor del estadístico Chi cuadrado es de 0.000, lo cual es inferior a 0.05. Esto sugiere que hay una conexión entre la dimensión de empatía y la satisfacción de los clientes del restaurante Raffo's Grill en Chimbote 2023. Por lo tanto, se acepta la hipótesis alternativa (H1) y se descarta la hipótesis nula (H0).

Tabla N°0 16: Correlación de la dimensión empatía y la variable satisfacción de los clientes en el local de comida Raffo's Grill, Chimbote, 2023.

Correlaciones				
			NIVEL1	NIVEL2
Tau_b de Kendall	NIVEL1	Coeficiente de correlación	1.000	,694**
		Sig. (bilateral)		0.000
	NIVEL2	N	150	150
		Coeficiente de correlación	,694**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	150	150

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Base de datos de la variable de estudio, Chimbote 2023.

Interpretación

En la Tabla 16 se muestra que el coeficiente de conexiones de Tau b de Kendall es de 0.694, lo que indica una conexión positiva moderada. Además, el nivel de significancia

es menor al 1% ($p < 0.01$), lo que sugiere que existe una relación estadísticamente significativa entre la empatía y la satisfacción del cliente en el restaurante Raffo's Grill de la Ciudad de Chimbote. Por lo tanto, se confirma la hipótesis de investigación planteada.

Tabla N°0 17: Nivel estadístico de los elementos tangibles y la variable satisfacción de los clientes en el local de comida Raffo's Grill, Chimbote, 2023.

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	70,803 ^a	4	0.000
Razón de verosimilitud	63.595	4	0.000
Asociación lineal por lineal	35.783	1	0.000
N de casos válidos	150		

Fuente: Base de datos de la variable de estudio, Chimbote 2023.

Interpretación:

En la tabla 17, se observa que el nivel de elementos tangibles es alto con un 40.67 %; también podemos ver que el 48.08% de los clientes se sienten satisfechos, calificando a Raffo's Grill con un nivel alto.

Tabla N°0 18: Relación de la dimensión elementos tangibles y la variable satisfacción de los clientes en el local de comida Raffo's Grill, Chimbote, 2023.

			Nivel de Satisfacción			Total
			Nivel bajo	Nivel medio	Nivel alto	
Nivel de Elementos Tangibles	Nivel bajo	Recuento	16	7	8	31
		% dentro de E.T	31.37%	13.46%	17.02%	20.67%
	Nivel medio	Recuento	18	20	20	58
		% dentro de E.T	35.29%	38.46%	42.55%	38.67%
	Nivel alto	Recuento	17	25	19	61
		% dentro de E.T	33.33%	48.08%	40.43%	40.67%
Total	Recuento	51	52	47	150	
	% dentro de E.T	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	

Fuente: Base de datos de la variable de estudio, Chimbote 2023.

Interpretación:

La Tabla 18 muestra que el valor del estadístico chi-cuadrado es 0,000, lo que significa que es menor que el nivel de significación de 0,05. Este resultado sugiere la relación entre la dimensión de los elementos materiales y la satisfacción del cliente en Raffo's Grill en Chimbote en el año 2023. Por tanto, se acepta la H1 y se rechaza la H0.

Tabla N°0 19: Relación entre la calidad de servicio y la variable satisfacción de los clientes en el local de comida Raffo's Grill, Chimbote, 2023.

		Nivel E.T	Nivel de Satisfacción
Tau_b de Kendall	Nivel E.T	Coeficiente de correlación	1.000
		Sig. (bilateral)	,513**
		N	150
	Nivel Satisfacción	Coeficiente de correlación	,513**
		Sig. (bilateral)	0.000
		N	150

**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Base de datos de la variable de estudio, Chimbote 2023.

Interpretación

La Tabla 19 muestra que el coeficiente de conexiones de Kendall Tau b es igual a 0.513, lo que indica una conexión positiva moderada. Esta correlación es estadísticamente significativa con un nivel de confianza mayor al 99% ($p < 0,01$). Estos resultados sugieren

que existe una relación entre los elementos tangibles y la satisfacción de los clientes en el restaurante Raffo's Grill en la Ciudad de Chimbote, lo que respalda la hipótesis planteada en este estudio.

ANÁLISIS Y DISCUSIÓN

De los datos de la Tabla 2 el 42,0 % de los clientes de Raffo's Grill considera que la calidad del servicio es promedio, el 30,0 % considera La calidad del servicio es muy alta. De esto podemos concluir que la calidad del servicio en Raffo's Grill es promedio. Estos hallazgos son consistentes con un estudio de Larsson y Brostrom (2019) que investigó la relación entre la calidad del servicio del restaurante y la satisfacción del cliente. Su estudio descriptivo correlacional con una encuesta de cuestionario a 450 clientes mostró una relación positiva ($\rho = 0,756$) entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente con una mayor calidad del servicio. Se cree que la calidad del servicio aumenta la satisfacción. Aspectos que inciden positivamente en la satisfacción son la calidad de la comida y la actitud personal en el restaurante. Un análisis más detallado de calidad de servicio de Raffo's Grill Confiabilidad 52.7%, Seguridad 65.3%, Empatía 44.0% y Material valor se encuentran en un nivel medio. Al menos el 36,7 por ciento Estos resultados son consistentes con el estudio de Valverde (2022) en supermercados de Chimbote, que encontró Su investigación, basada en una encuesta de muestra de 384 clientes, encontró que una mayor calidad del servicio está asociada con una mayor satisfacción del cliente. los estudios de Larsson y Brostrom (2019) y Valverde (2022) respaldan la opinión. La percepción del cliente sobre la calidad del servicio en Raffo's Grill fue promedio y está claro que algunas áreas, como los ingredientes, necesitan mejorar. De la información de la Tabla 3, podemos ver que el 36.7% de los clientes de Raffo's Grill calificaron su satisfacción como promedio, 34 y 7%. satisfechos y el 28,7% restante satisfechos. En base a esto, podemos concluir que Raffo's Grill tiene un nivel medio de satisfacción del cliente. Estos resultados concuerdan con un estudio realizado por Hernández (2017), lo que sugiere que la satisfacción del cliente se encuentra en un nivel moderado. Asimismo, índice de satisfacción del cliente promedio de 68.7% en relación al desempeño percibido en comparación con el 63.3% esperado. Estos resultados son consistentes con el estudio de Nishiura et al. corresponde a (2020) Uso de investigación descriptiva para analizar aspectos de la satisfacción del cliente en restaurantes. Los resultados mostraron que la satisfacción del cliente con el desempeño de los empleados era moderada, ya que los empleados sentían que no estaban alcanzando su máximo potencial. Se observó que los empleados estaban claramente desconectados,

ya que la falta de capacitación y motivación afectaba su capacidad para rendir al máximo y cumplir con las expectativas de los clientes. En general, los resultados de la Tabla 3 muestran que los clientes de Raffo's Grill están relativamente satisfechos, lo que también lo confirma el estudio de Hernández (2017). Además, los clientes de Raffo's Grill también tienen un nivel moderado de satisfacción, lo cual es consistente con el estudio de Nishiura et al. Permanente. (2020). Objetivo 3: Establecer la relación entre las variables de confiabilidad y la satisfacción del cliente en las Tiendas de Alimentos Raffo's Grill, Chimbote, 2023. Como se puede ver en la Tabla 5, Raffo's Grill está calificado como moderadamente confiable y aprobado por el 56,0% de los clientes. La satisfacción del cliente también fluctúa moderadamente, con el 77,1% de los clientes reportando satisfacción. Estos resultados son consistentes con Madankar et al. (2019) evaluaron la confianza de los clientes de restaurantes en la calidad del servicio y las dimensiones del servicio al cliente. El método utilizado es el de correlación descriptiva y los datos se obtienen. El nivel de empatía es moderado y alcanza el 52,7%. Asimismo, el 82,1% de los clientes está satisfecho con el restaurante de clase media Raffo's Grill. La Tabla 15 muestra que la estadística de chi-cuadrado es 0,000, que es inferior a 0,05. Esto sugiere Este resultado está respaldado por un estudio de Meuter et al. esta apoyado. (2020). En el estudio descriptivo se realizó un cuestionario a 134 clientes. La Tabla 17 muestra que el nivel de elementos físicos es claramente el más alto, mostrando: 40.67%. También vale la pena señalar que Raffo's Grill tiene una alta calificación de satisfacción del cliente de 48.08%. Por otro lado, la Tabla 18 muestra que el valor del estadístico chi-cuadrado es 0.000. Estos resultados confirman a Flores (2018) con sus objetivos específicos para medir la relación entre los activos físicos y la satisfacción del cliente, la capacidad de respuesta y la satisfacción del cliente, la empatía y la satisfacción del cliente. El estudio fue descriptivo, no experimental y tuvo un diseño transversal. Los resultados mostraron que las variables se correlacionaron altamente positivamente con valores de rho de Spearman de 0,785 para valor material, 0,641 para reactividad y 0,501 para empatía. Además, el coeficiente de Kendall-Tau-b-Link en la Tabla 19 es 0,513. El estudio encontró altas correlaciones positivas entre las variables, destacando el vínculo entre la confianza. Como se muestra en la Tabla 20, estos resultados son respaldados por un estudio de Larsson y Brostrom (2019), que investigó variables como la calidad del servicio y la satisfacción del consumidor en los restaurantes. El estudio tuvo antecedentes

