

**UNIVERSIDAD SAN PEDRO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y**  
**ADMINISTRATIVAS**  
**PROGRAMA DE ESTUDIO DE ADMINISTRACIÓN**



Calidad de servicio en el restaurant La Olla Sabrosa S.A.C., - Caraz 2020

Tesis para obtener el Título Profesional de Licenciado en Administración

**Autor:**

Quijano Urbano, William Francisco

**Asesor:**

Daniel Perez, Jorge Augusto

CODIGO ORCID (0000-0002-8323-3971)

**Chimbote – Perú**

**2025**

## INDICE

INDICE GENERAL.....	ii
INDICE DE TABLAS.....	iii
PALABRA CLAVE:.....	v
CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD.....	vi
TITULO .....	vii
RESUMEN.....	viii
ABSTRACT.....	ix
1. INTRODUCCION .....	1
ANTECEDENTES Y FUNDAMENTACION CIENTIFICA .....	1
JUSTIFICACION DE LA INVESTIGACION.....	9
PROBLEMA .....	10
CONCEPTUACION Y OPERACIONALIZACION DE VARIABLES .....	11
HIPOTESIS .....	18
OBJETIVOS .....	18
2. METODOLOGÌA .....	18
TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACION .....	19
POBLACION Y MUESTRA.....	19
TECNICAS E INSTRUMENTOS.....	20
PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN.....	20
3. RESULTADOS.....	21
4. ANALISIS Y DISCUSION .....	27
5. CONCLUSIONES .....	31
6. RECOMENDACIONES.....	33
7.REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	34
AGRADECIMIENTO.....	38
ANEXOS Y APENDICE.....	39

## INDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1:</b> Características de los elementos tangibles .....	21
<b>Tabla 2:</b> Características de la capacidad .....	22
<b>Tabla 3:</b> Características de la fiabilidad .....	23
<b>Tabla 4:</b> Características de la empatía del personal.....	24
<b>Tabla 5:</b> Características de la seguridad.....	25
<b>Tabla 6:</b> Calidad del servicio.....	26

**PALABRAS CLAVES:**

<b>Tema</b>	Calidad de servicio
<b>Especialidad</b>	Administración

**KEY WORDS:**

<b>Theme</b>	Quality of service
<b>Specialty</b>	Administration

**Líneas de Investigación según Código OCDE:**

<b>Línea de Investigación</b>	<b>OCDE</b>			<b>Sub-líneas o Campos de Investigación</b>
	<b>Área</b>	<b>Sub área</b>	<b>Disciplina</b>	
Gestión del talento humano	Ciencias Sociales	Economía y Negocios	Negocios y Management	Comportamiento organizacional

# 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 en el restaurant La Olla Sabrosa S.A.C., – Caraz 2020**" del (a) estudiante: **William Francisco Quijano Urbano**, identificado(a) con **Código N° 1412100270**, se ha verificado un porcentaje de similitud del 18%, 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, 12 de Febrero de 2021

  
UNIVERSIDAD SAN PEDRO  
VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN  
Dr. CARLOS URBINA SANJINES  
VICERRECTOR



**NOTA:**

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

**CALIDAD DE SERVICIO EN EL RESTAURANT LA OLLA SABROSA S.A.C.,  
– CARAZ 2020**

**QUALITY OF SERVICE AT THE RESTAURANT LA OLLA SABOR S.A.C., –  
CARAZ 2020**

## RESUMEN

El presente estudio de investigación tuvo el propósito de describir la calidad del servicio en el restaurant La Olla Sabrosa en la ciudad de Caraz, 2020. El tipo de investigación fue descriptivo y en cuanto al diseño fué no experimental.

La población estuvo constituida por todos los clientes del restaurant la Olla Sabrosa de la ciudad de Caraz con un muestra total de 100 personas con un margen de error del+- 10% , según la tabla de Fisher Colton. Para la recolección de datos se empleó la técnica de encuesta y el instrumento fué el cuestionario y el análisis documental, para la validación y confiabilidad se recurrió al “Juicio de Expertos” quienes aprobaron el instrumento y para determinar la confiabilidad del instrumento se aplicó la prueba de Alfa de Cron Bach, siendo la garantía de 0.8663, el cual indica que es confiable y apto para su ejecución.

Los resultados esperados fueron determinar las características de los elementos tangibles, examinar las características de la capacidad de respuesta del personal hacia los clientes, especificar las Características de la fiabilidad que tiene el Restaurant, examinar las características de empatía del personal y especificar las características de la seguridad que hay en el Restaurant La Olla Sabrosa.

## **Abstrac**

The population consisted of all the customers of the La Olla Sabrosa. The present research study had the purpose of describing the quality of service in the La Olla Sabrosa restaurant in the city of Caraz, 2020. The type of research was descriptive and in terms of design it was non-experimental.

restaurant in the city of Caraz with a total sample of 100 people with a margin of error of + -10%, according to the Fisher Colton table. For data collection, the survey technique was used and the instrument was the questionnaire and documentary analysis, for validation and reliability, the "Expert Judgment" was used who approved the instrument and to determine the reliability of the instrument, the test was applied Cron Bach's Alpha, with a guarantee of 0.8663, which indicates that it is reliable and suitable for execution.

The expected results were to determine the characteristics of the tangible elements, examine the characteristics of the response capacity of the staff towards customers, specify the Characteristics of the reliability that the Restaurant has, examine the empathy characteristics of the staff and specify the characteristics of the security that is in the Restaurant La Olla Sabrosa.

## 1. INTRODUCCIÓN

La etapa universitaria enriquece los conocimientos y se plasman en esta investigación que tiene como punto de partida conocer como otros autores a nivel internacionales, nacionales y locales:

A nivel internacional el investigador **Rivera, S.** (2019) en su tesis relacionada a la calidad del servicio, realizó su estudio en la empresa Greenandes Ecuador. La investigación presentada tuvo por objetivo fundamental evaluar la calidad de servicio ofrecido a través del modelo teórico SERVQUAL; a fin de identificar la satisfacción de los clientes se aplicó 180 encuestas, los resultados obtenidos en la prueba de hipótesis bajo el coeficiente de Spearman fue .0457 indica que existe una relación positiva moderada entre calidad de servicio y satisfacción de los clientes. El autor concluye que: Para mantener la fidelidad y relación a largo plazo con los clientes, estos deberán estar satisfechos con el producto y servicio por ende la empresa deberá trabajar con una orientación enfocada a la atención del cliente, calidad y cultura de servicio.

**López, D.** (2018) en su tesis relacionada a la calidad del Servicio, realizó su estudio en el Restaurante RACHY'S ubicado en la ciudad de Guayaquil, la investigación tuvo como objetivo principal determinar la relación de la calidad del servicio con la satisfacción de los clientes del restaurante a través de una investigación de campo para el diseño de estrategias de mejora del servicio al cliente. La autora realizó 365 encuestas a los comensales del restaurant, obteniendo resultados donde se llegó a constatar que existe una adecuación eficiente y positiva entre calidad del servicio y satisfacción del consumidor. La autora concluye que después de haber conocido los hallazgos primordiales la organización, plantea programas de capacitación y de calidad orientados al personal de servicio, todo esto con la finalidad de crear una ventaja competitiva dentro de la organización.

**Jireh, Y.** (2018) en su tesis relacionada a la calidad de servicios, realizó su investigación en el restaurante Pizza Burger Diner, ubicado en la cabecera del Departamento de Zacapa, Guatemala. La presente investigación tuvo como objetivo

principal determinar la calidad de servicio y satisfacción de los clientes en el restaurante de comida rápida. El autor aplicó una encuesta a 361 clientes del restaurant de esta manera se pudo conocer a fondo la situación en la que se encontraba dicho establecimiento, los resultados arrojaron que los clientes se sentían satisfechos con la atención y con la comida mas no con la infraestructura debido a que no contaban con una zona de parqueo, temperatura de ambiente era inadecuada y no había servicios higiénicos suficientes para la clientela. El autor concluye que los clientes perciben la calidad de los servicios a través de las condiciones y características que brindan los restaurantes o centros de comida es decir si ven que el restaurant tiene una infraestructura interna y externa aceptable, amigable o atrayente, ellos deducirán que la atención será tal como se muestra, aunque muchas veces no sea exactamente igual.

En trabajos nacionales los investigadores, **Gonzales & Huanca.** (2018) en su tesis relacionada a la *calidad del servicio y su relación con la satisfacción*, el estudio se realizó en la pollería Mariano Melgar ubicada en la ciudad de Arequipa. La investigación tuvo como objetivo principal determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción, la tesis fue un estudio cuantitativo con un diseño no experimental, donde aplicaron una encuesta a 384, los resultados arrojaron que la variable calidad del servicio si está relacionada de una manera correcta a la variable satisfacción del consumidor. Los autores concluyen que: en la actualidad la calidad de servicio se ha formado esencialmente por los clientes debido a que buscan valor agregado o un plus que pueda satisfacer sus necesidades, es por ello que las empresas deben mejorar sus estrategias para con los clientes que cada vez se vuelven más exigentes.

**Davila & Flores.** (2017) en su tesis relacionada a la evaluación de *la calidad del servicio*, realizaron su estudio en el restaurante turístico el Cántaro E.I.R.L. en la ciudad de Lambayeque. La presente investigación tuvo como objetivo fundamental evaluar la calidad de servicio en el restaurante donde se aplicó una encuesta conformada con 22 Ítems los cuales fueron respondidos por 80 comensales. Los autores concluyen que: en la actualidad las organizaciones buscan fidelizar a sus consumidores es por ello que el producto o servicio que brindan debe ser aceptado como el mejor del mercado observándolo desde el punto de vista de ellos mismos, con la exigencia cada vez más

notoria es recomendable evaluar periódicamente a los comensales, para conocer las deficiencias y como mejorarlas.

**Castañeda, Y.** (2019) en su tesis relacionada a *la calidad de servicios para mejorar la satisfacción del cliente*, realizó su estudio en el restaurante El Cántaro en Lambayeque. La investigación tuvo como objetivo principal determinar la influencia de la calidad del servicio en la mejora de la satisfacción del cliente. Se aplicó un cuestionario de 22 ítems a 323 clientes, los resultados arrojaron que existe una influencia de la calidad de servicio en lo que es satisfacción del cliente, es decir que los elementos que son tangibles como las instalaciones, el uniforme del personal, los artículos que se usa influyen en la calidad de servicio de la organización, además sustenta que la capacidad de respuesta que brinda también afecta de una forma muy directa en lo que corresponde a la calidad de servicio ofrecida a los consumidores. El autor concluye que: brindar un buen servicio abre puertas en el mercado competitivo, si los clientes te califican como confiable, seguro, de infraestructura atractiva y buena sazón se atraerá a más comensales y de esta manera tu imagen se acrecentará en el mercado.

En trabajos locales, no se encontró trabajos previos relacionados al tema a investigar.

Respecto a la fundamentación científica tenemos:

### **Calidad**

La definición de calidad es muy compleja porque abarca diferentes aspectos a considerar, pero se puede definir como la percepción del cliente ante un determinado producto y servicio. En síntesis, es la respuesta del consumidor después de haber obtenido, consumido, usado, empleado u manipulado el producto o servicio, puede ser buena mala dependiendo del cliente.

**Horovitz.** (1991) Deduce que la calidad es el nivel de excelencia que una organización u empresa ha escogido para alcanzar el nivel de satisfacción pleno en los clientes. El nivel de excelencia debe estar presente en todo momento debido a que el cliente es quien al final determina si un producto o servicio es de calidad o no.

**Muller, E.** (1991) considera que, si un producto o servicio supera las expectativas del colaborador, personal, clientes y accionistas, la empresa está considerada como una empresa u organización de alta calidad y que se encuentra en estable.

La calidad hoy en día ha evolucionado de tal manera que se considera una estrategia y un arma para poder sobrevivir en un mercado altamente competitivo. Las organizaciones priorizan medir la calidad de manera continua para saber cuál puede ser el déficit del producto o servicio, de esta manera poder solucionarlo o mejorarlo.

### **Servicio**

El servicio es considerado como un conjunto de actividades interrelacionadas para poder satisfacer al cliente, antes, durante y después de adquirir un determinado producto o servicio.

**Feigenbaum, A.** (2010) Menciona que en caso de las empresas donde el producto viene a ser un servicio, este no puede medirse en un laboratorio, con pruebas de resistencia o en el cumplimiento de algún requerimiento, al contrario, a medición es directa es decir la interacción entre servicio y cliente.

### **Calidad de servicio**

**Horovitz** (1991) Deduce que la calidad de servicio es de forma diferente según a lo que el cliente perciba, medida que un cliente conozca más el producto o servicio sus expectativas cambian es decir van buscando mejoras lo cual hace que cada vez cumplir con sus expectativas se vuelva más competitivo en el mercado. El cliente desea una calidad de servicio cada vez mejor debido a que siempre asocia el producto o servicio con la oportuna atención que le recibe, catalogándolo al final de bueno o malo.

### **Medición de la Calidad**

**Hoffman & Batenson** (2012) *Marketing de servicios*. Sostiene que medir la calidad en el servicio es una tarea complicada, debido a que reúne varios aspectos a evaluar tanto de la empresa en sí como del cliente. En muchas ocasiones si un servicio brindado no cumple con las expectativas del cliente en reiteradas ocasiones el cliente dará como veredicto una mala calidad de servicio. Es importante establecer que la calidad de servicio de un producto es distinta a

la de un servicio, es decir uno mide la calidad del producto cuando usas o manipulas dicho producto, pero en un servicio va mucho más allá debido a que se evalúa desde el inicio hasta el final del servicio brindado.

**Cuatrecasas & Gonzales (2017)** *Gestión integral de la calidad, implantación, control, certificación*. Los autores deducen que la calidad del servicio y la satisfacción del cliente están directamente relacionadas, donde existen tres factores a considerar: responsabilidad de la dirección, recursos humanos y materiales, y sistema de calidad estructurado.

Los autores hacen relevancia sobre las características de la calidad en los servicios según las normas ISO:

- Mejorar la presentación del servicio y la satisfacción del cliente
- Mejorar la eficacia, productividad y reducir costos,
- Mejorar el mercado por ende la competencia

**Petracsi, M (2008)** *La medición de la calidad y la satisfacción del cliente*. La medición de la calidad está estrechamente relacionada con la satisfacción del cliente, es relevante medir la calidad de servicio tomando en cuenta consideraciones como la comunicación interpersonal, las actitudes, la atención, el trato hacia el cliente y el comportamiento del personal. Si existe una buena calidad en servicio el cliente se sentirá satisfecho tanto como por el producto o servicio que le brindan.

### **Satisfacción del cliente**

Hablar de satisfacción del cliente o consumidor en nuestros tiempos ha cambiado antes solo se basaba en el producto en sí, es decir la calidad. Hoy en día hablar de satisfacción abarca más aspectos, como por ejemplo la infraestructura del local o establecimiento, la seguridad, calidad del producto y atención del personal hacia el cliente.