descriptivos y encuestó a 450 clientes utilizando herramientas de recolección de datos como encuestas. El estudio concluyó que existe una relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente, una mayor calidad del servicio se asocia con una mayor satisfacción ($Rho=0,756$). En particular, la calidad de la comida y el servicio atento en los restaurantes son características que inciden positivamente en la satisfacción del cliente.

CONCLUSIONES

Se concluye que, determinar la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en Raffo's Grill de Chimbote en el año 2023, existe una relación entre dos variables con un valor de chi-cuadrado de 0,000, que es inferior a 0,05. En conclusión, aceptar la H1 y rechazar la H0 significa que una buena calidad del servicio puede conducir a una mayor satisfacción del cliente.

La calidad del servicio del restaurante Raffo's Grill, y el nivel estadístico promedio es 42.0% basado en el sentimiento del cliente. Esto indica que los clientes prefieren ir a Raffo's Grill por la calidad de su servicio.

La satisfacción del cliente en Raffo's Grill se midió usando la misma escala de calificación, con un 36,7 % de clientes calificándolo como regular. Esto significa que los clientes están satisfechos con el restaurante.

Se determina la correlación entre la dimensión confiabilidad y la variable satisfacción del cliente. Se encontró un valor de chi-cuadrado igual a 0,000 por debajo del nivel de significancia de 0,05. Esto muestra la relación entre la dimensión confiabilidad y la satisfacción del cliente en Raffo's Grill en Chimbote en el año 2023. Por tanto, se acepta la H1 y se rechaza la H0.

Se identifica la relación entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del cliente. Se obtiene un valor de chi-cuadrado igual a 0.000, el cual es menor a 0.05, lo que indica que existe una relación entre la sensibilidad y las variables mencionadas en el Raffo's Grill de Chimbote en el 2023. Por tanto, se acepta la H1 y se rechaza la H0. Esto significa que los clientes estarán satisfechos si los empleados son sensibles a sus necesidades.

Describe la relación entre la dimensión seguridad y la satisfacción del cliente. Se obtiene un valor de chi-cuadrado igual a 0.000 menor a 0.05 lo que indica la relación entre la dimensión seguridad y la satisfacción del cliente en Raffo's Grill Chimbote en el año 2023. Por tanto, se acepta la H1 y se rechaza la H0.

Se determinó la relación entre la empatía y la satisfacción del cliente en Raffo's Grill de Chimbote en el año 2023. Se observó un nivel moderado de empatía en el 52,7%. Además, existe una correlación entre la dimensión empatía y la variable satisfacción del cliente con un valor de chi-cuadrado de 0,000, que es inferior a 0,05. Por tanto, se acepta la H1 y se rechaza la H0.

Describe la relación entre los elementos tangibles y encuentre que el nivel de estos elementos es alto, igual al 40.67%. Confirmar que existe una relación entre la dimensión del elemento tangible y la satisfacción del cliente en Raffo's Grill, Chimbote en el año 2023 con un valor de chi-cuadrado igual a 0.000 (menor a 0.05). Por tanto, se acepta la H1 y se rechaza la H0.

RECOMENDACIONES

Al gerente Raffos Grill se le sugiere capacitar constantemente a todo su personal y evaluar constantemente el ambiente laboral, ya que, si los trabajadores están cómodos, brindarán un servicio de calidad y eso trae consigo que transmitan a los clientes buen trato, satisfaciendo las necesidades de los mismos.

Al gerente Raffo's Grill se le recomienda que para que la calidad de servicio sea alta en su restaurante, brinde constantes capacitaciones a los trabajadores, establezca incentivos para que ellos trabajen motivados y así los clientes puedan percibir un buen ambiente, donde se sientan cómodos y deseen volver, ya que todo depende de la calidad de servicio.

Al gerente Raffo's Grill para que la satisfacción del cliente sea alta en su restaurante se le recomienda que los objetivos del restaurante vayan acorde a satisfacer las necesidades de los clientes, implementando encuestas mensuales con preguntas concretas para saber si están 100% satisfechos y alternativas en la que los clientes puedan opinar respecto a puntos que el restaurante pueda mejorar.

Al gerente Raffo's Grill se le recomienda estudiar bien a sus clientes, ya que, si cumplen con la expectativa de sus necesidades, ellos preferirán su restaurante porque lo que se brinda es fiable.

Al encargado de Raffo's Grill se le recomienda que antes de contratar a su personal le hagan test donde midan su grado de sensibilidad hacia las necesidades de otras personas, ya que demostrarán y cumplirán ese rol sin ningún problema

Al gerente Raffo's Grill se le sugiere implementar estrategias de relación clientes y trabajadores, también se le recomienda brindar seguridad a través de la calidad de sus productos que ofrecen y la calidad de servicio que brindan.

Al gerente Raffo's Grill se le sugiere que se hagan encuestas, para saber qué es lo que los clientes esperan de la tienda y así puedan adaptarse a esas necesidades, satisfaciéndolas y cumpliendo con las expectativas que esperan los consumidores.

Al gerente Raffo's Grill se le sugiere que al momento de seleccionar los productos para los servicios que ofrecerá que pase por un control de calidad, donde ser evalúe si están aptos para ser ofrecidos a los clientes, ya que entre mejor sea lo ofrecido, mayor será la satisfacción de los clientes.

AGRADECIMIENTO

Dedico esta tesis a mi madre que siempre estuvo apoyándome en los momentos que los necesité, dándome fuerzas y la voluntad para poder seguir adelante, gracias a su apoyo incondicional pude salir triunfador.

Agradezco a mi familia por haberme guiado e inculcado buenos valores, los cuales se ponen a prueba en todo momento y demostrarme la clase de persona que deseo ser, por la paciencia y las enseñanzas que me esculpieron como tal y que me inspiran a ser siempre alguien mejor en mi día a día y por su puesto a nivel académico

A mis profesores por haberme servido de ejemplo de superación y perseverancia, generando en mi la misma gana de salir adelante y de perseverar en mis objetivos, por el apoyo emocional y económico que día a día me sirvieron para poder llegar a mi meta y poder concluir victorioso mi carrera de administración.

Les dedico a ustedes mi tesis, producto de mi esfuerzo y de su apoyo incondicional en todo momento, gracias totales.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ballestrini, M. (2018). *Cómo se elabora el Proyecto de Investigación*. (7 a ed.). Editorial BL Consultores Asociados. Caracas. Venezuela.
- Binnawas, M. S. H., Khalifa, G. S., & Bhaumick, A. (2020). *The influence of higher education service quality on Behavioural intention: The mediating role of student happiness*. *Restaurant Business*, 118(10), 444-458.
- Biswas, A., & Verma, R. K. (2022). *Augmenting service quality dimensions: mediation of image in the Indian restaurant industry*. *Journal of Foodservice Business Research*, 1-32.
- Ceseña, M. A. M. (2022). *Estudio bibliométrico de la innovación y mercadotecnia de servicios en la industria de restaurantes*. *Inquietud Empresarial*, 22(2), 15-33.
- Chang, Y. Y., & Cheng, C. C. (2022). *New insights into the measurement model of a new scale for evaluating restaurant service quality during major infectious disease outbreaks*. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*.
- Cronin Jr, JJ y Taylor, SA (1994). *SERVPERF versus SERVQUAL: conciliación de la medición de la calidad del servicio basada en el desempeño y en las percepciones menos las expectativas*. *Revista de marketing*, 58 (1), 125-131.
- El país (2021) *The Use of Outsourced Accounting Service and Its Impact on SMEs Performance*. JABE (Journal of Accounting and Business Education) ISSN: 2528-7281. P. 79-97
- Gómez Zipa, K. A., & López Martínez, N. H. (2023). *Estudio de factibilidad para la creación y puesta en marcha del restaurante pakemboo en el municipio de Fusagasugá*.
- Ishikawa, k. (2009). *Introduction to quality control*. (3ª ed.). Barcelona: Santander
- Juran, J. (2009) *Manual de Control de Calidad*. (4ª ed). Mexico D.F.: Mc Graw Hill.
- Kotler, P. y Armstrong, G. (2012). *Marketing*. (14.ª ed.). Pearson Education.

- Larsson, A. & Broström, E. (2019). Ensuring customer retention: insurers' perception of customer loyalty. *Marketing Intelligence & Planning*, 38 (2), 151-166. <https://doi.org/10.1108/MIP-02-2019-0106>
- Llera, J., Martinengo, N., & Galiotti, H. (09 de junio de 2016). *Aplicación de técnicas de muestreo probabilístico para estimar la calidad del mosto de uvas tintas*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/3828/382852189010.pdf>
- Madankar, G., Agashe, A., Gulhane, N. & Band, G. (2019). Measuring service quality and its relationship with Customer Loyalty in Automobile Sector in Nagpur Region. *Asian Journal of Management*, 10(3), 2321-5763. <http://www.indianjournals.com/ijor.aspx?target=ijor:ajm&volume=10&issue=3&article=003>
- Magabo, R. M., Maya, K. F., miranda, r., salvador, j., & García-Vigonte, F. (01 de february de 2022). *The Demographics and Service Quality in a Samgyeopsal Restaurant in Bulacan, Philippines: A Case Study*.
- Maisya, K. L., Rahmat, S. T. Y., & Rina, A. (2019). Influence of service quality and customer satisfaction on customer loyalty in restaurants of the Tangerang area. *Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences*, 92(8).
- Meesala, A., & Paul, J. (2018). Service quality, consumer satisfaction and loyalty in hospitals: Thinking for the future. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 40, 261-269.
- Meuter, M. L., Ostrom, A. L., Roundtree, R. I., & Bitner, M. J. (2020). Self-service technologies: understanding customer satisfaction with technology-based service encounters. *Journal of marketing*, 64(3), 50-64.
- Miranda, R. (2019). *Experiencia del cliente y su impacto en la fidelización. Caso: concesionario de vehículos de lujo en Lima*. [Tesis de licenciatura]. Universidad de Piura. https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/4187/TSP_AE-L_020.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Nishiura, H., Jung, S. M., Linton, N. M., Kinoshita, R., Yang, Y., Hayashi, K., & Akhmetzhanov, A. R. (2020). The extent of transmission of novel coronavirus in Wuhan, China, 2020. *Journal of clinical medicine*, 9(2), 330.

- Park, J., & Jeong, E. (2019). Service quality in tourism: A systematic literature review and keyword network analysis. *Sustainability*, 11(13), 3665.
- Poudel, S. (2019). Customer satisfaction in automobile industry: A case study on customer satisfaction on automobile industry in Nepal. *Theseus*, 38 (2), 151-166. <https://www.theseus.fi/handle/10024/266752>
- Poussery, L. (06 de Junio del 2020). *La lucha de miles de restaurantes por sobrevivir a la crisis por COVID-19 en Colombia*. <https://www.france24.com/es/20200606-lucha-restaurantes-crisis-covid19-colombia>
- Putri, S. W. D. G., & Nilowardono, S. (2021). The Influence of Brand Image, Service Quality, and Social Media Marketing on Purchase Decision at Restaurant Navy Seals Surabaya. *Quantitative Economics and Management Studies*, 2(4), 251-260.
- Priego, M. D. L. C. B. (2022). Estrategias de Marketing en el Mercado de Antojitos Regionales en Tabasco Caso: Handmade Snacks Restaurant. *Publicaciones e Investigación*, 16(3).
- Quispe, H y Oswaldo, H. (2018). *La calidad del servicio y la satisfacción del cliente en la empresa Imperial Cargo SRL., Cusco 2017*. [Tesis de licenciatura]. Universidad Peruana de Unión. <https://repositorio.upeu.edu.pe/handle/UPEU/1530>
- Rosas, C. D. R. (2021). Gestión de calidad del servicio y la satisfacción del cliente en los restaurantes de Sullana. *Revista Tecnológica-ESPOL*, 33(3), 230-241.
- Sahak, S. Z., Mohamad, A., Samad, M. A., & Faizul, A. M. A. (2018). Measuring Service Quality of Fast-Food Restaurant: What Matters Most To Malaysian Gen-Y Consumers. *Malaysian Journal of Consumer and Family Economics*, 21(1), 24-33.
- Sina, S., Sepehr, S. & Sajjad, S. (2020). Research on the influence of after-sales service quality factors on customer satisfaction. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 56(5), 102-139. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0969698919313311>
- Sohail, F., Abbas, M., Qasim, S., Khan, E., Siddiqui, A. A., & Ali, S. R. (2022). REVITALISING THE RESTAURANT INDUSTRY OF PAKISTAN AMIDST

COVID-19 PANDEMIC: THE LINKAGE BETWEEN PARAMOUNT FUNDAMENTALS. *Journal of Contemporary Issues in Business and Government* Vol, 28(01).

Song, N. H., Wuryaningrat, N. F., Kee, D. M. H., San San, A. L., & Kawung, R. (2022). Manpower and Service Quality of Fast-Food Restaurant: KFC Restaurant. *Journal of the Community Development in Asia (JCDA)*, 5(1), 54-66.

Soto, M. (2018). *Satisfacción del cliente en la Concesionaria Automotores Yoshival S.A.C, Huaraz 2018*. [Tesis de licenciatura] Universidad San Pedro, Huaraz, Perú. http://repositorio.usanpedro.edu.pe/bitstream/handle/USANPEDRO/13499/Tesis_62640.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Souki, G. Q., Antonialli, L. M., da Silveira Barbosa, Á. A., & Oliveira, A. S. (2019). Impacts of the perceived quality by consumers' of à la carte restaurants on their attitudes and behavioural intentions. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*.

Taris, T. W., & Kompier, M. A. (2014). Cause and effect: Optimizing the designs of longitudinal studies in occupational health psychology. *Work & Stress*, 28(1), 1-8.

Vargas, L. y Aldana, L. (2014). *Calidad de servicio y conceptos*. (3er Edicion)

Verona, J. (04 de Junio del 2020). *El efecto del coronavirus sobre los restaurantes*. <https://grupoverona.pe/el-efecto-del-coronavirus-sobre-losrestaurantes/>

Wong, I. A., Huang, J., Lin, Z. C., & Jiao, H. (2022). Smart dining, smart restaurant, and smart service quality (SSQ). *International Journal of Contemporary Hospitality Management*.

Zeithaml, V., Parasuraman, A. y Berry, L. (2014). *Calidad total en la gestión de servicios*. (2°. Ed.) España: Díaz de santos.

Zhu, D. H. (2022). Effects of robot restaurants' food quality, service quality and high-tech atmosphere perception on customers' behavioral intentions. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, (ahead-of-print).