**Howard & Sheth (1969)** Mencionan que la satisfacción es la respuesta del comensal, cliente o consumidor ante una evaluación de las expectativas previas de un producto y la respuesta después de haber consumido y/o usado dicho producto. Es decir que el cliente es quien evalúa el producto o servicio y de acuerdo a las experiencias previas que él posee y dará su veredicto final, en

resumidas cuentas, si le agrado o no, o si se encuentra satisfecho con el producto o servicio brindado.

**Oh y Park** (1997) Infieren que: “La satisfacción viene a ser un proceso complejo pues abarca no solo el producto y/o servicio sino también otros aspectos como las dinámicas cognitivas, afectivas, otras fisiológicas y psicológicas quizá aún no descubiertas”. (Pág. 59)

**Kotler**. (2009) manifiesta que: “Es el resultado pleno sobre algún producto adquirido o consumido el cual ha cumplido con sus expectativas o ha superado sus expectativas” (pag.40).

### **Características de la satisfacción del cliente:**

**Thompson** (2006) La satisfacción del cliente tiene las siguientes características:

- Se determina desde el punto de vista del cliente no de la organización.
- Se basa en los resultados que el cliente obtiene con el producto o servicio.
- Está basado en las percepciones del cliente, no necesariamente en la realidad.
- Sufre el impacto de las opiniones de otras personas que influyen en el cliente.
- Depende del estado de ánimo del cliente y de sus razonamientos. Rendimiento percibido. Puede ser determinado después de una investigación que comienza y termina en el cliente.

### **Importancia y beneficios de lograr la satisfacción del cliente con respecto a la calidad del servicio:**

**Hurtado** (2017) La importancia de la satisfacción del cliente reside en que un cliente que está conforme con el servicio o producto que le brinde la organización siempre será como un aliado más, es decir que este cliente tendrá la necesidad de volver a adquirir el producto o servicio, tomando en consideración que brindar una calidad de servicio adecuada generará que se atraiga a más clientes, por ende, más ingresos para la organización.

Con respecto a los beneficios la empresa obtendrá lo siguiente:

- Mayor presencia en el mercado
- Clientes fidelizados
- Mayores ingresos
- Notoriedad de imagen empresarial en el mercado

- Atracción de nuevos clientes
- Destaca de la competencia
- Referencias positivas

**Destinonegocios** (2015) recalca que el éxito de un negocio depende de cuan satisfecho se encuentran los clientes. El propósito es que el producto o servicio supere las expectativas del cliente siendo así se tendrá a un cliente feliz, esto conlleva a que su empresa o negocio sea recomendado de tal manera que atraerá a nuevos clientes.

Es importante entender que mantener a un cliente fidelizado es más fácil y económico que atraer a uno nuevo, además los clientes felices y satisfechos suelen volverse embajadores de nuestras marcas pues tienden a recomendar a su círculo de amigos y familiares.

### **¿Cómo lograr la satisfacción?**

**Destinonegocios** (2015) recomienda una serie de consejos para lograr la satisfacción de los clientes, estos son:

- Brindar un producto o servicio de buena calidad
- Brindar una calidad de servicio optima
- Cumplir con lo que ofreces en la publicidad, no emitir publicidad engañosa.
- Brindar una buena atención al cliente, con trato amable, comodidad, rapidez en el servicio, trato personalizado entre otros.
- Ante los reclamos por parte de los clientes se debe dar solución rápida y efectiva.
- Brindar un valor agregado, puede ser adicionar al producto la facilidad y comodidad del servicio de delivery, asesorías y servicio de post venta.
- Evitar discutir con el cliente.
- La atención debe ser oportuna, fácil, rápida y sencilla.
- Brindar ayuda al cliente en todo momento, de manera que su necesidad o requerimiento sea cumplida.

## **Modelo Servqual**

El modelo Servqual es una técnica de investigación comercial, que permite realizar la medición de la calidad del servicio, conocer las expectativas de los clientes, y cómo ellos aprecian el servicio. Este modelo permite analizar aspectos cuantitativos y cualitativos de los clientes.

El modelo Servqual ha sido empleado en diferentes rubros o actividades como en áreas de la salud, mercados, supermercados, restaurantes, educación universitaria, hotelería, telecomunicaciones, entre otros debido a que nos permite conocer la satisfacción del cliente.

Según **Torres, M. & Vasquez, C (2015)** *El modelo SERVQUAL*, fue desarrollado por los investigadores Parasuraman, Berry y Zeithaml en el año 1988 pertenecientes a la escuela americana de marketing, dichos investigadores realizaron un modelo denominado “modelo conceptual de la calidad de servicio fundamentado en la teoría de las brechas” posterior a ello se simplificó el modelo a lo que hoy en día conocemos como modelo SERVQUAL, el cual está basado en 5 dimensiones que constituyen la valoración de la calidad de servicio:

- **Elementos tangibles:** Corresponde a la infraestructura, mecanismos, personal y material informativo que brinda la organización.
- **Capacidad de respuesta:** Corresponde a la predisposición y voluntad para ayudar a los clientes a fin de brindar un servicio eficaz.
- **Fiabilidad:** El compromiso y habilidad de brindar el servicio ofrecido, de forma íntegra y cuidadosa.
- **Empatía:** Corresponde al interés, atención personalizada e individualizada que se presenta para cada cliente.
- **Seguridad:** Es el comportamiento que brinda el personal a los clientes, el trato que le da y la confianza que transmite.

Además, dichos investigadores elaboraron un instrumento de medición el cual posee 44 ítems de los cuales 22 analizan las expectativas de los clientes y los demás permiten determinar las percepciones del servicio brindado. Si los resultados arrojan que las expectativas de los clientes han sido superadas se considera que la calidad de

servicio es excelente en caso de que no, sería considerado como una calidad insuficiente, pero si ambos factores se mantienen en equilibrio el servicio se define como calidad satisfactoria. **Torres, M. & Vásquez, C (2015).**

Para los investigadores **Parasuraman, Berry y Zeithaml (1988)** el modelo SERVQUAL está constituido por dos partes: Las expectativas y la percepción, para ello desarrollaron 44 ítems los cuales 22 están relacionados con las expectativas y 22 están referidos a la percepción.

En caso de las expectativas los ítems permiten conocer al servicio o producto en sí, en caso de los ítems relacionados con la percepción, estos resaltan el servicio que va más allá del producto, es decir se enfoca en todo lo que la empresa le brinda al momento de prestarle u ofrecerle el producto o servicio.

Dichos autores mencionan que el modelo SERVQUAL, brinda una información detallada con respecto a:

- Las opiniones de los clientes sobre el servicio.
- Sugerencias y comentarios de los clientes
- Niveles de desempeño según lo percibido por el cliente.  
Actitudes del personal con respecto a los resultados sobre la expectativa y nivel de satisfacción de los clientes.

La justificación en esta investigación se considera de carácter científico y social.

Justificación Social:

Desde el punto de vista social, la investigación pretende dar a conocer la calidad de servicio y cuan satisfechos se encuentran los clientes del restaurant La Olla Sabrosa, esto permitirá que más comensales tengan seguridad plena en visitar el restaurant debido a que cuenta con una infraestructura adecuada, buen trato por parte del personal, seguridad, higiene entre otros aspectos.

Justificación Científica

La presente tesis se justifica a través de las diferentes fuentes de información empleadas para la realización de dicho proyecto, lo cual permite tener una base

sólida con los enfoques, lineamientos y aportes que contribuyeron de manera significativa en esta investigación, cabe mencionar que el eje principal del presente estudio es la aplicación del modelo Servqual

Por lo que nos planteamos a continuación nuestro problema de investigación:

¿Cómo es la calidad de servicio en el restaurante La olla sabrosa S.A.C., Caraz 2020?

Respecto a la conceptualización y operacionalización de nuestras las variables, pasamos a presentar las siguientes definiciones:

Definición conceptualización de variables

Variable 1: Calidad de servicio:

Feigenbaum (2010) expresa: “La calidad es un sistema que integra diferentes esfuerzos de mejora para la gestión óptima en las empresas u organizaciones para proporcionar y servicios que logren los niveles deseados para la satisfacción del cliente”.

## Definición operacionalización de variables

### Dimensión: Elementos Tangibles

Guzmán, A., & Cárcamo, M. (2014) Menciona que: “Los elementos tangibles son todos aquellos que se encuentran relacionados con los elementos físicos que los comensales perciben en la empresa o institución. Como por ejemplo equipos, personas, infraestructura, objetos de limpieza entre otros”. (Pág. 39)

### Indicador 1: Instalaciones

Martínez, S. (2013) Menciona que es el conjunto de bienes tangibles que posee la organización, así como el espacio físico entre otros. La manera en la que una empresa u organización diseña y distribuye debe ser proyectada de acuerdo al desenvolvimiento de actividades que realiza con el fin de lograr sus objetivos.

### Indicador 2: Apariencia del personal

Según Bonilla, C. (2018) Indica que la apariencia personal o imagen va estrechamente relacionada con la empresa, la apariencia personal juega un rol muy importante debido a que los clientes tienden a visualizar si es personal esta pulcro y los modales que este posee, tenemos que tener en cuenta que no solo es la apariencia, dentro de ella está el tono de voz, las actitudes y el comportamiento, todos estos aspectos contribuyen de manera indirecta a que los clientes tengan credibilidad y confianza con el personal.

### Dimensión: Capacidad de respuesta

Guzmán, A., & Cárcamo, M. (2014) Indican que: “Es la habilidad de responder de manera oportuna y precisa algún requerimiento o demanda por parte del cliente, de buena voluntad y con la rapidez considerada” (Pág. 39).

### Indicador 3: Rapidez en el servicio

Para Arnecke, M. (2017), menciona que: “Los clientes deben de ser atendidos en el menor tiempo posible, brindando siempre un trato respetuoso y cortés, además es importante que den soluciones efectivas y satisfactorias”.

### Indicador 4: Predisposición en ayudar

Según Nicuesa, M. (2016), Definición ABC. Menciona que: “Es la actitud de una persona ante un determinado episodio con el fin de apoyar o ayudar al cliente resolviendo de esta manera sus inquietudes, dudas o requerimientos”.

Dimensión: Fiabilidad

Guzman, A., & Cárcamo, M. (2014), Expresa que: “Es la destreza para responder al servicio de manera confiable y precisa”. (Pág. 39)

Indicador 5: Interés en la solución de problemas

Jiménez, E. (2020), Menciona que “Es la habilidad de buscar posibles soluciones a determinados problemas o situaciones que puedan surgir, prestándole la atención debida y el tiempo necesario, para poder brindar un servicio óptimo”.

Indicador 6: Servicio confiable

Sueiro, G (2012), Indica que “La confiabilidad es fundamental e importante, es la capacidad de lograr realizar una función requerida en un determinado momento cumpliendo con las condiciones establecidas”.

Dimensión: Empatía

Guzman, A., & Cárcamo, M. (2014), “Menciona que es la habilidad de prestar servicio personalizado a los clientes, siendo más asertivos y empáticos con ellos.” (Pág. 39)

Indicador 7: Comunicación

Thompson, I (2008), Sostiene que “Es un medio por el cual nosotros transmitimos o intercambiamos mensajes. Y es relevante que se emplee de forma asertiva, amable y fresca”.

Indicador 8: Atención personalizada

Arturo, K (2013) Señala que la atención personalizada es el trato directo con el trabajador y los clientes, es saber entender y comprender las necesidades o requerimientos de estos; es importante brindar una atención amable, los clientes se sienten a gusto cuando son valorados y respetados muchas veces los clientes prefieren ir a un lugar donde el trato sea amigable y respetuoso.

Dimensión: Seguridad

Guzman, A., & Cárcamo, M. (2014), expresan que: “Es la capacidad de transmitir confianza y seguridad a los comensales brindando servicios o productos garantizados”. (Pág. 39)

Indicador 9: Personal transmite confianza

Rock Content (2019), Según el portal: “La confianza es un punto clave e importante, las empresas hoy en día tienen que brindar un buen servicio, y lograr transmitir tranquilidad, confianza y credibilidad sobre un producto o servicio”.

Indicador 10 Clientes seguros con el servicio de comida

Silva, E (2018) Los clientes hoy en día están más informados, y lo que se debe primar es que si ofreces un determinado producto o servicio es importante que lo cumplas tal y como lo indicaste, en el menor tiempo posible, pero con una atención eficaz.

Indicador 11: Trato brindado

IFP (2019) Menciona que el trato que se brinde hacia los clientes debe ser bueno, amable, atento y servicial. La actitud del trabajador hacia los clientes debe cumplir con esos aspectos debido a que no solo se califica al producto o servicio en sí, sino que va más allá por ende se debe tomar en cuenta que las empresas pierden o ganan clientes principalmente por el trato que les brindan.

**Matriz de Operacionalización de la variable (Calidad de servicio)**

VARIABLE	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS
CALIDAD DE SERVICIO	La calidad es un sistema que integra diferentes esfuerzos de mejora para la gestión optima en las empresas u organizaciones para proporcionar y servicios que logren los niveles deseados para la satisfacción del cliente. (Feigenbaum, 2010)	La calidad del servicio en el Restaurant La Olla Sabrosa es el grado de esfuerzos deseables que emplean para alcanzar la satisfacción de sus clientes.	Elementos Tangibles	Instalaciones	¿Cómo se siente usted con las instalaciones y equipos que posee el restaurant?  ¿Cómo se siente usted con respecto a la limpieza del restaurant?
				Apariencia del personal	¿Se siente satisfecho con la apariencia pulcra del personal?  ¿Se siente satisfecho con la amabilidad y cortesía que muestra el personal?
			Capacidad de respuesta	Rapidez en el servicio	¿Cómo se siente usted con la rapidez y eficiencia con la que lo atiende el personal del restaurant?  ¿Cómo se siente usted con el tiempo de espera y la información que brinda el personal sobre los potajes?

				Predisposición en ayudar	¿Cómo se siente usted con la predisposición que muestra el personal para ayudarlo en lo que necesite?
			Fiabilidad	Interés en la solución de problemas	¿Cómo se siente usted cuando el personal resuelve sus inquietudes o problemas?
				Servicio confiable	¿Cómo se siente usted con los insumos que utiliza el restaurant para la preparación de los platos?  ¿Cómo se siente usted ante el comportamiento seguro y confiable que muestra el personal ante una determinada situación?
				Comunicación	¿Se siente satisfecho con la información que le brinda el personal?

			Empatía		¿Se siente satisfecho con el trato cordial que le brinda el personal?
				Atención personalizada	<p>¿Cómo se siente usted con la atención personalizada que les brinda el restaurant con respecto a las comidas?</p> <p>¿Le gusta personalizar los platos que brinda el restaurant?</p> <p>¿Cómo se siente usted con la sazón de los potajes del restaurant?</p>
			Seguridad	Personal transmite confianza	¿Se siente usted satisfecho con los trabajadores que laboran dentro del establecimiento?
				Clientes seguros con el servicio de comida	<p>¿Usted se siente seguro con el servicio de comida que brinda el restaurant?</p> <p>¿Se siente seguro usted al consumir los platos que ofrece el restaurant?</p>
					¿Cómo se siente usted con el trato amable, cortes y respetuoso que el personal le brinda?