ANEXO N° 01 : OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

VARIABLE DE ESTUDIO	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	ESCALA DE MEDICIÓN
CALIDAD DE SERVICIOS	Según Zeithaml, Parasuraman y Berry (2014), se refieren a la calidad del servicio como una idea general o reacción de los clientes hacia la superioridad o superioridad de su servicio, considerando la diferencia. consumidores sobre los servicios que brindan, la cual es creada por la empresa. suposiciones y percepciones. por servicios ya prestados.	Las cinco dimensiones: elementos tangibles, fiabilidad, sensibilidad, seguridad y empatía.	Fiabilidad	Justo a tiempo	1	ORDINAL
				Interés	2	
				Desempeño	3	
				Promesa	4	
				Libre de error	5	
			Sensibilidad	Información	6	
				Servicio rápido	7	
				Disposición	8	
				Libertad de atención	9	
				Comportamiento	10	
			Seguridad	Seguridad de pedidos	11	
				Cortesía	12	
				Conocimiento	13	
				Individuallidad	14	
				Atención personal	15	
			Empatía	Intereses	16	
				Necesidades	17	
				Horarios adecuados	18	
				Equipos	19	
			Elementos tangibles	Instalaciones físicas	20	
				Pulcritud	21	
					22	
				Materiales		

SATISFACCIÓN DE CLIENTE

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	ESCALA DE MEDICIÓN
SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	“La satisfacción del cliente muchas veces se percibe como una reacción ante una situación específica, ya sea al momento de la compra o al resolver problemas relacionados con un producto o servicio. Una persona que compra un producto evalúa su satisfacción. (No. 145). Kotler y Armstrong (2012):	Para evaluar este fenómeno, se pueden estudiar dos dimensiones: el rendimiento percibido y las expectativas. Se utilizará un cuestionario de satisfacción de clientes que incluya una escala de Likert para recolectar datos y medir la satisfacción del cliente.	Desempeño percibido	Resultado del servicio	1	Ordinal
				Seguridad en el servicio	2	
				Calidad	3	
				Experiencia	4	
				Mejora	5	
				Tiempo	6	
			Expectativas	Cumplimiento	7	
				Recomendaciones	8	
				Desempeño	9	
				Comunicación	10	
				Necesidad	11	

MATRIZ DE CONCISTENCIA

Problema	Variables	Objetivos	Hipótesis	Metodología
¿Qué relación existe entre calidad de servicio y satisfacción del cliente del local de comida de Raffo's Grill, Chimbote, 2023?	V1: Calidad de servicio V2: Satisfacción del usuario	Objetivo general: Determinar la relación entre calidad de servicio y satisfacción del cliente en el local de comida Raffo's Grill, Chimbote, 2023 Objetivos específicos: ✓ Determinar el nivel de calidad de servicio en el local de comida Raffo's Grill, Chimbote, 2023. ✓ Identificar el nivel de satisfacción de los clientes en el local de comida Raffo's Grill, Chimbote, 2023. ✓ Describir la relación entre elementos tangibles y la variable satisfacción del cliente en el local de comida Raffo's Grill, Chimbote, 2023 ✓ Establecer la relación entre fiabilidad y satisfacción del cliente en el local de comida Raffo's Grill, Chimbote, 2023 ✓ Identificar la relación entre sensibilidad y satisfacción del cliente en el local de comida Raffo's Grill, Chimbote, 2023 ✓ Describir la relación entre seguridad y satisfacción del cliente en el local de comida Raffo's Grill, Chimbote, 2023 ✓ Determinar la relación entre empatía y satisfacción del cliente en el local de comida Raffo's Grill, Chimbote, 2023	Hi: Existe relación entre calidad de servicio y satisfacción del cliente en el local de comida Raffo's Grill, Chimbote, 2023 Ho: No existe relación entre la calidad de servicio y satisfacción del cliente en el local de comida Raffo's Grill, Chimbote, 2023	Experimental y Correlacional.

ANEXO 3

CUESTIONARIO

NECESITAMOS SU OPINION PARA MEJORAR

Estimado colaborador, soy alumno egresado de la USP, y para mi trabajo de investigación es muy importante tu colaboración en responder con sinceridad el siguiente cuestionario. Recuerda que es anónimo y por la ética en la investigación, no se compartirá tu identificación.

Gracias

El presente instrumento pretende medir la relación entre CALIDAD DE SERVICIO y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE.

INSTRUCCIONES:

- Por favor responder el instrumento con la sinceridad que a usted le parezca.
- Marque con una “X” la respuesta conveniente.
- Para calificar cada enunciado, utilice la siguiente leyenda:

1	2	3	4	5
Total desacuerdo	Desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Completamente de acuerdo

Enunciado	1	2	3	4	5
1. Cuando promete hacer algo a tiempo lo cumple.					
2. Se preocupa por sus mejores intereses					
3. Se siente seguro en las transacciones de atención del desempeño					
4. Se preocupa por entregar los pedidos a tiempo.					
5. Muestra ningún error a la hora de la atención					
6. Mantiene informados a los clientes sobre el servicio					
7. Los empleados dan un servicio rápido					
8. Los empleados están dispuestos a ayudar					
9. Los empleados nunca están ocupados					
10. El comportamiento de los empleados genera confianza					
11. Usted siente seguridad con el servicio					
12. Los empleados son corteses de manera constante en la atención					
13. Los empleados tienen conocimiento para responder dudas					

14. Da la atención individualizada					
15. Tiene empleados que dan atención personalizada					
16. Se preocupa por sus interés					
17. Los empleados consideran sus necesidades					
18. Considera horarios convenientes de atención					
19. Tiene equipos con aspectos modernos					
20. Tiene instalaciones físicas buenas					
21. Los empleados son pulcros					
22. Los materiales asociados a los servicios son visualmente adecuados					

CUESTIONARIO DE INYESIGACION DE LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE.

1. Raffo`s le ha brindado un buen servicio de acuerdo a sus requerimientos.					
2. Raffo`s ha brindado un servicio de calidad y dentro de las normas de seguridad					
3. Por la experiencia de usuario que tiene, consideras que nuestros productos y servicios son de calidad y se ofertan a un precio razonable.					
4. Consideras que la experiencia vivida en la compra de los productos y servicios es la adecuada en la oferta del mercado.					
5. Sientes que los productos y servicios ofertados en la empresa siempre están en constante mejora para los clientes.					
6. Estás conforme con el tiempo de entrega de algún producto y el tiempo de respuesta de algún servicio ofertado por la empresa.					
7. Consideras que la empresa cumplió con los plazos de entrega de acuerdo a sus expectativas					
8. Consideras que la empresa toma en cuenta sus recomendaciones para un mejor servicio.					
9. Consideras que el desempeño de los trabajadores de la empresa cubre con las esperadas expectativas.					
10. Consideras que estás satisfecho con la comunicación brindada en la atención al cliente por parte de la empresa.					
11. Consideras que el servicio que ofreció la empresa se adaptó a sus necesidades.					

ANEXO N° 05
VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

**UNIVERSIDAD SAN PEDRO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
VALIDEZ DE INSTRUMENTOS POR JUICIO DE EXPERTOS**

I.- Información General:

Nombres y apellidos del validador: PABLO ARNULFO SANTOS DIAZ.

Fecha: 27 / 03 / 2023

Especialidad:

ADMNISTRACION.

Nombre del instrumento evaluado: Cuestionario para evaluar la variable **Calidad De Servicio** y la variable **Satisfacción Del Cliente**.

Autor del instrumento: Favio Aarón Chávez Zavaleta

Teniendo como base los criterios que a continuación se presenta, requerimos su opinión sobre el instrumento de la investigación titulada:

**“CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCION DEL CLIENTE DEL
LOCAL DE COMIDA RAFFO’S GRILL, CHIMBOTE, 2023”**

El cual debe calificar con una valoración correspondiente a su opinión respecto a cada criterio formulado.

II.- Aspectos a evaluar: (Calificación cuantitativa).

Indicadores de evaluación del instrumento	Criterios cualitativos cuantitativos	Deficiente	Regular	Bueno	Muy Bueno	Excelente
		(1-9)	(10-13)	(14-16)	(17-18)	(19-20)
Claridad	¿Está formulado con lenguaje apropiado?				17	
Objetividad	¿Está expresado con conductas observadas?			16		
Actualidad	¿Adecuado al avance de la ciencia y calidad?				18	
Organización	¿Existe una organización lógica del instrumento?				18	

Suficiencia	¿Valora los aspectos en cantidad y calidad?					19
Intencionalidad	¿Adecuado para cumplir con los objetivos?				18	
Consistencia	¿Basado en el aspecto teórico científico del tema de estudios?					19
Coherencia	¿Entre las hipótesis, dimensiones e indicadores?				17	
Propósito	¿Las estrategias responden al propósito del estudio?				18	
Conveniencia	¿Genera nuevas pautas para la investigación y construcción de teorías?					19
Sumatoria parcial				17	106	57
Sumatoria Total		180				
Valoración cuantitativa (Sumatoria Total x0.005)		0.90				

Aporte y/o sugerencias para mejorar el instrumento

✓ **No requiere de sugerencias.**

III.- Calificación global: Ubicar el coeficiente de validez obtenido en el intervalo respectivo y escriba sobre el espacio el resultado.

Intervalos	Resultados
0,00 – 0,49	Validez Nula
0,50 – 0,59	Validez muy baja
0,60 – 0,69	Validez baja
0,70 – 0,79	Validez aceptable
0,80- 0,89	Validez buena
0,90-1,00	Validez muy buena

Coeficiente de Validez

180	≡	0.90
-----	---	------

Nota: el instrumento podrá ser considerado a partir de una calificación aceptable.


Pablo Arnulfo Santos Díaz
 Msc. Lic. Adm.
 CÓDIGO ORCID 0000 0002 8606 3146

UNIVERSIDAD SAN PEDRO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
VALIDEZ DE INSTRUMENTOS POR JUICIO DE EXPERTOS

I.- Información General:

Nombres y apellidos del validador: Karina Tomasa Valdiviezo Pérez

Fecha: 24.03.2022

Especialidad: ADMINISTRACIÓN

Nombre del instrumento evaluado: Cuestionario para evaluar la variable **calidad de servicio** y la variable **satisfacción del cliente**.

Autor del instrumento: Favio Aaron Chávez Zavaleta

Teniendo como base los criterios que a continuación se presenta, requerimos su opinión sobre el instrumento de la investigación titulada:

“CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCION DEL CLIENTE DEL LOCAL DE COMIDA RAFFO’S GRILL, CHIMBOTE, 2023”

El cual debe calificar con una valoración correspondiente a su opinión respecto a cada criterio formulado.

II.- Aspectos a evaluar: (Calificación cuantitativa).

Indicadores de evaluación del instrumento	Criterios cualitativos - cuantitativos	Deficiente	Regular	Bueno	Muy Bueno	Excelente
		(1-9)	(10-13)	(14-16)	(17-18)	(19-20)
Claridad	¿Está formulado con lenguaje apropiado?				18	
Objetividad	¿Está expresado con conductas observadas?				18	
Actualidad	¿Adecuado al avance de la ciencia y calidad?				18	
Organización	¿Existe una organización lógica del instrumento?				18	
Suficiencia	¿Valora los aspectos en cantidad y calidad?				18	
Intencionalidad	¿Adecuado para cumplir con los objetivos?				18	
Consistencia	¿Basado en el aspecto teórico científico del tema de estudios?				18	
Coherencia	¿Entre las hipótesis, dimensiones e indicadores?				18	
Propósito	¿Las estrategias responden al propósito del estudio?				18	
Conveniencia	¿Genera nuevas pautas para la investigación y construcción de teorías?				18	
Sumatoria parcial					180	
Sumatoria Total		180 (Siendo el puntaje máximo posible 200)				
Valoración cuantitativa (Sumatoria Total x0.005)		0.9 (Siendo la valoración máxima en 1)				

Aporte y/o sugerencias para mejorar el instrumento

III.- Calificación global: Ubicar el coeficiente de validez obtenido en el intervalo respectivo y escriba sobre el espacio el resultado.

Intervalos	Resultados
0,00 – 0,49	Validez Nula
0,50 – 0,59	Validez muy baja
0,60 – 0,69	Validez baja
0,70 – 0,79	Validez aceptable
0,80- 0,89	Validez buena
0,90-1,00	Validez muy buena

Coeficiente de Validez

$$\boxed{180} \div \boxed{200} = \boxed{0.9}$$

Nota: el instrumento podrá ser considerado a partir de una calificación aceptable.

+

Valdiviezo Pérez Karina T.
Magister
02874217

BASE DE DATOS DE LA PRUEBA PILOTO

ENCUESTADOS	item 1	item 2	item 3	item 4	item 5	item 6	item 7	item 8	item 9	item 10	item 11	item 12	item 13	item 14	item 15	item 16	item 17	item 18	item 19	item 20	item 21	item 22	TOTAL	item 1	item 2	item 3	item 4	item 5	item 6	item 7	item 8	item 9	item 10	item11	TOTAL2
1	1	2	2	1	2	1	1	1	2	2	1	1	2	2	1	2	1	1	1	2	2	1	32	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	40
2	1	2	2	1	2	1	1	1	2	2	1	1	2	2	1	2	1	1	1	2	2	1	32	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	3	43
3	3	1	1	1	1	1	1	1	4	4	1	1	1	1	1	4	4	2	2	2	2	2	41	2	1	4	1	1	1	1	4	3	1	20	
4	3	1	1	1	1	1	1	1	4	4	1	1	1	1	1	4	4	2	2	2	2	2	41	2	1	4	1	1	1	1	4	3	1	20	
5	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	44	5	5	5	5	5	1	1	1	1	1	1	31
6	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	44	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	36
7	1	1	4	1	1	1	1	1	4	3	1	1	1	1	1	4	3	3	3	3	3	3	45	3	3	3	4	4	5	4	3	4	3	4	40
8	1	1	4	1	1	1	1	1	4	3	1	1	1	1	1	4	3	3	3	3	3	3	45	3	3	3	4	4	5	4	3	4	3	4	40
9	1	1	4	1	1	1	1	1	4	3	1	1	1	1	1	4	3	3	3	3	3	3	45	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	48
10	2	1	4	1	1	1	1	1	4	3	1	1	1	1	1	4	3	3	3	3	3	3	46	3	3	3	3	4	3	3	5	4	3	3	37
11	1	1	1	2	2	4	4	3	1	2	2	1	1	1	2	2	4	4	3	1	2	2	46	5	5	2	2	2	4	3	3	4	4	4	38
12	4	1	2	2	2	2	2	4	1	1	2	4	1	2	2	2	2	2	4	1	1	2	46	5	4	4	5	5	4	3	4	5	4	5	48
13	1	3	2	1	1	1	1	1	4	4	1	1	1	1	1	4	4	3	4	2	3	5	49	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	34
14	1	3	2	1	1	1	1	1	4	4	1	1	1	1	1	4	4	3	4	2	3	5	49	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	34
15	1	1	1	2	4	4	4	3	2	1	2	1	1	1	2	4	4	4	3	2	1	2	50	3	3	3	4	4	3	2	3	3	3	3	34
16	2	3	3	2	2	1	2	2	4	2	2	2	3	3	2	2	1	2	2	4	2	2	50	5	3	1	4	4	4	4	5	4	5	5	44
17	3	3	3	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	3	3	2	4	1	1	3	4	54	3	1	4	3	3	3	3	2	3	3	3	31
18	3	3	3	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	3	3	2	4	1	1	3	4	54	3	1	4	3	3	3	3	2	3	3	3	31
19	2	4	4	2	2	2	1	2	4	2	2	2	4	4	2	2	2	1	2	4	2	2	54	2	3	3	5	5	3	2	5	3	4	3	38
20	1	1	1	1	1	1	4	1	3	4	1	1	1	4	1	3	4	5	3	4	5	5	55	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	43
21	1	1	1	1	1	1	4	1	3	4	1	1	1	4	1	3	4	5	3	4	5	5	55	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	43
22	3	3	3	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	3	3	2	4	2	2	3	4	56	3	1	4	3	3	3	3	2	3	3	3	31