				Trato brindado	¿Cómo se siente con el trato que le brinda el restaurant?
--	--	--	--	----------------	---

Fuente: Elaboración propia.

En cuanto a la hipótesis, es la siguiente: Se ha creído conveniente no formular hipótesis, en razón que se trata de un estudio descriptivo que va a permitir describir el comportamiento de la variable de estudio (Hernández, Fernández y Baptista, 2010).

Los objetivos del presente estudio fueron los siguientes

Objetivo general:

Describir la calidad de servicio en el Restaurant La olla sabrosa S.A.C., Caraz 2020.

Objetivos específicos:

Determinar las características de los elementos tangibles del Restaurant La Olla Sabrosa.

Examinar las características de la capacidad de respuesta del personal hacia los clientes del Restaurant La Olla sabrosa.

Especificar las características de la fiabilidad que tiene el Restaurant La Olla Sabrosa

Examinar las características de empatía del personal del Restaurant La Olla Sabrosa.

Especificar las características de la seguridad que hay en el Restaurant La Olla Sabrosa.

## **2. METODOLOGÍA**

Tipo y diseño de investigación

TIPO:

Según Hernández, Fernández y Baptista (2010), el tipo de investigación fue descriptiva, ya que buscó especificar características y rasgos

importantes de la variable de estudio. Debido a que el objetivo de esta investigación es determinar la calidad de servicio en el Restaurant La olla sabrosa S.A.C., Caraz 2020.

#### DISEÑO:

Con respecto al diseño, fue una investigación no experimental, de diseño transversal, ya que se efectuó en un solo y único momento la recolección de datos (Hernández, Fernández y Baptista, 2010, pág. 151).

#### Población, muestra y muestreo

##### POBLACIÓN:

La población está comprendida en todos los clientes que vienen al restaurant a consumir. Se considera que la población del distrito de Caraz está constituida por 26,936 habitantes hasta la fecha 2020.

##### MUESTRA:

En relación a que la población no es exacta, se toma en consideración la tabla de Fisher Colton, teniendo en consideración que al restaurant acuden un promedio de 60 a 70 personas al día durante el mes la población es un aproximado de 26,936, se emplea un margen de error del  $\pm 10\%$ , según la tabla de Fisher Colton la muestra viene a ser 100 clientes.

DISTRITO	USUARIOS	TOTAL
CARAZ	26,936	100

## **Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

TÉCNICA: La encuesta.

Instrumento: El cuestionario.

TÉCNICAS:

Se utilizó una encuesta cuya estructura está diseñada para recolectar datos de los elementos de estudio.

INSTRUMENTOS:

Se utilizó un cuestionario con preguntas, debidamente estructurada cuyas preguntas se enfocaron en recabar información necesaria para el análisis de las variables de estudio.

CRITERIO DE VALIDEZ Y CONFIABILIDAD:

Para su validación se recurrió al “Juicio de Expertos” quienes aprobaron el instrumento para su aplicación, para determinar la confiabilidad del instrumento se aplicó la prueba de Alfa de Cron Bach, siendo la garantía de 0.8663, el cual indica que es confiable y apto para su ejecución.

### **Procesamiento y análisis de la investigación**

Los datos que se obtuvieron a través de un cuestionario que fue aplicada a toda la muestra de estudio, fueron procesados y analizados. Los resultados de ese proceso fueron tabulados, analizados e interpretados mediante tablas y figuras debidamente ordenados mediante el programa Microsoft Excel.

Las conclusiones y recomendaciones fueron obtenidas después de analizar las tablas y figuras.

### 3. RESULTADOS

*Tabla 1.*

**Características de los elementos tangibles del Restaurant La Olla Sabrosa de Caraz, 2020.**

Características de los elementos tangibles	Satisfecho/a		Ni satisfecho/a ni insatisfecho/a		Insatisfecho/a		Total	
	F	%	f	%	f	%	f	%
¿Cómo se siente usted con las instalaciones y equipos que posee el restaurant?	78	78,0%	21	21,0%	1	1,0%	100	100%
¿Cómo se siente usted con respecto a la limpieza del restaurant?	75	75,0%	24	24,0%	1	1,0%	100	100%
¿Se siente satisfecho con la apariencia pulcra del personal?	83	83,0%	14	14,0%	3	3,0%	100	100%
¿Se siente satisfecho con la amabilidad y cortesía que muestra el personal?	78	78,0%	19	19,0%	3	3,0%	100	100%

*Fuente: Cuestionario sobre calidad del servicio aplicado a 100 clientes del Restaurant La Olla Sabrosa de Caraz, 2020.*

**Descripción:** La tabla 1 muestra que la mayoría de clientes del Restaurant La Olla Sabrosa de Caraz considera estar satisfecho con las instalaciones y equipos que posee el restaurant (78,0%), con la limpieza del restaurant (75,0%) y con la apariencia pulcra del personal (83,0%).

**Objetivo específico 2: Examinar las características de la capacidad de respuesta del personal hacia los clientes del Restaurant La Olla sabrosa de Caraz, 2020.**

**Tabla 2.**

**Características de la capacidad de respuesta del personal hacia los clientes del Restaurant La Olla sabrosa de Caraz, 2020.**

Características de la capacidad de respuesta del personal	Satisfecho/a		Ni satisfecho/a ni insatisfecho/a		Insatisfecho/a		Total	
	F	%	f	%	f	%	f	%
¿Cómo se siente usted con la rapidez y eficiencia con la que lo atiende el personal del restaurant?	64	64,0%	27	27,0%	9	9,0%	100	100%
¿Cómo se siente usted con el tiempo de espera y la información que brinda el personal sobre los potajes?	59	59,0%	29	29,0%	12	12,0%	100	100%
¿Cómo se siente usted con la predisposición que muestra el personal para ayudarlo en lo que necesite?	52	52,0%	39	39,0%	9	9,0%	100	100%

*Fuente: Cuestionario sobre calidad del servicio aplicado a 100 clientes del Restaurant La Olla Sabrosa de Caraz, 2020.*

**Descripción:** La tabla 2 muestra que la mayoría de clientes del Restaurant La Olla Sabrosa de Caraz considera estar satisfecho con la rapidez y eficiencia con a que labora el personal del restaurant (64,0%), tiempo de espera e información que brinda el personal (59,0%), predisposición para ayudar al cliente, (52,0%).

**Objetivo específico 3: Especificar las características de la fiabilidad que tiene el Restaurant La Olla sabrosa de Caraz, 2020.**

**Tabla 3.**

**Características de la fiabilidad que tiene el Restaurant La Olla sabrosa de Caraz, 2020.**

Características de la fiabilidad	Satisfecho/a		Ni satisfecho/a ni insatisfecho/a		Insatisfecho/a		Total	
	F	%	f	%	f	%	f	%
¿Cómo se siente usted cuando el personal resuelve sus inquietudes o problemas?	54	54,0%	42	42,0%	4	4,0%	100	100%
¿Cómo se siente usted con los insumos que utiliza el restaurant para la preparación de los platos?	62	62,0%	36	36,0%	2	2,0%	100	100%
¿Cómo se siente usted ante el comportamiento seguro y confiable que muestra el personal ante una determinada situación?	61	61,0%	37	37,0%	2	2,0%	100	100%

*Fuente: Cuestionario sobre calidad del servicio aplicado a 100 clientes del Restaurant La Olla Sabrosa de Caraz, 2020.*

**Descripción:** La tabla 3 muestra que la mayoría de clientes del Restaurant La Olla Sabrosa de Caraz considera estar satisfecho con la capacidad que tiene el personal para resolver inquietudes o problemas (54,0%), los insumos que utiliza el restaurant para la preparación de los platos (62,0%) y con respecto al comportamiento seguro y confiable (61,0%).

**Objetivo específico 4: Examinar las características de empatía del personal del Restaurant La Olla sabrosa de Caraz, 2020.**

**Tabla 4.**

**Características de empatía del personal del Restaurant La Olla sabrosa de Caraz, 2020.**

Características de empatía	Satisfecho/a		Ni satisfecho/a ni insatisfecho/a		Insatisfecho/a		Total	
	F	%	f	%	f	%	f	%
¿Se siente satisfecho con la información que le brinda el personal?	61	61,0%	34	34,0%	5	5,0%	100	100%
¿Se siente satisfecho con el trato cordial que le brinda el personal?	70	70,0%	28	28,0%	2	2,0%	100	100%
¿Cómo se siente usted con la atención personalizada que les brinda el restaurant con respecto a las comidas?	69	69,0%	30	30,0%	1	1,0%	100	100%
¿Le gusta personalizar los platos que brinda el restaurant?	63	63,0%	36	36,0%	1	1,0%	100	100%
¿Cómo se siente usted con la sazón de los potajes del restaurant?	63	63,0%	35	35,0%	2	2,0%	100	100%

*Fuente: Cuestionario sobre calidad del servicio aplicado a 100 clientes del Restaurant La Olla Sabrosa de Caraz, 2020.*

**Descripción:** La tabla 4 muestra que la mayoría de clientes del Restaurant La Olla Sabrosa de Caraz considera estar satisfecho con la información que brinda el personal (61,0%), el trato cordial que brinda el personal (70,0%), la atención personalizada con respecto a las comidas (69,0%), con la personalización que brinda el restaurant (63,0%) y con la sazón de los potajes (63,0%).

**Objetivo específico 5: Especificar las características de la seguridad que hay en el Restaurant La Olla sabrosa de Caraz, 2020.**

**Tabla 5.**

**Características de la seguridad que hay en el Restaurant La Olla sabrosa de Caraz, 2020.**

Características de la seguridad	Satisfecho/a		Ni satisfecho/a ni insatisfecho/a		Insatisfecho/a		Total	
	F	%	f	%	f	%	f	%
¿Se siente usted satisfecho con los trabajadores que laboran dentro del establecimiento?	61	61,0%	34	34,0%	5	5,0%	100	100%
¿Usted se siente seguro con el servicio de comida que brinda el restaurant?	70	70,0%	28	28,0%	2	2,0%	100	100%
¿Se siente seguro usted al consumir los platos que ofrece el restaurant?	69	69,0%	30	30,0%	1	1,0%	100	100%
¿Cómo se siente usted con el trato amable, cortés y respetuoso que el personal le brinda?	63	63,0%	36	36,0%	1	1,0%	100	100%
¿Cómo se siente con el trato que le brinda el restaurant?	63	63,0%	35	35,0%	2	2,0%	100	100%

*Fuente: Cuestionario sobre calidad del servicio aplicado a 100 clientes del Restaurant La Olla Sabrosa de Caraz, 2020.*

**Descripción:** La tabla 5 muestra que la mayoría de clientes del Restaurant La Olla Sabrosa de Caraz considera estar satisfecho con los trabajadores que laboran dentro del restaurant (61,0%), seguro con el servicio de comida (70,0%), seguridad al consumir los platos (69,0%), trato amable, cortés y respetuoso del personal (63,0%) y trato que brinda el restaurant (63,0%).

**Del objetivo general:**

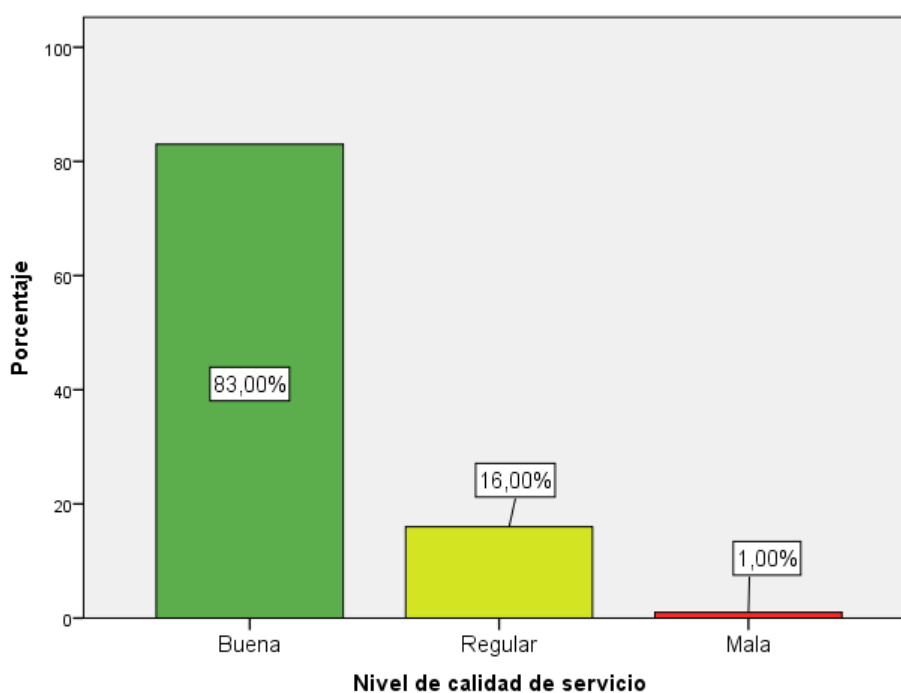
**Describir la calidad de servicio en el Restaurant La olla sabrosa S.A.C., de Caraz, 2020.**

**Tabla 6.**

**Calidad de servicio en el Restaurant La olla sabrosa S.A.C., de Caraz, 2020.**

		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
Válidos	Buena	83	83,0%	83,0%
	Regular	16	16,0%	99,0%
	Mala	1	1,0%	100,0%
	<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>100,0%</b>	

Fuente: Cuestionario sobre calidad del servicio aplicado a 100 clientes del Restaurant La Olla Sabrosa de Caraz, 2020.



**Figura 1. Calidad de servicio en el Restaurant La olla sabrosa S.A.C., de Caraz, 2020.**

Fuente: Tabla 6.

**Descripción:** La tabla 6 y figura 1 muestra que el 83% de clientes consideró que la calidad de servicio del Restaurant La olla sabrosa de Caraz es “buena”, mientras que el 16% consideró que es “regular” y sólo el 1% consideró que es “mala”.

#### 4. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN

La presente investigación buscó Describir la calidad de servicio en el Restaurant La olla sabrosa S.A.C., Caraz 2020, para ello se utilizó el modelo Servqual desarrollando una serie de características en cada una de las dimensiones como elementos tangibles, capacidad de respuesta, fiabilidad, empatía y seguridad, posterior a ello se precedió a realizar la encuesta mediante el índice de la tabla Fisher Colton, puesto que los datos no mostraron distribución normal. Los resultados obtenidos son aplicables exclusivamente para la organización en estudio y de ninguna manera pueden ser generalizados para otros contextos, lo que sí es posible generalizar es la metodología que se ha utilizado y los instrumentos aplicados, que pueden ser empleados en otras investigaciones similares.

En la tabla 21 En general los clientes están satisfechos con las instalaciones y equipos que posee el restaurant (78,0%), con la limpieza del restaurant (75,0%) y con la apariencia pulcra del personal (83,0%).

Esto concuerda con lo mencionado con **Jireh, Y.** (2018) quien señala que los clientes perciben la calidad de los servicios a través de las condiciones y características que brindan los restaurantes o centros de comida es decir si ven que el restaurant tiene una infraestructura interna y externa aceptable, amigable o atrayente, ellos deducirán que la atención será tal como se muestra, aunque muchas veces no sea exactamente igual.