ENCUESTADOS	ítem 1	ítem 2	ítem 3	ítem 4	ítem 5	ítem 6	ítem 7	ítem 8	ítem 9	ítem 10	ítem 11	ítem 12	ítem 13	ítem 14	ítem 15	ítem 16	ítem 17	ítem 18	ítem 19	ítem 20	ítem 21	ítem 22	TOTAL	ítem 1	ítem 2	ítem 3	ítem 4	ítem 5	ítem 6	ítem 7	ítem 8	ítem 9	ítem 10	ítem 11	TOTAL2
23	3	3	3	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	3	3	2	4	2	2	3	4	56	3	1	4	3	3	3	3	2	3	3	3	31
24	2	2	5	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	4	4	4	4	57	3	3	3	2	2	2	2	3	3	2	2	27
25	2	2	5	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	4	4	4	4	57	3	3	3	2	2	2	2	3	3	2	2	27
26	3	2	3	2	3	3	2	3	2	2	2	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	57	2	2	5	4	3	4	1	1	4	4	4	34
27	3	2	3	2	3	3	2	3	2	2	2	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	57	2	2	5	4	3	4	1	1	4	4	4	34
28	3	2	2	3	2	1	3	3	4	4	2	3	2	2	3	2	1	3	3	4	4	2	58	3	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	33
29	3	2	3	2	3	3	2	3	2	2	2	3	3	2	3	2	2	3	3	4	3	3	58	2	2	5	4	3	4	1	1	4	4	4	34
30	3	2	3	2	3	3	2	3	2	2	2	3	3	2	3	2	2	3	3	4	3	3	58	2	2	5	4	3	4	1	1	4	4	4	34
31	1	1	4	1	1	1	1	4	4	4	1	1	1	1	4	4	4	5	3	3	5	4	58	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	50
32	1	1	4	1	1	1	1	4	4	4	1	1	1	1	4	4	4	5	3	3	5	4	58	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	50
33	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	1	1	1	4	59	4	4	5	2	4	2	2	2	4	2	2	33
34	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	1	1	1	4	59	4	4	5	2	4	2	2	2	4	2	2	33
35	3	2	2	4	2	3	3	3	2	2	4	3	2	2	4	2	3	3	3	2	2	4	60	4	3	5	2	5	2	3	3	3	4	3	37
36	1	1	4	1	1	2	1	4	4	4	1	1	2	1	4	4	4	5	3	3	5	4	60	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	50
37	1	1	4	1	1	2	1	4	4	4	1	1	2	1	4	4	4	5	3	3	5	4	60	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	50
38	2	4	4	2	2	4	1	2	4	4	2	2	4	4	2	2	4	1	2	4	4	2	62	3	2	3	5	3	3	3	3	2	3	3	33
39	3	2	2	4	4	3	3	2	2	2	4	3	2	2	4	4	3	3	2	2	2	4	62	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
40	2	3	2	1	3	3	3	1	4	4	1	3	3	3	1	4	4	3	4	3	3	5	63	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	39
41	4	4	4	1	3	3	2	4	4	2	1	4	4	4	1	3	3	2	4	4	2	1	64	4	4	3	5	5	3	4	5	3	5	5	46
42	2	2	5	4	3	4	1	1	4	4	4	3	4	1	1	4	4	3	3	3	3	3	66	1	1	1	1	1	1	4	1	3	4	1	19
43	2	2	5	4	3	4	1	1	4	4	4	3	4	1	1	4	4	3	3	3	3	3	66	1	1	1	1	1	1	4	1	3	4	1	19
44	2	2	5	4	3	4	1	1	4	4	4	3	4	1	1	4	4	3	3	3	3	3	66	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	41

ENCUESTADOS	item 1	item 2	item 3	item 4	item 5	item 6	item 7	item 8	item 9	item 10	item 11	item 12	item 13	item 14	item 15	item 16	item 17	item 18	item 19	item 20	item 21	item 22	TOTAL	item 1	item 2	item 3	item 4	item 5	item 6	item 7	item 8	item 9	item 10	item 11	TOTAL2
23	3	3	3	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	3	3	2	4	2	2	3	4	56	3	1	4	3	3	3	3	2	3	3	3	31
24	2	2	5	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	4	4	4	4	57	3	3	3	2	2	2	2	3	3	2	2	27
25	2	2	5	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	4	4	4	4	57	3	3	3	2	2	2	2	3	3	2	2	27
26	3	2	3	2	3	3	2	3	2	2	2	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	57	2	2	5	4	3	4	1	1	4	4	4	34
27	3	2	3	2	3	3	2	3	2	2	2	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	57	2	2	5	4	3	4	1	1	4	4	4	34
28	3	2	2	3	2	1	3	3	4	4	2	3	2	2	3	2	1	3	3	4	4	2	58	3	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	33
29	3	2	3	2	3	3	2	3	2	2	2	3	3	2	3	2	2	3	3	4	3	3	58	2	2	5	4	3	4	1	1	4	4	4	34
30	3	2	3	2	3	3	2	3	2	2	2	3	3	2	3	2	2	3	3	4	3	3	58	2	2	5	4	3	4	1	1	4	4	4	34
31	1	1	4	1	1	1	1	4	4	4	1	1	1	1	4	4	4	5	3	3	5	4	58	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	50
32	1	1	4	1	1	1	1	4	4	4	1	1	1	1	4	4	4	5	3	3	5	4	58	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	50
33	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	1	1	1	4	59	4	4	5	2	4	2	2	2	4	2	2	33
34	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	1	1	1	4	59	4	4	5	2	4	2	2	2	4	2	2	33
35	3	2	2	4	2	3	3	3	2	2	4	3	2	2	4	2	3	3	3	2	2	4	60	4	3	5	2	5	2	3	3	3	4	3	37
36	1	1	4	1	1	2	1	4	4	4	1	1	2	1	4	4	4	5	3	3	5	4	60	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	50
37	1	1	4	1	1	2	1	4	4	4	1	1	2	1	4	4	4	5	3	3	5	4	60	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	50
38	2	4	4	2	2	4	1	2	4	4	2	2	4	4	2	2	4	1	2	4	4	2	62	3	2	3	5	3	3	3	3	2	3	3	33
39	3	2	2	4	4	3	3	2	2	2	4	3	2	2	4	4	3	3	2	2	2	4	62	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
40	2	3	2	1	3	3	3	1	4	4	1	3	3	3	1	4	4	3	4	3	3	5	63	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	39
41	4	4	4	1	3	3	2	4	4	2	1	4	4	4	1	3	3	2	4	4	2	1	64	4	4	3	5	5	3	4	5	3	5	5	46
42	2	2	5	4	3	4	1	1	4	4	4	3	4	1	1	4	4	3	3	3	3	3	66	1	1	1	1	1	1	4	1	3	4	1	19
43	2	2	5	4	3	4	1	1	4	4	4	3	4	1	1	4	4	3	3	3	3	3	66	1	1	1	1	1	1	4	1	3	4	1	19
44	2	2	5	4	3	4	1	1	4	4	4	3	4	1	1	4	4	3	3	3	3	3	66	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	41

ENCUESTADOS	item 1	item 2	item 3	item 4	item 5	item 6	item 7	item 8	item 9	item 10	item 11	item 12	item 13	item 14	item 15	item 16	item 17	item 18	item 19	item 20	item 21	item 22	TOTAL	item 1	item 2	item 3	item 4	item 5	item 6	item 7	item 8	item 9	item 10	item11	TOTAL2
45	2	3	2	4	2	3	3	2	4	4	4	2	3	2	4	2	3	3	2	4	4	4	66	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	46
46	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	4	4	4	68	2	2	5	2	2	2	2	2	2	2	2	2	25
47	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	4	4	4	68	2	2	5	2	2	2	2	2	2	2	2	2	25
48	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	69	1	1	4	1	1	1	1	4	4	4	1	23	
49	2	3	3	4	3	3	5	5	4	3	4	3	3	5	5	4	3	3	1	1	1	1	69	3	2	3	2	3	3	2	3	2	2	2	27
50	3	1	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	4	5	4	69	3	3	5	2	2	4	3	3	3	3	2	33	
51	3	3	5	2	2	4	3	3	3	3	2	2	4	3	3	3	3	4	3	4	3	69	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
52	3	1	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	4	5	4	69	3	3	5	2	2	4	3	3	3	3	2	33	
53	3	3	5	2	2	4	3	3	3	3	2	2	4	3	3	3	3	4	3	4	3	69	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
54	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	1	3	4	69	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	34
55	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	1	3	4	69	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	34
56	4	5	1	4	2	3	5	5	4	3	4	2	3	5	5	4	3	3	1	1	1	1	69	4	3	4	1	3	4	4	3	4	4	1	35
57	4	5	1	4	2	3	5	5	4	3	4	2	3	5	5	4	3	3	1	1	1	1	69	4	3	4	1	3	4	4	3	4	4	1	35
58	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	1	1	1	1	69	2	3	3	4	3	3	5	5	4	3	4	39
59	4	4	5	2	4	2	2	2	4	2	2	4	2	2	2	4	2	4	4	4	4	69	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	39	
60	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	1	1	1	1	69	2	3	3	4	3	3	5	5	4	3	4	39
61	3	1	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	4	5	4	69	4	3	4	5	5	4	4	3	4	4	5	45	
62	3	1	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	4	5	4	69	5	5	4	5	5	5	5	3	4	2	5	48	
63	5	1	5	1	1	3	4	3	3	4	1	1	3	4	3	3	4	4	5	4	4	70	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	48	
64	2	3	3	3	3	3	3	3	5	5	3	3	3	3	3	5	5	2	2	4	2	2	70	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	48
65	5	1	5	1	1	3	4	3	3	4	1	1	3	4	3	3	4	4	5	4	4	70	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	48	
66	4	4	4	4	1	1	1	4	5	5	4	1	1	1	4	5	5	5	3	3	3	3	71	3	1	4	3	3	3	3	2	3	3	3	31