De la misma manera los resultados coinciden con lo mencionado por **Guzmán, A., & Cárcamo, M.** (2014) donde sustentan que los elementos tangibles son todo aquello que se puede apreciar físicamente por los consumidores todo ello tales como instalaciones, equipos, infraestructura entre otros, lo que permite deducir que en relación a los elementos tangibles existe una considerable percepción de aceptación por parte de los consumidores del Restaurante La Olla Sabrosa la apariencia pulcra del personal (83,0%) lo que contribuirá en la calidad de servicio y posterior ingresos económicos a la empresa en estudio, debido al compromiso de los gestores en haber efectuado las inversiones y compromiso en mejorar los elementos tangibles vinculados al restaurante.

En los resultados que se obtiene se llega a comprobar que, tabla 22 Los clientes están satisfechos con la rapidez y eficiencia del personal (64,0%), tiempo de espera (59,0%), predisposición para ayudar al cliente, (52,0%).

Esto corrobora la afirmación de **Rivera, S.** (2019), quien indica que, para mantener la fidelidad y relación a largo plazo con los clientes, estos deberán estar satisfechos con el producto y servicio por ende la empresa deberá trabajar con una orientación enfocada a la atención del cliente, calidad y cultura de servicio.

Esto coincide con **Guzmán, A., & Cárcamo, M.** (2014) quien indica que es la destreza de contestar de una manera rápida y eficiente los requerimientos que pide el consumidor para de esta manera sentirse satisfecho con la calidad de respuesta. Ahora bien, en relación a la organización se permite inferir que con respecto a capacidad de respuesta existe una considerable respuesta de aceptación por parte de los clientes del restaurant la olla sabrosa, esto conllevará a que la calidad de servicio sea más productiva y de esta manera poder lucrar de una manera más productiva en el mercado competitivo.

Por otro lado, en relación a los resultados obtenidos, la tabla 23 Generalmente los clientes están satisfechos con la capacidad del personal para resolver problemas (54,0%), los insumos que utiliza el restaurant (62,0%) y al comportamiento seguro y confiable (61,0%).

Según **López, D.** (2018), quien puntualiza que después de haber conocido los hallazgos primordiales favorables la organización, plantea programas de capacitación y de calidad orientados al personal de servicio, todo esto con la finalidad de crear una ventaja competitiva y seguir satisfaciendo dentro de la organización.

Para **Guzmán, A., & Cárcamo, M.** (2014) quienes sustentan que la fiabilidad es la destreza del trabajador para responder al servicio de manera confiable y precisa, lo que permite inferir que en relación a fiabilidad existe una importante aceptación por parte de los cliente del restaurant la olla sabrosa S.A.C., Caraz, esto contribuirá en la calidad del servicio con respecto a brindar un servicio confiable y tener la capacidad para poder solucionar problemas dentro de la organización y de esta manera obtener una ventaja competitiva en el mercado laboral.

Ahora bien, con respecto a los resultados obtenidos, la tabla 24. En general los clientes están satisfechos con la información que brinda el personal (61,0%), el trato cordial (70,0%), la atención personalizada de las comidas (69,0%), con la personalización que brinda el restaurant (63,0%) y con la sazón de los potajes (63,0%).

Según **Castañeda, Y.** (2019), quien señala que brindar un buen servicio abre puertas en el mercado competitivo, si los clientes te califican como confiable, seguro, de infraestructura atractiva y buena sazón se atraerá a más comensales y de esta manera tú imagen se acrecentará en el mercado.

Estos resultados concuerdan con **Guzmán, A., & Cárcamo, M.** (2014) quienes afirman que la empatía es la habilidad de brindar servicio personalizado a los consumidores, siendo más asertivos y empáticos con ellos, lo que nos permite analizar y señalar que los comensales del restaurant La olla sabrosa están satisfechos con la empatía por parte de los trabajadores que laboran en dicha organización y así mismo decir que eso contribuye en la calidad del servicio y posteriormente brindara mayor clientela y por consiguiente mayores ingresos dentro del mercado competitivo.

Con respecto a los resultados obtenidos, la tabla 25. Señala que los clientes consideran estar satisfechos con los trabajadores del restaurant (61,0%), seguro con el servicio de comida (70,0%), seguridad al consumir los platos (69,0%), trato amable del personal (63,0%) y trato que brinda el restaurant (63,0%).

Según **Gonzales & Huanca** (2018), quien contradice lo expuesto, menciona que en la actualidad la calidad de servicio se ha formado esencialmente por los clientes debido a que buscan valor agregado o un plus que pueda satisfacer sus necesidades, es por ello que las empresas deben mejorar sus estrategias para con los clientes que cada vez se vuelven más exigentes, lo que permite deducir que la dimensión de seguridad evidencia una contradicción con el informe final de dichos autores.

Esto coincide con **Guzmán, A., & Cárcamo, M.** (2014) quienes sostienen que la dimensión de seguridad es la capacidad de transmitir confianza y certeza a los consumidores brindando servicios o productos garantizados y en buen estado para de esta manera generar una seguridad eficiente en el cliente, lo que permite demostrar que en el trabajo desarrollado mostró porcentajes positivos de percepción por parte de los consumidores del restaurant La olla sabrosa en relación a una actitud muy eficiente y

positiva a la dimensión de Seguridad, esto permitiendo confirmar que el desempeño del servicio prometido es de manera confiable.

## 5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### CONCLUSIONES

Con respecto a los objetivos de estudio y en concordancia con el análisis y discusión de los resultados obtenidos, se infieren y señalan las siguientes conclusiones.

**OBJETIVO GENERAL:** Después de analizados los resultados se puede concluir que la presente investigación permitió describir la calidad de servicio que brinda el restaurant la olla sabrosa en la ciudad de Caraz como es el trato que brindan, la seguridad que transmiten, la capacidad de respuesta que tienen hacia el consumidor entre otros lo que se comprobó que un 83% de los comensales encuestados consideran que la calidad de servicio es buena, mientras un 16% considera que es regular y solo el 1% manifiesta que es mala.

- **OBJETIVO 01:** En relación a los elementos tangibles existe una considerable percepción de aceptación por parte de los consumidores del Restaurante La Olla Sabrosa en un 78% de los clientes satisfechos en relación a las instalaciones y equipos, lo que contribuyó a mejorar en la calidad de servicio y posteriores ingresos económicos a la empresa en estudio, debido al compromiso de los gestores en haber efectuado las inversiones y compromiso en mejorar los elementos tangibles.
- **OBJETIVO 02:** Con respecto a la capacidad de respuesta existe una considerable aceptación por parte de los clientes del restaurant la olla sabrosa en un 64% de los clientes están satisfechos en relación a rapidez, eficiencia y predisposición en ayudar al consumidor, mientras que un 27% no se encuentra ni satisfecho ni insatisfecho, y un 9% está insatisfecho. esto conllevó a que la gerencia analice la calidad de servicio con respecto esta dimensión para mejorar y de esta manera pueda obtener un mayor porcentaje de clientes satisfechos, debido a la gestión de calidad por parte de la administración
- **OBJETIVO 03:** En cuanto a fiabilidad existe una importante aceptación por parte de los cliente del restaurant la olla sabrosa S.A.C., Caraz, los clientes se encuentran complacidos en un 62% en relación a los insumos que utiliza el restaurant para la preparación de los platos, esto contribuyó en la calidad del servicio con respecto a brindar un servicio confiable y tener la capacidad para poder solucionar problemas

dentro de la organización y de esta manera obtener una ventaja competitiva en el mercado laboral.

- OBJETIVO 04: En relación a la empatía se tiene una considerable aprobación por parte de los consumidores del restaurant la olla sabrosa S.A.C., Caraz, los clientes se encuentran satisfechos en un 70% con respecto al trato cordial, la información que se brinda al consumidor y el servicio personalizado acerca de los platos, , lo que nos permitió analizar y señalar que los comensales del restaurant están satisfechos con la empatía por parte de los trabajadores que laboran en dicha organización y así mismo decir que eso contribuyó en la calidad del servicio y posteriormente brindara mayor clientela y por consiguiente mayores ingresos dentro del mercado competitivo.
- OBJETIVO 05: En cuanto a seguridad del servicio se mantiene una importante aceptación por parte de los clientes del restaurant la olla sabrosa S.A.C., Caraz, los consumidores se encuentran satisfechos en un 70% con respecto a la seguridad en el servicio de comida, lo que permitió demostrar que en el trabajo desarrollado mostró porcentajes positivos de percepción por parte de los clientes en relación a una actitud muy eficiente y positiva a la dimensión de Seguridad, esto permitiendo confirmar que el desempeño del servicio prometido es de manera confiable.

## 6. RECOMENDACIONES:

**OBJETIVO GENERAL:** En términos generales se recomienda al Restaurant la Olla Sabrosa, capacitar de manera constante al personal sobre el trato, confianza, la seguridad, además de tratar de conservar y mantener sus instalaciones por otro lado emplear nuevas estrategias para captar clientes.

- **OBJETIVO 01:** Se recomienda elaborar y ejecutar un plan de mantenimiento preventivo para preservar las instalaciones tangibles del Restaurante La Olla Sabrosa, y utilizar esta fortaleza a fin de publicitar el restaurante ante los consumidores.
- **OBJETIVO 02:** Se recomienda elaborar y ejecutar un plan de calidad de servicio (en la que se incluya capacitaciones al personal para poder instruirlos entre otras, por parte de la administración para obtener mejora continua en la prestación de servicios en el restaurante y de esta manera ser más eficiente y productivo.
- **OBJETIVO 03:** Se recomienda que el gerente brinde mayor comunicación a sus trabajadores e informe de manera adecuada y permanente sobre los insumos que se utilizan, para de esta manera estos puedan informar a los consumidores de manera asertiva y oportuna sobre cualquier duda o preocupación que ellos puedan tener con respecto a la calidad de los productos, y de este modo se pueda generar mayor confianza entre cliente y empresa.
- **OBJETIVO 04:** Se recomienda a los gestores del restaurant la olla sabrosa seguir trabajando en cuanto a esta dimensión para poder mantener ese trato cordial y amable por parte del trabajador hacia los consumidores, así mismo crear programas de capacitación con respecto a empatía para poder llegar al porcentaje más alto y de esta manera obtener una excelente calidad de servicio.
- **OBJETIVO 05:** Se recomienda mantener y mejorar de manera continua la seguridad con respecto a la calidad de servicio al cliente, es decir que el personal debe estar debidamente capacitado para atender a los clientes siempre mostrando cortesía, educación, amabilidad, además de informar de manera oportuna sobre los productos para generar mayor seguridad en los clientes.

## 7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arnecke, M. (2017). Satisfacción del cliente, más que rapidez efectividad. Recuperado de: <https://www.americaeconomia.com/analisis-opinion/satisfaccion-del-cliente-mas-que-rapidez-efectividad>
- Arturo, K. (2013) Claves en el servicio al cliente: La atención rápida. Recuperado de: <https://www.crecenegocios.com/claves-en-el-servicio-al-cliente-la-rapida-atencion/>
- Arturo, K (2013). Claves en el servicio al cliente: La atención personalizada. Recuperado de: <https://www.crecenegocios.com/claves-en-el-servicio-al-cliente-la-atencion-personalizada/>
- Bonilla, C. (2018) La apariencia personal, importante código de comunicación. Recuperado de: <https://www.merca20.com/la-apariencia-personal-importante-codigo-de-comunicacion/>
- Castañeda, Y. (2019) Calidad de servicios para mejorar la satisfacción del cliente en el restaurante “El Cántaro” Lambayeque 2017. Recuperado de: <http://repositorio.unprg.edu.pe/bitstream/handle/UNPRG/5984/BC-1584%20CASTA%C3%91EDA%20VASQUEZ.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Cuatrecasas & Gonzales (2017) Gestión integral de la calidad, implantación, control, certificación. Profit Editorial. Barcelona, España
- Dávila, K & Flores, M. (2017). “Evaluación de la calidad del servicio en el restaurante turístico el Cántaro E.I.R.L. de Lambayeque”. Tesis para optar el título de licenciado en administración de empresas. Recuperado de: [http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/848/1/TL\\_DavilaTorresKaren\\_FloresDiazMeliza.pdf](http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/848/1/TL_DavilaTorresKaren_FloresDiazMeliza.pdf)
- Feigenbaum, A.(2010) La satisfacción del cliente y su importancia para la empresa. Recuperado de: [https://calidad-gestion.com.ar/boletin/edicion\\_65.html](https://calidad-gestion.com.ar/boletin/edicion_65.html)

- Gonzales, L y Huanca, E. (2018) “La calidad del servicio y su relación con la satisfacción de los consumidores de restaurantes de pollos a la brasa de Mariano Melgar, Arequipa 2018”. Tesis para optar el título profesional de Licenciado en Administración y Marketing. Universidad Tecnológica del Perú. Recuperado de: [http://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/UTP/3031/1/Lucero%20Gonzales\\_Elena%20Huanca\\_Tesis\\_Titulo%20Profesional\\_Titulo%20Profesional\\_2020.pdf](http://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/UTP/3031/1/Lucero%20Gonzales_Elena%20Huanca_Tesis_Titulo%20Profesional_Titulo%20Profesional_2020.pdf)
- Guzman,A., & Cárcamo, M. (2014). La evaluación de a calidad en el servicio: Caso de estudio “Restaurant Familiar los Fresnos”. Recuperado de: [http://www.actauniversitaria.ugto.mx/index.php/acta/article/download/503/pdf\\_7](http://www.actauniversitaria.ugto.mx/index.php/acta/article/download/503/pdf_7)
- Hernández, R, Fernández, C., & Baptista, P. (2010). Metodología de la Investigación. 5° ed. México D.F.: McGraw – Hill S.A
- Horovitz, J.(1991). La Calidad de servicio. McGraw-Hill. España.
- Howard & Sheth (1969). The theory of buyer behavior. Nueva York: Wiley and Sons.
- IFP (2019). La importancia de una buena atención al cliente. Recuperado de: <https://www.ifp.es/blog/la-importancia-una-buena-atencion-al-cliente#:~:text=Un%20trato%20cordial%2C%20educado%2C%20resolutivo,que%20nos%20vuelvan%20a%20comprar.>
- Jiménez, E. (2020). Solución de problemas, proceso paso a paso, la toma de decisiones y su relevancia. Recuperado de: <https://www.gestiopolis.com/solucion-de-problemas-y-toma-de-decisiones/>
- Jireh, Y. (2018) Calidad de los servicios y satisfacción del cliente en el restaurante Pizza Burger Dinner, Ubicado en la cabecera del Departamento de Zacapa, Guatemala 2018. Para obtener el grado de Licenciado en Mercadotecnia. Universidad Rafael Landívar, Guatemala. Recuperado de: <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesisjrkd/2018/01/04/DelCid-Yasser.pdf>
- Kotler, P. (2009) Dirección de Mercadotecnia, 8va.Mexico: Edición: Cultura Colectiva.

- López, D. (2018) “Calidad del Servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante Racha’s de la ciudad de Guayaquil”. Para optar el grado académico de Magister en Administración de Empresas. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Recuperado de: <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/9867/1/T-UCSG-POS-MAE-160.pdf>
- Martínez, S. (2013). Distribución de las instalaciones y capacidad productiva en la empresa. Recuperado de: <https://www.gestiopolis.com/distribucion-de-las-instalaciones-y-capacidad-productiva-en-la-empresa/>
- Muller,E. (1999). Cultura de calidad de servicio. Editorial Trilla. México.
- Nicuesa, M. (2016) Definición de predisposición en ayudar. Recuperado de: <https://www.definicionabc.com/social/predisposicion.php#:~:text=La%20predisposici%C3%B3n%20es%20la%20actitud,en%20un%20objetivo%20en%20concreto>
- Oh, H. & Park, S. (1997) Customer satisfaction and quality a critical review of the literature and research implications for the hospitality industry, Hospitality Research journal, 20, 35-64. Recuperado de: <https://bib.irb.hr/datoteka/397335.PAP039.pdf>
- Petracsi, M. (2008) La medición de la calidad y la satisfacción del ciudadano-usuario de servicios públicos privatizados. Instituto Nacional de la Administración Pública. Buenos Aires.
- Rivera, S. (2019). La calidad del servicio y la satisfacción de los clientes de la empresa Greenandes Ecuador. Para optar el grado de Magister en Administración de Empresas. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Ecuador. Recuperado de: <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/12117>
- Rock Content. (2019). ¿Cómo hacer para que los clientes confíen en tu marca? 8 tips para establecer confianza y credibilidad para tu empresa. Recuperado de: <https://rockcontent.com/es/blog/credibilidad-de-marca/>

- Silva, E. (2018). Las mejores maneras de traer a los clientes a tu restaurante. Recuperado de: <https://marketingastronomico.com/las-3-mejores-maneras-de-atraer-clientes-a-tu-restaurante/>
- Sueiro, G. (2012). ¿Qué es la confiabilidad? Recuperado de: <https://avdiaz.files.wordpress.com/2012/06/calidad-y-confiabilidad.pdf>
- Torres, M. y Vásquez, C. (2015) Modelos de la evaluación de la calidad de servicio: Caracterización y análisis. Recuperado de: [http://www.ucla.edu.ve/dac/compendium/revista35/compendium\\_35\\_2015\\_4.pdf](http://www.ucla.edu.ve/dac/compendium/revista35/compendium_35_2015_4.pdf)
- Thompson, I. (2006) La satisfacción del cliente. Recuperado de: <https://www.promonegocios.net/clientes/satisfaccion-cliente.html>
- Thompson, I (2008). Definición de comunicación. Recuperado de: <https://www.promonegocios.net/comunicacion/definicion-comunicacion.html#:~:text=Definici%C3%B3n%20de%20Comunicaci%C3%B3n%2C%20seg%C3%BAn%20diversos%20autores%3A&text=Para%20Lamb%2C%20Hair%20y%20McDaniel,intercambio%20de%20informaci%C3%B3n%20entre%20personas>

## **AGRADECIMIENTO:**

La universidad me vio crecer como profesional, llegar a concluir este peldaño es apenas el comienzo de un futuro por venir y lo aprendido quedara en mí siempre. Empleare todo lo aprendido en mi vida profesional cotidiana y no me cansare de superarme y luchas por mis ambiciones. Si hay algo que aprendí es a no rendirme y esforzarme mucho para cumplir mis metas.

Ante todo, agradezco a DIOS por la vida y la salud, a mí querida madre por agotar todas sus fuerzas para hacer de mí un gran profesional mientras estuvo en vida y hoy en día por derramar su bendición hacia mi persona desde la eternidad, a mi padre y familia por estar ahí confiando en mí y seguir apoyándome. A ti compañera de vida (mi pareja) por estar en los momentos más difíciles siempre dándome fuerzas para jamás rendirme y seguir por el camino del éxito. Seguiré superándome en mi vida profesional para lograr lo que tanto anhelo y ser el orgullo de mi madre y todas las personas que depositan su confianza en mí.

## **ANEXOS Y APÉNDICE**

## **ANEXO N° 01: Cuestionario**



**UNIVERSIDAD SAN PEDRO**

**Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas**

**Programa de estudios de Administración**

### **CUESTIONARIO**

Estoy realizando una investigación científica referente a la Calidad de servicio en el Restaurant La Olla Sabrosa S.A.C., Caraz 2021. Desde ya agradezco su colaboración al brindarme la información correcta y necesaria, respondiendo de forma clara y sincera la presente encuesta.

#### **I PARTE**

En esta primera parte de la encuesta, le presentamos un conjunto de preguntas acerca de usted. Por favor, marque con una (X) el número o la alternativa que considere correcta en cada una de ellas.

#### **Genero:**

Masculino

Femenino

#### **Edad:**

18 – 28 años

29 – 38 años

39 – 48 años

49 - 58 años

Más de 58 años

#### **II PARTE**

A continuación, se presentan un conjunto de preguntas referidas a la calidad de servicio; seguido de una escala de valoración de esta variable de estudio. Por favor, marque con una (X) la alternativa que concuerde con su opinión en cada caso.

**Escala de valoración**

<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>
• Satisfecho/a	• Ni satisfecho/a ni insatisfecho/a	• Insatisfecho/a

<b>Ítems de la variable Calidad de Servicio</b>	1	2	3
1. ¿Cómo se siente usted con las instalaciones y equipos que posee el restaurant?			
2. ¿Cómo se siente usted con respecto a la limpieza del restaurant?			
3. ¿Se siente satisfecho con la apariencia pulcra del personal?			
4. ¿Se siente satisfecho con la amabilidad y cortesía que muestra el personal?			
5. ¿Cómo se siente usted con la rapidez y eficiencia con la que lo atiende el personal del restaurant?			
6. ¿Cómo se siente usted con el tiempo de espera y la información que brinda el personal sobre los potajes?			
7. ¿Cómo se siente usted con la predisposición que muestra el personal para ayudarlo en lo que necesite?			
8. ¿Cómo se siente usted cuando el personal resuelve sus inquietudes o problemas?			
9. ¿Cómo se siente usted con los insumos que utiliza el restaurant para la preparación de los platos?			

10. ¿Cómo se siente usted ante el comportamiento seguro y confiable que muestra el personal ante una determinada situación?			
11. ¿Se siente satisfecho con la información que le brinda el personal?			
12. ¿Se siente satisfecho con el trato cordial que le brinda el personal?			
13. ¿Cómo se siente usted con la atención personalizada que les brinda el restaurant con respecto a las comidas?			
14. ¿Le gusta personalizar los platos que brinda el restaurant?			
15. ¿Cómo se siente usted con la sazón de los potajes del restaurant?			
16. ¿Se siente usted satisfecho con los trabajadores que laboran dentro del establecimiento?			
17. ¿Usted se siente seguro con el servicio de comida que brinda el restaurant?			
18. ¿Se siente seguro usted al consumir los platos que ofrece el restaurant?			
19. ¿Cómo se siente usted con el trato amable, cortés y respetuoso que el personal le brinda?			
20. ¿Cómo se siente con el trato que le brinda el restaurant?			

**ANEXO N° 02: MATRIZ DE CONSISTENCIA**

TÍTULO	PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	OBJETO DE ESTUDIO	DISEÑO DE INVESTIGACIÓN
Calidad de servicio en el restaurant La Olla Sabrosa S.A.C., Caraz 2020	¿Cómo es la calidad del servicio en el restaurant La Olla Sabrosa S.A.C., Caraz 2020?	<p><b>Objetivo general:</b></p> <p>Describir la calidad de servicio en el Restaurant La olla sabrosa S.A.C., Caraz 2020.</p> <p><b>Objetivos específicos:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Determinar las características de los elementos tangibles del Restaurant La Olla Sabrosa.</li> <li>2. Examinar las características de la capacidad de respuesta del personal hacia los clientes del Restaurant La Olla sabrosa.</li> </ol>	<p>Se ha creído conveniente no formular hipótesis, en razón que se trata de un estudio descriptivo, que va a permitir describir el comportamiento de las variables de estudio (Hernández, Fernández y Baptista, 2010).</p>	Calidad de servicio	<p><b>TIPO</b></p> <p>Básico</p> <p>Cualitativo</p> <p><b>DISEÑO</b></p> <p>No experimental</p> <p>Corte transversal,</p> <p>Descriptivo</p>

		<ol style="list-style-type: none"><li>3. Especificar las características de la fiabilidad que tiene el Restaurant La Olla Sabrosa</li><li>4. Examinar las características de empatía del personal del Restaurant La Olla Sabrosa.</li><li>5. Especificar las características de la seguridad que hay en el Restaurant La Olla Sabrosa.</li></ol>			
--	--	--	--	--	--

**ANEXO N° 03: Base de datos**

Muestra	Indicadores																				VARIABLE	
	Items / Reactivos / Preguntas																					
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	P V1	CAT V1
<b>1</b>	2	2	2	3	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	40	0
<b>2</b>	1	1	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	25	0
<b>3</b>	2	2	1	1	1	1	2	2	9	10	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	42	0
<b>4</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	23	0
<b>5</b>	1	2	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	23	0
<b>6</b>	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	2	1	1	1	3	1	1	2	2	1	27	0
<b>7</b>	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	39	0
<b>8</b>	2	1	3	1	1	2	2	1	1	2	3	1	2	2	1	2	3	1	2	1	34	0
<b>9</b>	2	1	3	1	1	2	2	1	1	2	3	1	2	2	1	2	3	1	2	1	34	0
<b>10</b>	2	1	2	1	2	2	2	1	2	2	1	1	2	1	1	1	1	2	2	2	31	0

11	2	1	1	1	2	1	2	2	2	1	1	1	1	2	2	1	2	1	2	1	29	0
12	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	30	0
13	1	2	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	25	0
14	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	2	1	1	23	0
15	1	1	1	1	2	3	3	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	26	0
16	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	20	0
17	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	20	0
18	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	21	0
19	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	23	0
20	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	21	0
21	1	2	2	2	3	2	2	3	2	3	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	34	0
22	2	2	1	3	2	2	3	2	2	1	3	3	2	1	1	1	1	2	1	1	36	0
23	1	1	1	1	3	3	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	25	0
24	1	1	1	1	3	3	2	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	27	0
25	1	1	1	1	2	3	2	2	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	34	0
26	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	1	25	0

<b>27</b>	1	1	1	2	2	2	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	32	0	
<b>28</b>	1	1	1	2	3	3	3	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	28	0	
<b>29</b>	1	1	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	34	0	
<b>30</b>	1	1	1	1	2	3	3	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	27	0	
<b>31</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	2	28	0	
<b>32</b>	1	1	1	1	2	3	3	2	2	2	3	2	1	1	1	1	1	1	1	1	31	0	
<b>33</b>	2	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	33	0	
<b>34</b>	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60	0	
<b>35</b>	2	2	1	1	3	3	3	3	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	3	3	3	39	0
<b>36</b>	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	36	0	
<b>37</b>	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1	2	2	2	2	2	30	0	
<b>38</b>	1	1	2	2	3	3	3	3	3	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	34	0	
<b>39</b>	1	1	1	2	3	3	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	1	1	1	1	33	0	
<b>40</b>	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	2	1	2	2	2	2	2	30	0	
<b>41</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	2	1	1	1	1	23	0	
<b>42</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	26	0	

43	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	29	0
44	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	20	0
45	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	27	0
46	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	26	0
47	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	23	0
48	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	21	0
49	1	2	1	1	2	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	24	0
50	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	20	0
51	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	20	0
52	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	20	0
53	2	2	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	25	0
54	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	25	0
55	2	2	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	37	0
56	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1	1	25	0
57	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	2	22	0
58	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	2	24	0

<b>59</b>	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	29	0
<b>60</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	20	0
<b>61</b>	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	30	0
<b>62</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	22	0
<b>63</b>	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	24	0
<b>64</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	27	0
<b>65</b>	1	1	1	1	1	2	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	26	0
<b>66</b>	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	1	1	26	0
<b>67</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	22	0
<b>68</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1	1	23	0
<b>69</b>	1	1	1	1	1	2	1	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	27	0
<b>70</b>	1	1	1	2	1	1	2	2	2	1	1	1	1	2	1	2	1	2	1	1	1	1	27	0
<b>71</b>	2	2	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	2	1	1	1	31	0
<b>72</b>	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	1	42	0
<b>73</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	20	0
<b>74</b>	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	29	0

75	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	42	0	
76	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	34	0
77	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	23	0	
78	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	22	0	
79	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	2	24	0		
80	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	20	0	
81	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	25	0		
82	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	1	2	1	2	1	35	0		
83	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	32	0		
84	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	22	0		
85	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	21	0		
86	1	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	28	0		
87	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	22	0		
88	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1	1	2	27	0		
89	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	1	1	1	29	0		
90	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	22	0		

<b>91</b>	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	27	0
<b>92</b>	1	1	2	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	23	0
<b>93</b>	1	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	26	0
<b>94</b>	1	1	1	2	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	24	0
<b>95</b>	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	2	1	2	1	1	28	0
<b>96</b>	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	22	0
<b>97</b>	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	2	2	2	2	1	28	0
<b>98</b>	1	2	1	1	2	1	2	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	26	0
<b>99</b>	2	1	1	2	1	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	26	0
<b>100</b>	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	1	1	26	0

Piloto	Items / Reactivos / Preguntas																				TOTAL
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	
1	2	2	2	3	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	40
2	1	1	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	25
3	2	2	1	1	1	1	2	2	9	10	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	42
4	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	23
5	1	2	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	23
6	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	2	1	1	1	3	1	1	2	2	1	27
7	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	39
8	2	1	3	1	1	2	2	1	1	2	3	1	2	2	1	2	3	1	2	1	34
9	2	1	3	1	1	2	2	1	1	2	3	1	2	2	1	2	3	1	2	1	34
10	2	1	2	1	2	2	2	1	2	2	1	1	2	1	1	1	1	2	2	2	31
11	2	1	1	1	2	1	2	2	2	1	1	1	1	2	2	1	2	1	2	1	29
12	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	30
13	1	2	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	25

<b>14</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	2	1	1	23
<b>15</b>	1	1	1	1	2	3	3	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	26
<b>16</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	20
<b>17</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	20
<b>18</b>	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	21
<b>19</b>	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	23
<b>20</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	21
<b>21</b>	1	2	2	2	3	2	2	3	2	3	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	34
<b>22</b>	2	2	1	3	2	2	3	2	2	1	3	3	2	1	1	1	1	2	1	1	36
<b>23</b>	1	1	1	1	3	3	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	25
<b>24</b>	1	1	1	1	3	3	2	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	27
<b>25</b>	1	1	1	1	2	3	2	2	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	34
<b>26</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	1	25
<b>27</b>	1	1	1	2	2	2	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	32
<b>28</b>	1	1	1	2	3	3	3	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	28
<b>29</b>	1	1	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	34