ENCUESTADOS	ítem 1	ítem 2	ítem 3	ítem 4	ítem 5	ítem 6	ítem 7	ítem 8	ítem 9	ítem 10	ítem 11	ítem 12	ítem 13	ítem 14	ítem 15	ítem 16	ítem 17	ítem 18	ítem 19	ítem 20	ítem 21	ítem 22	TOTAL	ítem 1	ítem 2	ítem 3	ítem 4	ítem 5	ítem 6	ítem 7	ítem 8	ítem 9	ítem 10	ítem11	TOTAL2
66	4	4	4	4	1	1	1	4	5	5	4	1	1	1	4	5	5	5	3	3	3	3	71	3	1	4	3	3	3	3	2	3	3	3	31
67	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	71	4	4	4	4	1	1	1	4	5	5	4	37
68	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	71	4	4	4	4	1	1	1	4	5	5	4	37
69	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	72	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	31
70	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	72	1	3	3	3	4	5	5	4	3	5	3	39
71	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	72	1	3	3	3	4	5	5	4	3	5	3	39
72	1	2	3	3	4	5	5	4	3	5	3	4	5	5	4	3	5	4	1	1	1	1	72	4	3	4	5	4	3	4	5	4	5	5	46
73	1	2	3	3	4	5	5	4	3	5	3	4	5	5	4	3	5	4	1	1	1	1	72	4	3	4	5	4	3	4	5	4	5	5	46
74	1	3	3	3	4	5	5	4	3	5	3	4	5	5	4	3	5	4	1	1	2	1	74	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	39
75	1	3	3	3	4	5	5	4	3	5	3	4	5	5	4	3	5	4	1	1	2	1	74	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	39
76	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	2	2	2	2	2	75	1	1	4	1	1	1	1	1	4	3	1	19
77	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	2	2	2	2	2	75	1	1	4	1	1	1	1	1	4	3	1	19
78	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	2	2	3	3	2	75	5	5	5	4	3	2	4	5	4	5	4	46
79	5	2	5	2	2	3	4	3	3	4	2	2	3	4	3	3	4	4	5	4	4	4	75	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	48
80	5	2	5	2	2	3	4	3	3	4	2	2	3	4	3	3	4	4	5	4	4	4	75	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	48
81	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4	4	2	3	4	3	3	3	3	2	76	2	3	3	3	3	3	3	3	5	5	3	36
82	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4	4	2	3	4	3	3	3	3	2	76	2	3	3	3	3	3	3	3	5	5	3	36
83	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4	4	2	3	4	3	3	3	3	2	76	2	3	4	3	3	4	4	5	5	5	3	41
84	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4	4	2	3	4	3	3	3	3	2	76	2	3	4	3	3	4	4	5	5	5	3	41
85	2	3	4	3	3	4	4	5	5	5	3	3	4	4	5	5	5	2	2	2	2	2	77	3	1	1	1	1	1	1	1	4	4	1	19
86	2	3	4	3	3	4	4	5	5	5	3	3	4	4	5	5	5	2	2	2	2	2	77	3	1	1	1	1	1	1	1	4	4	1	19
87	3	3	5	2	2	4	5	4	4	3	2	2	4	5	4	4	3	4	3	4	3	4	77	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33

ENCUESTADOS	item 1	item 2	item 3	item 4	item 5	item 6	item 7	item 8	item 9	item 10	item 11	item 12	item 13	item 14	item 15	item 16	item 17	item 18	item 19	item 20	item 21	item 22	TOTAL	item 1	item 2	item 3	item 4	item 5	item 6	item 7	item 8	item 9	item 10	item11	TOTAL2
88	3	3	5	2	2	4	5	4	4	3	2	2	4	5	4	4	3	4	3	4	3	4	77	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
89	3	3	3	4	4	5	4	3	4	3	4	4	5	4	3	4	3	3	2	2	4	3	77	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	39
90	3	3	3	4	4	5	4	3	4	3	4	4	5	4	3	4	3	3	2	2	4	3	77	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	39
91	4	3	4	1	3	4	4	3	4	4	1	3	4	4	3	4	4	3	4	4	5	4	77	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
92	4	3	4	1	3	4	4	3	4	4	1	3	4	4	3	4	4	3	4	4	5	4	77	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
93	2	4	4	3	3	5	4	5	3	5	3	3	5	4	5	3	5	5	4	1	1	1	78	1	1	4	1	1	1	1	1	4	3	1	19
94	2	4	4	3	3	5	4	5	3	5	3	3	5	4	5	3	5	5	4	1	1	1	78	1	1	4	1	1	1	1	1	4	3	1	19
95	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	78	1	2	3	3	4	5	5	4	3	5	3	38
96	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	78	2	4	4	3	3	5	4	5	3	5	3	41
97	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	78	2	4	4	3	3	5	4	5	3	5	3	41
98	2	2	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	5	5	4	3	4	78	5	4	4	3	3	5	4	5	3	5	3	44
99	3	3	3	4	4	5	4	3	4	3	4	4	5	4	3	4	3	3	2	2	4	5	79	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	39
100	3	3	3	4	4	5	4	3	4	3	4	4	5	4	3	4	3	3	2	2	4	5	79	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	39
101	5	5	4	5	5	5	5	3	4	2	5	5	5	5	3	4	2	4	1	1	1	1	80	3	2	3	2	3	3	2	3	2	2	2	27
102	5	5	4	5	5	5	5	3	4	2	5	5	5	5	3	4	2	4	1	1	1	1	80	3	2	3	2	3	3	2	3	2	2	2	27
103	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	5	4	3	2	4	80	2	2	3	4	3	4	3	4	3	4	4	36
104	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	5	4	3	2	4	80	2	2	3	4	3	4	3	4	3	4	4	36
105	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	80	4	5	1	4	2	3	5	5	4	3	4	40
106	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	80	4	5	1	4	2	3	5	5	4	3	4	40
107	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	3	3	2	80	5	5	5	4	3	2	4	5	4	5	4	46
108	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	3	3	2	80	5	5	5	4	3	2	4	5	4	5	4	46
109	3	3	3	3	4	3	3	5	4	3	3	4	3	3	5	4	3	4	5	5	4	4	81	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	34

ANEXO N°4
ALFA DE CRONBACH
PRIMERA VARIABLE

Estadísticas de elemento

	Media	Desviación estándar	N
ítem 1	2.69	1.095	109
ítem 2	2.61	1.044	109
ítem 3	3.34	1.073	109
ítem 4	2.65	1.117	109
ítem 5	2.76	1.079	109
ítem 6	3.07	1.215	109
ítem 7	2.96	1.283	109
ítem 8	2.94	1.145	109
ítem 9	3.37	.813	109
ítem 10	3.28	.963	109
ítem 11	2.64	1.118	109
ítem 12	2.74	1.117	109
ítem 13	3.06	1.212	109
ítem 14	2.97	1.273	109
ítem 15	2.93	1.168	109
ítem 16	3.32	.792	109
ítem 17	3.30	.967	109
ítem 18	3.41	.983	109
ítem 19	2.81	1.166	109
ítem 20	2.86	1.174	109
ítem 21	2.96	1.154	109
ítem 22	3.02	1.209	109

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
.848	.847	22

ALFA DE CRONBACH
SEGUNDA VARIABLE

Estadísticas de elemento

	Media	Desviación estándar	N
Ítem 1	3.19	1.206	109
Ítem 2	3.05	1.197	109
Ítem 3	3.68	1.044	109
Ítem 4	3.22	1.189	109
Ítem 5	3.28	1.193	109
Ítem 6	3.19	1.159	109
Ítem 7	3.16	1.188	109
Ítem 8	3.30	1.266	109
Ítem 9	3.66	.796	109
Ítem 10	3.65	.917	109
Ítem 11	3.17	1.167	109

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
.885	.878	11

Formato de publicación en repositorio

REPOSITORIO INSTITUCIONAL DIGITAL				
FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE DOCUMENTOS DE INVESTIGACIÓN				
1. Información del Autor				
CHAVEZ ZAULETA FAVIO AARON		70203412	favioaaron@hotmail.com	
Apellidos y Nombres		DNI	Correo Electrónico	
2. Tipo de Documento de Investigación				
☒	Tesis	Trabajo de Suficiencia Profesional	Trabajo Académico	Trabajo de Investigación
3. Grado Académico o Título Profesional ¹				
☐	Bachiller	☒ Título Profesional	Título Segunda Especialidad	Maestría
4. Título del Documento de Investigación				
CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DEL LOCAL DE COMIDA RAFFO'S GRILL, CHIMBOTE, 2023				
5. Programa Académico				
ADMINISTRACIÓN				
6. Tipo de Acceso al Documento				
☒	Abierta o Pública ¹ (info:ru-repo/semantics/openAccess)		Acceso restringido ¹ (info:ru-repo/semantics/restrictedAccess) ^(*)	
(*) En caso de restringido sustentar motivo				

A. Originalidad del Archivo Digital

Por el presente dejo constancia que el archivo digital que entrego a la Universidad, es la versión final del trabajo de investigación sustentado y aprobado por el Jurado Evaluador y forma parte del proceso que conduce a obtener el grado académico o título profesional.

B. Otorgamiento de una licencia CREATIVE COMMONS ⁵

El autor, por medio de este documento, autoriza a la Universidad, publicar su trabajo de investigación en formato digital en el Repositorio Institucional Digital, al cual se podrá acceder, preservar y difundir de forma libre y gratuita, de manera íntegra a todo el documento. ⁶




Firma

Lugar	Día	Año	Año
Chimbote	04	10	2023

Importante

- Según Resolución de Consejo Directivo N° 053-2006-SUMEDU-CD, Reglamento del Registro Nacional de Trabajos de Investigación para optar Grados Académicos y Títulos Profesionales, Art. 8, inciso 8.2.
- Ley N° 30075, Ley que regula el Repositorio Nacional Digital de Ciencia, Tecnología e Innovación de Acceso Abierto y D.S. 006-2015-PCM.
- Si el autor elige el tipo de acceso abierto o público, otorga a la Universidad San Pedro una licencia no exclusiva, para que se pueda hacer arreglos de forma en la obra y difundir en el Repositorio Institucional Digital, respetando siempre los Derechos de Autor y Propiedad Intelectual de acuerdo y en el Marco de la Ley 822.
- En caso de que el autor elija la segunda opción, únicamente se publicará los datos del autor y resumen de la obra, de acuerdo a la directiva N° 004-2016-CORCITEC-ORGT (Numerales 5.2 y 6.7) que norma el funcionamiento del Repositorio Nacional Digital.
- Las licencias Creative Commons (CC) es una organización internacional sin fines de lucro que pone a disposición de los autores un conjunto de licencias flexibles y de herramientas tecnológicas que facilitan la difusión de información, recursos educativos, obras artísticas y científicas, entre otras. Estas licencias también garantizan que el autor obtenga el crédito por su obra.
- Según el inciso 12.3. del artículo 12º del Reglamento del Registro Nacional de Trabajos de Investigación para optar grados académicos y títulos profesionales-RENATI "Las universidades, instituciones y escuelas de educación superior tienen como obligación registrar todos los trabajos de investigación y proyectos, incluyendo los resultados en sus repositorios institucionales previendo si son de acceso abierto o restringido, los cuales serán posteriormente recolectados por el Repositorio Digital RENATI, a través del Repositorio AUCIA".

Nota: - En caso de falsedad en los datos, se procederá de acuerdo a ley (Ley 27044, art. 32, núm. 32.3).

“Calidad de servicio y satisfacción del cliente del local de comida Raffo ´s Grill, Chimbote, 2023”

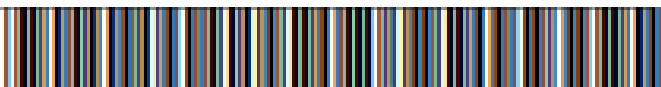
INFORME DE ORIGINALIDAD



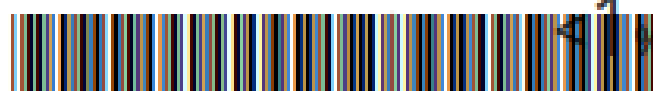
FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.usanpedro.edu.pe	7%
	Fuente de Internet	
2	hdl.handle.net	6%
	Fuente de Internet	
3	Submitted to Universidad Cesar Vallejo	4%
	Trabajo del estudiante	
4	repositorio.ucv.edu.pe	1%
	Fuente de Internet	
5	Submitted to Universidad Alas Peruanas	1%
	Trabajo del estudiante	
6	repositorio.upn.edu.pe	<1%
	Fuente de Internet	
7	www.rte.espol.edu.ec	<1%
	Fuente de Internet	
8	repositorio.une.edu.pe	<1%
	Fuente de Internet	
9	Submitted to Universidad Continental	
	Trabajo del estudiante	

		<1 %
10	bdigital.uao.edu.co Fuente de Internet	<1 %
11	repositorio.usil.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
12	Submitted to Universidad Autonoma del Peru Trabajo del estudiante	<1 %
13	Submitted to Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga Trabajo del estudiante	<1 %
14	Submitted to Universidad Nacional del Centro del Peru Trabajo del estudiante	<1 %
15	documentop.com Fuente de Internet	<1 %
16	alicia.concytec.gob.pe Fuente de Internet	<1 %
17	repositorio.ulasamericas.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
18	www.coursehero.com Fuente de Internet	<1 %
19	Submitted to Universidad de Lima Trabajo del estudiante	<1 %

20	Submitted to Universidad Andina del Cusco Trabajo del estudiante	<1 %
21	Submitted to Universidad Nacional Santiago Antunez de Mayolo Trabajo del estudiante	<1 %
22	Submitted to Infile Trabajo del estudiante	<1 %
23	repositorio.unapiquitos.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
24	archive.org Fuente de Internet	<1 %
25	docplayer.es Fuente de Internet	<1 %
26	cybertesis.unmsm.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
27	dspace.ups.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
28	openaccesojs.com Fuente de Internet	<1 %
29	periodicos.ufjf.br Fuente de Internet	<1 %
30	repositorio.upeu.edu.pe:8080 Fuente de Internet	<1 %
31	lareferencia.info	

	Fuente de Internet	<1 %
32	pesquisa.bvsalud.org Fuente de Internet	<1 %
33	repositorio.ujcm.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
34	www.icd-press.org Fuente de Internet	<1 %
35	www.qualtrics.com Fuente de Internet	<1 %
36	www.scribd.com Fuente de Internet	<1 %
37	Yadira Alexandra Calle-Bermeo, Darwin Gabriel García-Herrera, Sandra Elizabeth Mena-Clerque, Juan Carlos Erazo-Álvarez. "Aprendizaje basado en problemas y trabajo colaborativo para la enseñanza de Matemática", EPISTEME KOINONIA, 2020 Publicación	<1 %
38	cienciadigital.org Fuente de Internet	<1 %
39	doku.pub Fuente de Internet	<1 %
40	go.gale.com Fuente de Internet	<1 %



41	prezi.com Fuente de Internet	<1 %
42	repositorio.uisek.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
43	repositorioacademico.upc.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
44	roderic.uv.es Fuente de Internet	<1 %
45	www.fundacionciec.org.ar Fuente de Internet	<1 %
46	www.slideshare.net Fuente de Internet	<1 %
47	www.ub.edu.ar Fuente de Internet	<1 %
48	dokumen.pub Fuente de Internet	<1 %
49	qdoc.tips Fuente de Internet	<1 %
50	repositorio.upeu.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
51	repositorio.uss.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
52	www.aid-improve.com Fuente de Internet	<1 %

53	www.guadalajaraparks.udg.mx Fuente de Internet	<1 %
54	www.theibfr.com Fuente de Internet	<1 %
55	moam.info Fuente de Internet	<1 %



Excluir citas

Apagado

Excluir coincidencias

< 6 words

Excluir bibliografía

Activo