<b>30</b>	1	1	1	1	2	3	3	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	27
<b>31</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	2	28
<b>32</b>	1	1	1	1	2	3	3	2	2	2	3	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	31
<b>33</b>	2	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	33
<b>34</b>	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
<b>35</b>	2	2	1	1	3	3	3	3	2	2	2	1	1	1	1	1	1	3	3	3	3	39
<b>36</b>	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	36
<b>37</b>	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	30
<b>38</b>	1	1	2	2	3	3	3	3	3	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	34
<b>39</b>	1	1	1	2	3	3	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	1	1	1	1	1	33
<b>40</b>	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	30
<b>41</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	2	1	1	1	1	1	23
<b>42</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	26
<b>43</b>	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	29
<b>44</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	20
<b>45</b>	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	27

46	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	26
47	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	23
48	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	21
49	1	2	1	1	2	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	24
50	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	20
51	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	20
52	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	20
53	2	2	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	25
54	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	25
55	2	2	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	37
56	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1	25
57	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	22
58	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	2	24
59	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	29
60	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	20
61	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	30

<b>62</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	22
<b>63</b>	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	24
<b>64</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	1	27
<b>65</b>	1	1	1	1	1	2	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	26
<b>66</b>	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	1	26
<b>67</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	22
<b>68</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	23
<b>69</b>	1	1	1	1	1	2	1	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	27
<b>70</b>	1	1	1	2	1	1	2	2	2	1	1	1	1	2	1	2	1	2	1	1	27
<b>71</b>	2	2	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	2	1	31
<b>72</b>	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	42
<b>73</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	20
<b>74</b>	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	29
<b>75</b>	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	42
<b>76</b>	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	34
<b>77</b>	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	23

78	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	22
79	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	2	24
80	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	20
81	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	25
82	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	1	2	1	2	1	35
83	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	32
84	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	22
85	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	21
86	1	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	28
87	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	22
88	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1	1	2	27
89	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	1	1	1	29
90	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	22
91	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	27
92	1	1	2	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	23
93	1	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	26

<b>94</b>	1	1	1	2	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	24
<b>95</b>	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	2	1	2	1	1	28
<b>96</b>	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	22
<b>97</b>	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	2	2	2	2	1	28
<b>98</b>	1	2	1	1	2	1	2	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	26
<b>99</b>	2	1	1	2	1	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	26
<b>100</b>	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	1	1	26
<b>VARIANZ A</b>	0.2	0.2	0.2	0.2	0.4	0.5	0.4	0.3	0.8	1.0	0.3	0.3	0.2	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	<b>41.0</b>
<b>TOTAL</b>	<b>7.3</b>																				

<b>N° ÍTEMS (K)</b>	<b>20</b>
<b>MÉTODO</b>	<b>ALFA DE CRONBACH</b>
$\alpha=$	<b>0.8663</b>

Si el coeficiente es mayor a 0.8000 cercano a 1, entonces se tiene una alta confiabilidad del instrumento.

En este caso, el valor encontrado fue de

...por lo que se puede afirmar que el instrumento cuenta con

ANEXO N° 04: Planilla de juicio de expertos

**UNIVERSIDAD SAN PEDRO**  
**VICERECTORADO ACADEMICO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS**  
**PROGRAMA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION**

“Año de la Universalización de la Salud”

Caraz 04 de enero del 2021.

Presente.-

Por la presente, reciba usted el saludo cordial y fraterno a nombre de la Escuela de Administración de la Universidad San Pedro; para manifestarle que el alumno(a) QUIJANO URBANO WILLIAM FRANCISCO está desarrollando su tesis Titulada “CALIDAD DE SERVICIO EN EL RESTAURANT LA OLLA SABROSA S.A.C., CARAZ - 2020”; por lo que conocedores de su trayectoria profesional y estrecha vinculación en el campo de la investigación, le solicito su colaboración en emitir su JUICIO DE EXPERTO, para la validación del instrumento(s) CUESTIONARIO N° 1 – CALIDAD DE SERVICIO de la presente investigación.

Agradeciendo por anticipado su gentil colaboración como experto, me suscribo a usted.

Atentamente

---

Dr. Jorge Daniel Pérez  
Docente en Administración - USP

Adjunto.

1. Planilla de juicio de expertos
2. Matriz de consistencia
3. Matriz de Operacionalización de las variables
4. Instrumento de investigación
5. Matriz de validación de experto



# UNIVERSIDAD SAN PEDRO

## VICERECTORADO ACADEMICO FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS PROGRAMA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION

### PLANILLAS DE JUICIO DE EXPERTOS

Respetado Experto: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento siguiente de la investigación “**CALIDAD DE SERVICIOS EN EL RESTAURANT LA OLLA SABROSA S..A.C. CARAZ, 2020**”. La evaluación del instrumento es de relevancia para validarla y lograr que sea utilizado eficientemente en la investigación. Agradecemos su valiosa colaboración.

NOMBRES Y APELLIDOS DEL EXPERTO: Santos Miguel Esquivel Infantes

FORMACIÓN ACADÉMICA: Doctor en Administración

AREAS DE EXPERIENCIA PROFESIONAL: Comportamiento organizacional - Investigación

TIEMPO: 13 Años CARGO ACTUAL: Docente

INSTITUCIÓN: Universidad San Pedro

Objetivo de la investigación: Generar nuevo conocimiento para investigaciones


Objetivo del juicio de expertos: Validar el instrumento de investigación

Objetivo de la prueba:

De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda

CATEGORIA	CALIFICACIÓN	INDICADOR
<b>SUFICIENCIA</b> Los ítems que pertenecen a una misma dimensión bastan para obtener la medición de ésta	1 No cumple con el criterio 2. Bajo Nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel	- Los ítems no son suficientes para medir la dimensión - Los ítems miden algún aspecto de la dimensión, pero no corresponden con la dimensión total - Se deben incrementar algunos ítems para poder evaluar la dimensión completamente. - Los ítems son suficientes
<b>CLARIDAD</b> El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1 No cumple con el criterio 2. Bajo Nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel	- El ítem no es claro - El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de las mismas. - Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem. - El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
<b>COHERENCIA</b> El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1 No cumple con el criterio 2. Bajo Nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel	- El ítem no tiene relación lógica con la dimensión - El ítem tiene una relación tangencial con la dimensión. - El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que está midiendo. - El ítem se encuentra completamente relacionado con la dimensión que está midiendo.
<b>RELEVANCIA</b> El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1 No cumple con el criterio 2. Bajo Nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel	- El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión - El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste. - El ítem es relativamente importante.

## MATRIZ DE CONSISTENCIA

TÍTULO	PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS		OBJETO DE ESTUDIO	DISEÑO DE INVESTIGACIÓN
<p>Calidad de servicio en el restaurant La Olla Sabrosa s.a.c., Caraz 2020</p>	<p>¿Cómo es la calidad del servicio en el restaurant La Olla Sabrosa S.A.C., Caraz 2020?</p>	<p><b>Objetivo general:</b>                      Describir la calidad de servicio en el Restaurant La olla sabrosa S.A.C., Caraz 2020.</p> <p><b>Objetivos específicos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Determinar las características de los elementos tangibles del Restaurant La Olla Sabrosa.</li> <li>- Examinar las características de la capacidad de respuesta del personal hacia los clientes del Restaurant La Olla sabrosa.</li> <li>- Especificar las características de la fiabilidad que tiene el Restaurant La Olla Sabrosa</li> <li>- Examinar las características de empatía del personal del Restaurant La Olla Sabrosa.</li> <li>- Especificar las características de la seguridad que hay en el Restaurant La Olla Sabrosa.</li> </ul>	<p>Se ha creído conveniente no formular hipótesis, en razón que se trata de un estudio descriptivo, que va a permitir describir el comportamiento de las variables de estudio (Hernández, Fernández y Baptista, 2010).</p>		<p>Calidad de servicio</p>	<p><b>Tipo De Investigación:</b>                      Básica                      Cuantitativo</p> <p><b>Diseño Investigación:</b>                      No experimental                      Descriptivo.</p> <p>El diseño de la investigación se muestra en el siguiente diagrama:                      Diagrama del diseño simple o de una casilla</p> <div style="text-align: center;">  </div> <p>Donde:</p> <p>M = Muestra (Clientes).                      O = Medición (Información, lo que se observa)                      Características la calidad en el restaurante</p> <p><b>TECNICA:</b>                      Encuesta</p> <p><b>INSTRUMENTO:</b>                      Cuestionario</p>

**MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE**

VARIABLE	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS
CALIDAD DE SERVICIO	La calidad es un sistema que integra diferentes esfuerzos de mejora para la gestión optima en las empresas u organizaciones para proporcionar y servicios que logren los niveles deseados para la satisfacción del cliente. (Feigenbaum, 2010)	La calidad del servicio en el Restaurant La Olla Sabrosa es el grado de esfuerzos deseables que emplean para alcanzar la satisfacción de sus clientes.	Elementos Tangibles	Instalaciones	¿Cómo se siente usted con las instalaciones y equipos que posee el restaurant? ¿Cómo se siente usted con respecto a la limpieza del restaurant?
				Apariencia del personal	¿Se siente satisfecho con la apariencia pulcra del personal? ¿Se siente satisfecho con la amabilidad y cortesía que muestra el personal?
			Capacidad de respuesta	Rapidez en el servicio	¿Cómo se siente usted con la rapidez y eficiencia con la que lo atiende el personal del restaurant? ¿Cómo se siente usted con el tiempo de espera y la información que brinda el personal sobre los potajes?
				Predisposición en ayudar	¿Cómo se siente usted con la predisposición que muestra el personal para ayudarlo en lo que necesite?
			Fiabilidad	Interés en la solución de problemas	¿Cómo se siente usted cuando el personal resuelve sus inquietudes o problemas?
				Servicio confiable	¿Cómo se siente usted con los insumos que utiliza el restaurant para la preparación de los platos? ¿Cómo se siente usted ante el comportamiento seguro y confiable que muestra el personal ante una determinada situación?
			Empatía	Comunicación	¿Se siente satisfecho con la información que le brinda el personal? ¿Se siente satisfecho con el trato cordial que le brinda el personal?
				Atención personalizada	¿Cómo se siente usted con la atención personalizada que les brinda el restaurant con respecto a las comidas? ¿Le gusta personalizar los platos que brinda el restaurant? ¿Cómo se siente usted con la sazón de los potajes del restaurant?

			Seguridad	Personal transmite confianza	¿Se siente usted satisfecho con los trabajadores que laboran dentro del establecimiento?
				Cientes seguros con el servicio de comida	¿Usted se siente seguro con el servicio de comida que brinda el restaurant? ¿Se siente seguro usted al consumir los platos que ofrece el restaurant?
				Trato brindado	¿Cómo se siente usted con el trato amable, cortés y respetuoso que el personal le brinda? ¿Cómo se siente con el trato que le brinda el restaurant?



**UNIVERSIDAD SAN PEDRO**  
**Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas**  
**Programa de estudios de Administración**

## **CUESTIONARIO**

Estoy realizando una investigación científica referente a la Calidad de servicio en el Restaurant La Olla Sabrosa s.a.c., Caraz 2021. Desde ya agradezco su colaboración al brindarme la información correcta y necesaria, respondiendo de forma clara y sincera la presente encuesta.

### **I PARTE**

En esta primera parte de la encuesta, le presentamos un conjunto de preguntas acerca de usted. Por favor, marque con una (X) el número o la alternativa que considere correcta en cada una de ellas.

#### **Genero:**

Masculino

Femenino

#### **Edad:**

18 – 28 años

29 – 38 años

39 – 48 años

49 - 58 años

Más de 58 años

### **II PARTE**

A continuación, se presentan un conjunto de preguntas referidas a la calidad de servicio; seguido de una escala de valoración de esta variable de estudio. Por favor, marque con una (X) la alternativa que concuerde con su opinión en cada caso.

#### **Escala de valoración**

<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>
Satisfecho/a	Ni satisfecho/a ni insatisfecho/a	Insatisfecho/a

<b>Ítems de la variable Calidad de Servicio</b>	1	2	3
21. ¿Cómo se siente usted con las instalaciones y equipos que posee el restaurant?			
22. ¿Cómo se siente usted con respecto a la limpieza del restaurant?			
23. ¿Se siente satisfecho con la apariencia pulcra del personal?			
24. ¿Se siente satisfecho con la amabilidad y cortesía que muestra el personal?			
25. ¿Cómo se siente usted con la rapidez y eficiencia con la que lo atiende el personal del restaurant?			
26. ¿Cómo se siente usted con el tiempo de espera y la información que brinda el personal sobre los potajes?			
27. ¿Cómo se siente usted con la predisposición que muestra el personal para ayudarlo en lo que necesite?			
28. ¿Cómo se siente usted cuando el personal resuelve sus inquietudes o problemas?			
29. ¿Cómo se siente usted con los insumos que utiliza el restaurant para la preparación de los platos?			
30. ¿Cómo se siente usted ante el comportamiento seguro y confiable que muestra el personal ante una determinada situación?			
31. ¿Se siente satisfecho con la información que le brinda el personal?			

32. ¿Se siente satisfecho con el trato cordial que le brinda el personal?			
33. ¿Cómo se siente usted con la atención personalizada que les brinda el restaurant con respecto a las comidas?			
34. ¿Le gusta personalizar los platos que brinda el restaurant?			
35. ¿Cómo se siente usted con la sazón de los potajes del restaurant?			
36. ¿Se siente usted satisfecho con los trabajadores que laboran dentro del establecimiento?			
37. ¿Usted se siente seguro con el servicio de comida que brinda el restaurant?			
38. ¿Se siente seguro usted al consumir los platos que ofrece el restaurant?			
39. ¿Cómo se siente usted con el trato amable, cortés y respetuoso que el personal le brinda?			
40. ¿Cómo se siente con el trato que le brinda el restaurant?			

**MATRIZ DE VALIDACION POR EXPERTOS**

**TITULO DE LA TESIS: “CALIDAD DE SERVICIO EN EL RESTAURANT LA OLLA SABROSA S.A.C., – CARAZ 2020”**

<b>IMENSIÓN</b>	<b>ITEM</b>	<b>SUFICIENCIA*</b>	<b>COHERENCIA</b>	<b>RELEVANCIA</b>	<b>CLARIDAD</b>	<b>OBSERVACIONES</b> (si debe modificarse un ítem por favor indique)
ELEMENTOS TANGIBLES	¿Cómo se siente usted con las instalaciones y equipos que posee el restaurant?	4	4	4	4	
	¿Cómo se siente usted con respecto a la limpieza del restaurant?	4	4	4	4	
	¿Se siente satisfecho con la apariencia pulcra del personal?	4	4	4	4	
	¿Se siente satisfecho con la amabilidad y cortesía que muestra el personal?	4	4	4	4	


<b>DIMENSIÓN</b>	<b>ITEM</b>	<b>SUFICIENCIA*</b>	<b>COHERENCIA</b>	<b>RELEVANCIA</b>	<b>CLARIDAD</b>	<b>OBSERVACIONES</b> (si debe modificarse un ítem por favor indique)
CAPACIDAD DE RESPUESTA	¿Cómo se siente usted con la rapidez y eficiencia con la que lo atiende el personal del restaurant?	4	4	4	4	
	¿Cómo se siente usted con el tiempo de espera y la información que brinda el personal sobre los potajes?	4	4	4	4	
	¿Cómo se siente usted con la predisposición que muestra el personal para ayudarlo en lo que necesite?	4	4	4	4	

<b>DIMENSIÓN</b>	<b>ITEM</b>	<b>SUFICIENCIA*</b>	<b>COHERENCIA</b>	<b>RELEVANCIA</b>	<b>CLARIDAD</b>	<b>OBSERVACIONES</b> (si debe modificarse un ítem por favor indique)
FIABILIDAD	¿Cómo se siente usted cuando el personal resuelve sus inquietudes o problemas?	4	4	4	4	
	¿Cómo se siente usted con los insumos que utiliza el restaurant para la preparación de los platos?	4	4	4	4	
	¿Cómo se siente usted ante el comportamiento seguro y confiable que muestra el personal ante una determinada situación?	4	4	4	4	

<b>DIMENSIÓN</b>	<b>ITEM</b>	<b>SUFICIENCIA*</b>	<b>COHERENCIA</b>	<b>RELEVANCIA</b>	<b>CLARIDAD</b>	<b>OBSERVACIONES</b> (si debe modificarse un ítem por favor indique)
EMPATIA	¿Se siente satisfecho con la información que le brinda el personal?	4	4	4	4	
	¿Se siente satisfecho con el trato cordial que le brinda el personal?	4	4	4	4	
	¿Cómo se siente usted con la atención personalizada que les brinda el restaurant con respecto a las comidas?	4	4	4	4	
	¿Le gusta personalizar los platos que brinda el restaurant?	4	4	4	4	
	¿Cómo se siente usted con la sazón de los potajes del restaurant?	4	4	4	4	

<b>DIMENSIÓN</b>	<b>ITEM</b>	<b>SUFICIENCIA*</b>	<b>COHERENCIA</b>	<b>RELEVANCIA</b>	<b>CLARIDAD</b>	<b>OBSERVACIONES</b> (si debe modificarse un ítem por favor indique)
SEGURIDAD	¿Se siente usted satisfecho con los trabajadores que laboran dentro del establecimiento?	4	4	4	4	
	¿Usted se siente seguro con el servicio de comida que brinda el restaurant?	4	4	4	4	
	¿Se siente seguro usted al consumir los platos que ofrece el restaurant?	4	4	4	4	
	¿Cómo se siente usted con el trato amable, cortés y respetuoso que el personal le brinda?	4	4	4	4	
	¿Cómo se siente con el trato que le brinda el restaurant?	4	4	4	4	

**ASPECTO GENERALES  
CALIDAD DE SERVICIO**

ASPECTOS	SI	NO	OBSERVACIONES
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario	X		
Los ítems permiten el logro del objetivo de la investigación	X		
Los ítems están distribuidos en forma lógica y secuencial	X		
El número de ítems es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta, sugiera los ítems a añadir	X		
Hay alguna dimensión que hace parte del constructo y no fue evaluada		X	
<b>VALIDEZ</b>			
APLICABLE			<b>X</b> SI NO
APLICABLE ATENDIENDO A LAS OBSERVACIONES			SI NO
Validado por: Santos Miguel Esquivel Infantes			Fecha: 27/01/2021
Firma: 	Teléfono: 995606369		Email: Santosesquis@gmail.com

**UNIVERSIDAD SAN PEDRO**  
**VICERECTORADO ACADEMICO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS**  
**PROGRAMA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION**

“Año de la Universalización de la Salud”

Caraz 04 de enero del 2021.

Presente.-

Por la presente, reciba usted el saludo cordial y fraterno a nombre de la Escuela de Administración de la Universidad San Pedro; para manifestarle que el alumno(a) QUIJANO URBANO WILLIAM FRANCISCO está desarrollando su tesis Titulada “CALIDAD DE SERVICIO EN EL RESTAURANT LA OLLA SABROSA S.A.C., CARAZ - 2020”; por lo que conocedores de su trayectoria profesional y estrecha vinculación en el campo de la investigación, le solicito su colaboración en emitir su JUICIO DE EXPERTO, para la validación del instrumento(s) CUESTIONARIO N° 1 – CALIDAD DE SERVICIO de la presente investigación.

Agradeciendo por anticipado su gentil colaboración como experto, me suscribo a usted.

Atentamente



---

Dr. Jorge Daniel Pérez  
Docente en Administración - USP

Adjunto.

6. Planilla de juicio de expertos
7. Matriz de consistencia
8. Matriz de Operacionalización de las variables
9. Instrumento de investigación
10. Matriz de validación de experto



**UNIVERSIDAD SAN PEDRO**  
**VICERECTORADO ACADEMICO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS**  
**PROGRAMA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION**

**PLANILLAS DE JUICIO DE EXPERTOS**

Respetado Experto: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento siguiente de la investigación “**CALIDAD DE SERVICIOS EN EL RESTAURANT LA OLLA SABROSA S..A.C. CARAZ, 2020**”. La evaluación del instrumento es de relevancia para validarla y lograr que sea utilizado eficientemente en la investigación. Agradecemos su valiosa colaboración.


NOMBRES Y APELLIDOS DEL EXPERTO: Jenny Martha Quispe López  
 FORMACIÓN: \_\_\_\_\_  
 ACADÉMICA: Administración  
 AREAS DE EXPERIENCIA PROFESIONAL: Gestión de Creatividad Empresarial  
 TIEMPO: 15 años CARGO ACTUAL: Docente  
 INSTITUCIÓN: Universidad Privada San Pedro

Objetivo de la investigación: Generar nuevo conocimiento para investigaciones  
 Objetivo del juicio de expertos: Validar el instrumento de investigación  
 Objetivo de la prueba: Aplicar el instrumento de recolección de información

De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda

CATEGORIA	CALIFICACIÓN	INDICADOR
<b>SUFICIENCIA</b> Los ítems que pertenecen a una misma dimensión bastan para obtener la medición de ésta	1 No cumple con el criterio 2. Bajo Nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel	- Los ítems no son suficientes para medir la dimensión - Los ítems miden algún aspecto de la dimensión, pero no corresponden con la dimensión total - Se deben incrementar algunos ítems para poder evaluar la dimensión completamente. - Los ítems son suficientes
<b>CLARIDAD</b> El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1 No cumple con el criterio 2. Bajo Nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel	- El ítem no es claro - El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de las mismas. - Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem. - El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
<b>COHERENCIA</b> El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1 No cumple con el criterio 2. Bajo Nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel	- El ítem no tiene relación lógica con la dimensión - El ítem tiene una relación tangencial con la dimensión. - El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que está midiendo. - El ítem se encuentra completamente relacionado con la dimensión que está midiendo.
<b>RELEVANCIA</b> El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1 No cumple con el criterio 2. Bajo Nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel	- El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión - El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste. - El ítem es relativamente importante.

MATRIZ DE COHERENCIA

TÍTULO	PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	OBJETO DE ESTUDIO	DISEÑO DE INVESTIGACIÓN
Calidad de servicio en el restaurant La Olla Sabrosa s.a.c., Caraz 2020	¿Cómo es la calidad del servicio en el restaurant La Olla Sabrosa S.A.C., Caraz 2020?	<p><b>Objetivo general:</b> Describir la calidad de servicio en el Restaurant La olla sabrosa S.A.C., Caraz 2020.</p> <p><b>Objetivos específicos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Determinar las características de los elementos tangibles del Restaurant La Olla Sabrosa.</li> <li>- Examinar las características de la capacidad de respuesta del personal hacia los clientes del Restaurant La Olla sabrosa.</li> <li>- Especificar las características de la fiabilidad que tiene el Restaurant La Olla Sabrosa</li> <li>- Examinar las características de empatía del personal del Restaurant La Olla Sabrosa.</li> <li>- Especificar las características de la seguridad que hay en el Restaurant La Olla Sabrosa.</li> </ul>	<p>Se ha creído conveniente no formular hipótesis, en razón que se trata de un estudio descriptivo, que va a permitir describir el comportamiento de las variables de estudio (Hernández, Fernández y Baptista, 2010).</p>	Calidad de servicio	<p><b>Tipo De Investigación:</b> Básica Cuantitativo</p> <p><b>Diseño Investigación:</b> No experimental Descriptivo.</p> <p>El diseño de la investigación se muestra en el siguiente diagrama: Diagrama del diseño simple o de una casilla</p>  <p>Donde:</p> <p>M = Muestra (Clientes). O = Medición (Información, lo que se observa) Características la calidad en el restaurante</p> <p>TECNICA: Encuesta</p> <p>INSTRUMENTO: Cuestionario</p>

**MATRIZ DE : OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE**

VARIABLE	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS
CALIDAD DE SERVICIO	La calidad es un sistema que integra diferentes esfuerzos de mejora para la gestión optima en las empresas u organizaciones para proporcionar y servicios que logren los niveles deseados para la satisfacción del cliente. (Feigenbaum, 2010)	La calidad del servicio en el Restaurant La Olla Sabrosa es el grado de esfuerzos deseables que emplean para alcanzar la satisfacción de sus clientes.	Elementos Tangibles	Instalaciones	¿Cómo se siente usted con las instalaciones y equipos que posee el restaurant? ¿Cómo se siente usted con respecto a la limpieza del restaurant?
				Apariencia del personal	¿Se siente satisfecho con la apariencia pulcra del personal? ¿Se siente satisfecho con la amabilidad y cortesía que muestra el personal?
			Capacidad de respuesta	Rapidez en el servicio	¿Cómo se siente usted con la rapidez y eficiencia con la que lo atiende el personal del restaurant? ¿Cómo se siente usted con el tiempo de espera y la información que brinda el personal sobre los potajes?
				Predisposición en ayudar	¿Cómo se siente usted con la predisposición que muestra el personal para ayudarlo en lo que necesite?
			Fiabilidad	Interés en la solución de problemas	¿Cómo se siente usted cuando el personal resuelve sus inquietudes o problemas?
				Servicio confiable	¿Cómo se siente usted con los insumos que utiliza el restaurant para la preparación de los platos? ¿Cómo se siente usted ante el comportamiento seguro y confiable que muestra el personal ante una determinada situación?
			Empatía	Comunicación	¿Se siente satisfecho con la información que le brinda el personal? ¿Se siente satisfecho con el trato cordial que le brinda el personal?
				Atención personalizada	¿Cómo se siente usted con la atención personalizada que les brinda el restaurant con respecto a las comidas? ¿Le gusta personalizar los platos que brinda el restaurant? ¿Cómo se siente usted con la sazón de los potajes del restaurant?

			Seguridad	Personal transmite confianza	¿Se siente usted satisfecho con los trabajadores que laboran dentro del establecimiento?
				Cientes seguros con el servicio de comida	¿Usted se siente seguro con el servicio de comida que brinda el restaurant? ¿Se siente seguro usted al consumir los platos que ofrece el restaurant?
				Trato brindado	¿Cómo se siente usted con el trato amable, cortés y respetuoso que el personal le brinda? ¿Cómo se siente con el trato que le brinda el restaurant?



**UNIVERSIDAD SAN PEDRO**  
**Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas**  
**Programa de estudios de Administración**

**CUESTIONARIO**

Estoy realizando una investigación científica referente a la Calidad de servicio en el Restaurant La Olla Sabrosa s.a.c., Caraz 2021. Desde ya agradezco su colaboración al brindarme la información correcta y necesaria, respondiendo de forma clara y sincera la presente encuesta.

**I PARTE**

En esta primera parte de la encuesta, le presentamos un conjunto de preguntas acerca de usted. Por favor, marque con una (X) el número o la alternativa que considere correcta en cada una de ellas.

**Genero:**

Masculino

Femenino

**Edad:**

18 – 28 años

29 – 38 años

39 – 48 años

49 - 58 años

Más de 58 años

**II PARTE**

A continuación, se presentan un conjunto de preguntas referidas a la calidad de servicio; seguido de una escala de valoración de esta variable de estudio. Por favor, marque con una (X) la alternativa que concuerde con su opinión en cada caso.

**Escala de valoración**

<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>
Satisfecho/a	Ni satisfecho/a ni insatisfecho/a	Insatisfecho/a

<b>Ítems de la variable Calidad de Servicio</b>	1	2	3
41. ¿Cómo se siente usted con las instalaciones y equipos que posee el restaurant?			
42. ¿Cómo se siente usted con respecto a la limpieza del restaurant?			
43. ¿Se siente satisfecho con la apariencia pulcra del personal?			
44. ¿Se siente satisfecho con la amabilidad y cortesía que muestra el personal?			
45. ¿Cómo se siente usted con la rapidez y eficiencia con la que lo atiende el personal del restaurant?			
46. ¿Cómo se siente usted con el tiempo de espera y la información que brinda el personal sobre los potajes?			
47. ¿Cómo se siente usted con la predisposición que muestra el personal para ayudarlo en lo que necesite?			
48. ¿Cómo se siente usted cuando el personal resuelve sus inquietudes o problemas?			
49. ¿Cómo se siente usted con los insumos que utiliza el restaurant para la preparación de los platos?			
50. ¿Cómo se siente usted ante el comportamiento seguro y confiable que muestra el personal ante una determinada situación?			
51. ¿Se siente satisfecho con la información que le brinda el personal?			

52. ¿Se siente satisfecho con el trato cordial que le brinda el personal?			
53. ¿Cómo se siente usted con la atención personalizada que les brinda el restaurant con respecto a las comidas?			
54. ¿Le gusta personalizar los platos que brinda el restaurant?			
55. ¿Cómo se siente usted con la sazón de los potajes del restaurant?			
56. ¿Se siente usted satisfecho con los trabajadores que laboran dentro del establecimiento?			
57. ¿Usted se siente seguro con el servicio de comida que brinda el restaurant?			
58. ¿Se siente seguro usted al consumir los platos que ofrece el restaurant?			
59. ¿Cómo se siente usted con el trato amable, cortés y respetuoso que el personal le brinda?			
60. ¿Cómo se siente con el trato que le brinda el restaurant?			

**MATRIZ DE VALIDACION POR EXPERTOS**

**TITULO DE LA TESIS: “CALIDAD DE SERVICIO EN EL RESTAURANT LA OLLA SABROSA S.A.C., – CARAZ 2020”**

<b>IMENSIÓN</b>	<b>ITEM</b>	<b>SUFICIENCIA*</b>	<b>COHERENCIA</b>	<b>RELEVANCIA</b>	<b>CLARIDAD</b>	<b>OBSERVACIONES</b> (si debe modificarse un ítem por favor indique)
ELEMENTOS TANGIBLES	¿Cómo se siente usted con las instalaciones y equipos que posee el restaurant?	4	4	4	4	
	¿Cómo se siente usted con respecto a la limpieza del restaurant?	4	4	4	4	
	¿Se siente satisfecho con la apariencia pulcra del personal?	4	4	4	4	
	¿Se siente satisfecho con la amabilidad y cortesía que muestra el personal?	4	4	4	4	

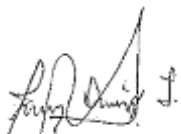
<b>DIMENSIÓN</b>	<b>ITEM</b>	<b>SUFICIENCIA*</b>	<b>COHERENCIA</b>	<b>RELEVANCIA</b>	<b>CLARIDAD</b>	<b>OBSERVACIONES</b> (si debe modificarse un ítem por favor indique)
CAPACIDAD DE RESPUESTA	¿Cómo se siente usted con la rapidez y eficiencia con la que lo atiende el personal del restaurant?	4	4	4	4	
	¿Cómo se siente usted con el tiempo de espera y la información que brinda el personal sobre los potajes?	4	4	4	4	
	¿Cómo se siente usted con la predisposición que muestra el personal para ayudarlo en lo que necesite?	4	4	4	4	

<b>DIMENSIÓN</b>	<b>ITEM</b>	<b>SUFICIENCIA*</b>	<b>COHERENCIA</b>	<b>RELEVANCIA</b>	<b>CLARIDAD</b>	<b>OBSERVACIONES</b> (si debe modificarse un ítem por favor indique)
FIABILIDAD	¿Cómo se siente usted cuando el personal resuelve sus inquietudes o problemas?	4	4	4	4	
	¿Cómo se siente usted con los insumos que utiliza el restaurant para la preparación de los platos?	4	4	4	4	
	¿Cómo se siente usted ante el comportamiento seguro y confiable que muestra el personal ante una determinada situación?	4	4	4	4	

<b>DIMENSIÓN</b>	<b>ITEM</b>	<b>SUFICIENCIA*</b>	<b>COHERENCIA</b>	<b>RELEVANCIA</b>	<b>CLARIDAD</b>	<b>OBSERVACIONES</b> (si debe modificarse un ítem por favor indique)
EMPATIA	¿Se siente satisfecho con la información que le brinda el personal?	4	4	4	4	
	¿Se siente satisfecho con el trato cordial que le brinda el personal?	4	4	4	4	
	¿Cómo se siente usted con la atención personalizada que les brinda el restaurant con respecto a las comidas?	4	4	4	4	
	¿Le gusta personalizar los platos que brinda el restaurant?	4	4	4	4	
	¿Cómo se siente usted con la sazón de los potajes del restaurant?	4	4	4	4	

<b>DIMENSIÓN</b>	<b>ITEM</b>	<b>SUFICIENCIA*</b>	<b>COHERENCIA</b>	<b>RELEVANCIA</b>	<b>CLARIDAD</b>	<b>OBSERVACIONES</b> (si debe modificarse un ítem por favor indique)
SEGURIDAD	¿Se siente usted satisfecho con los trabajadores que laboran dentro del establecimiento?	4	4	4	4	
	¿Usted se siente seguro con el servicio de comida que brinda el restaurant?	4	4	4	4	
	¿Se siente seguro usted al consumir los platos que ofrece el restaurant?	4	4	4	4	
	¿Cómo se siente usted con el trato amable, cortés y respetuoso que el personal le brinda?	4	4	4	4	
	¿Cómo se siente con el trato que le brinda el restaurant?	4	4	4	4	

**ASPECTO GENERALES  
CALIDAD DE SERVICIO**

ASPECTOS	SI	NO	OBSERVACIONES	
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario	x			
Los ítems permiten el logro del objetivo de la investigación	x			
Los ítems están distribuidos en forma lógica y secuencial	x			
El número de ítems es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta, sugiera los ítems a añadir	x			
Hay alguna dimensión que hace parte del constructo y no fue evaluada		x		
<b>VALIDEZ</b>				
APLICABLE			SI (x)	NO
APLICABLE ATENDIENDO A LAS OBSERVACIONES			SI (x)	NO
Validado por: Dra. Jenny Quispe Lopez			Fecha: 4 enero 2021	
Firma: 	Teléfono: 323505		Email: jenny.quispe@usanpedro.edu.pe	

**UNIVERSIDAD SAN PEDRO**  
**VICERECTORADO ACADEMICO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS**  
**PROGRAMA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION**

“Año de la Universalización de la Salud”

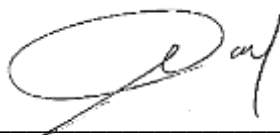
Caraz 04 de enero del 2021.

Presente.-

Por la presente, reciba usted el saludo cordial y fraterno a nombre de la Escuela de Administración de la Universidad San Pedro; para manifestarle que el alumno(a) QUIJANO URBANO WILLIAM FRANCISCO está desarrollando su tesis Titulada “CALIDAD DE SERVICIO EN EL RESTAURANT LA OLLA SABROSA S.A.C., CARAZ - 2020”; por lo que conocedores de su trayectoria profesional y estrecha vinculación en el campo de la investigación, le solicito su colaboración en emitir su JUICIO DE EXPERTO, para la validación del instrumento(s) CUESTIONARIO N° 1 – CALIDAD DE SERVICIO de la presente investigación.

Agradeciendo por anticipado su gentil colaboración como experto, me suscribo a usted.

Atentamente



---

Dr. Jorge Daniel Pérez  
Docente en Administración - USP

Adjunto.

11. Planilla de juicio de expertos
12. Matriz de consistencia
13. Matriz de Operacionalización de las variables
14. Instrumento de investigación
15. Matriz de validación de experto



**UNIVERSIDAD SAN PEDRO**  
**VICERECTORADO ACADEMICO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS**  
**PROGRAMA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION**

**PLANILLAS DE JUICIO DE EXPERTOS**

Respetado Experto: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento siguiente de la investigación “**CALIDAD DE SERVICIOS EN EL RESTAURANT LA OLLA SABROSA S..A.C. CARAZ, 2020**”. La evaluación del instrumento es de relevancia para validarla y lograr que sea utilizado eficientemente en la investigación. Agradecemos su valiosa colaboración.

NOMBRES Y APELLIDOS DEL EXPERTO: **MANUEL FERNANDO SALAZAR GONZALES**

FORMACIÓN: \_\_\_\_\_

ACADÉMICA: Administración

AREAS DE EXPERIENCIA PROFESIONAL: **ADMINISTRACION Y OPERACIONES**

TIEMPO: 15 años \_\_\_\_\_ CARGO ACTUAL: Docente

INSTITUCIÓN: Universidad Privada San Pedro

Objetivo de la investigación: Generar nuevo conocimiento para investigaciones


Objetivo del juicio de expertos: Validar el instrumento de investigación

Objetivo de la prueba: Aplicar el instrumento de recolección de información

De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda

<b>CATEGORIA</b>	<b>CALIFICACIÓN</b>	<b>INDICADOR</b>
<b>SUFICIENCIA</b> Los ítems que pertenecen a una misma dimensión bastan para obtener la medición de ésta	1 No cumple con el criterio 2. Bajo Nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel	- Los ítems no son suficientes para medir la dimensión - Los ítems miden algún aspecto de la dimensión, pero no corresponden con la dimensión total - Se deben incrementar algunos ítems para poder evaluar la dimensión completamente. - Los ítems son suficientes
<b>CLARIDAD</b> El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1 No cumple con el criterio 2. Bajo Nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel	- El ítem no es claro - El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de las mismas. - Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem. - El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
<b>COHERENCIA</b> El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1 No cumple con el criterio 2. Bajo Nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel	- El ítem no tiene relación lógica con la dimensión - El ítem tiene una relación tangencial con la dimensión. - El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que está midiendo. - El ítem se encuentra completamente relacionado con la dimensión que está midiendo.
<b>RELEVANCIA</b> El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1 No cumple con el criterio 2. Bajo Nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel	- El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión - El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste. - El ítem es relativamente importante.

MATRIZ DE COHERENCIA

TÍTULO	PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	OBJETO DE ESTUDIO	DISEÑO DE INVESTIGACIÓN
Calidad de servicio en el restaurant La Olla Sabrosa s.a.c., Caraz 2020	¿Cómo es la calidad del servicio en el restaurant La Olla Sabrosa S.A.C., Caraz 2020?	<p><b>Objetivo general:</b> Describir la calidad de servicio en el Restaurant La olla sabrosa S.A.C., Caraz 2020.</p> <p><b>Objetivos específicos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Determinar las características de los elementos tangibles del Restaurant La Olla Sabrosa.</li> <li>- Examinar las características de la capacidad de respuesta del personal hacia los clientes del Restaurant La Olla sabrosa.</li> <li>- Especificar las características de la fiabilidad que tiene el Restaurant La Olla Sabrosa</li> <li>- Examinar las características de empatía del personal del Restaurant La Olla Sabrosa.</li> <li>- Especificar las características de la seguridad que hay en el Restaurant La Olla Sabrosa.</li> </ul>	<p>Se ha creído conveniente no formular hipótesis, en razón que se trata de un estudio descriptivo, que va a permitir describir el comportamiento de las variables de estudio (Hernández, Fernández y Baptista, 2010).</p>	Calidad de servicio	<p><b>Tipo De Investigación:</b> Básica Cuantitativo</p> <p><b>Diseño Investigación:</b> No experimenta Descriptivo.</p> <p>El diseño de la investigación se muestra en el siguiente diagrama: Diagrama del diseño simple o de una casilla</p>  <p>Donde:</p> <p>M = Muestra (Clientes). O = Medición (Información, lo que se observa) Características la calidad en el restaurante</p> <p>TECNICA: Encuesta</p> <p>INSTRUMENTO: Cuestionario</p>

**MATRIZ DE : OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES**

VARIABLE	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS
CALIDAD DE SERVICIO	La calidad es un sistema que integra diferentes esfuerzos de mejora para la gestión optima en las empresas u organizaciones para proporcionar y servicios que logren los niveles deseados para la satisfacción del cliente. (Feigenbaum, 2010)	La calidad del servicio en el Restaurant La Olla Sabrosa es el grado de esfuerzos deseables que emplean para alcanzar la satisfacción de sus clientes.	Elementos Tangibles	Instalaciones	¿Cómo se siente usted con las instalaciones y equipos que posee el restaurant? ¿Cómo se siente usted con respecto a la limpieza del restaurant?
				Apariencia del personal	¿Se siente satisfecho con la apariencia pulcra del personal? ¿Se siente satisfecho con la amabilidad y cortesía que muestra el personal?
			Capacidad de respuesta	Rapidez en el servicio	¿Cómo se siente usted con la rapidez y eficiencia con la que lo atiende el personal del restaurant? ¿Cómo se siente usted con el tiempo de espera y la información que brinda el personal sobre los potajes?
				Predisposición en ayudar	¿Cómo se siente usted con la predisposición que muestra el personal para ayudarlo en lo que necesite?
			Fiabilidad	Interés en la solución de problemas	¿Cómo se siente usted cuando el personal resuelve sus inquietudes o problemas?
				Servicio confiable	¿Cómo se siente usted con los insumos que utiliza el restaurant para la preparación de los platos? ¿Cómo se siente usted ante el comportamiento seguro y confiable que muestra el personal ante una determinada situación?
			Empatía	Comunicación	¿Se siente satisfecho con la información que le brinda el personal? ¿Se siente satisfecho con el trato cordial que le brinda el personal?
				Atención personalizada	¿Cómo se siente usted con la atención personalizada que le brinda el restaurant con respecto a las comidas? ¿Le gusta personalizar los platos que brinda el restaurant? ¿Cómo se siente usted con la sazón de los potajes del restaurant?

			Seguridad	Personal transmite confianza	¿Se siente usted satisfecho con los trabajadores que laboran dentro del establecimiento?
				Cientes seguros con el servicio de comida	¿Usted se siente seguro con el servicio de comida que brinda el restaurant? ¿Se siente seguro usted al consumir los platos que ofrece el restaurant?.
				Trato brindado	¿Cómo se siente usted con el trato amable, cortés y respetuoso que el personal le brinda? ¿Cómo se siente con el trato que le brinda el restaurant?



**UNIVERSIDAD SAN PEDRO**  
**Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas**  
**Programa de estudios de Administración**

**CUESTIONARIO**

Estoy realizando una investigación científica referente a la Calidad de servicio en el Restaurant La Olla Sabrosa s.a.c., Caraz 2021. Desde ya agradezco su colaboración al brindarme la información correcta y necesaria, respondiendo de forma clara y sincera la presente encuesta.

**I PARTE**

En esta primera parte de la encuesta, le presentamos un conjunto de preguntas acerca de usted. Por favor, marque con una (X) el número o la alternativa que considere correcta en cada una de ellas.

**Genero:**

1. Masculino
2. Femenino

**Edad:**

1. 18 – 28 años
2. 29 – 38 años
3. 39 – 48 años
4. 49 - 58 años
5. Más de 58 años

**II PARTE**

A continuación, se presentan un conjunto de preguntas referidas a la calidad de servicio; seguido de una escala de valoración de esta variable de estudio. Por favor, marque con una (X) la alternativa que concuerde con su opinión en cada caso.

**Escala de valoración**

<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>
----------	----------	----------

Satisfecho/a	Ni satisfecho/a ni insatisfecho/a	Insatisfecho/a
--------------	-----------------------------------	----------------

<b>Ítems de la variable Calidad de Servicio</b>	1	2	3
61. ¿Cómo se siente usted con las instalaciones y equipos que posee el restaurant?			
62. ¿Cómo se siente usted con respecto a la limpieza del restaurant?			
63. ¿Se siente satisfecho con la apariencia pulcra del personal?			
64. ¿Se siente satisfecho con la amabilidad y cortesía que muestra el personal?			
65. ¿Cómo se siente usted con la rapidez y eficiencia con la que lo atiende el personal del restaurant?			
66. ¿Cómo se siente usted con el tiempo de espera y la información que brinda el personal sobre los potajes?			
67. ¿Cómo se siente usted con la predisposición que muestra el personal para ayudarlo en lo que necesite?			
68. ¿Cómo se siente usted cuando el personal resuelve sus inquietudes o problemas?			
69. ¿Cómo se siente usted con los insumos que utiliza el restaurant para la preparación de los platos?			
70. ¿Cómo se siente usted ante el comportamiento seguro y confiable que muestra el personal ante una determinada situación?			
71. ¿Se siente satisfecho con la información que le brinda el personal?			
72. ¿Se siente satisfecho con el trato cordial que le brinda el personal?			

73. ¿Cómo se siente usted con la atención personalizada que le brinda el restaurant con respecto a las comidas?			
74. ¿Le gusta personalizar los platos que brinda el restaurant?			
75. ¿Cómo se siente usted con la sazón de los potajes del restaurant?			
76. ¿Se siente usted satisfecho con los trabajadores que laboran dentro del establecimiento?			
77. ¿Usted se siente seguro con el servicio de comida que brinda el restaurant?			
78. ¿Se siente seguro usted al consumir los platos que ofrece el restaurant?.			
79. ¿Cómo se siente usted con el trato amable, cortés y respetuoso que el personal le brinda?			
80. ¿Cómo se siente con el trato que le brinda el restaurant?			

**MATRIZ DE VALIDACION POR EXPERTOS**

**TITULO DE LA TESIS: “CALIDAD DE SERVICIO EN EL RESTAURANT LA OLLA SABROSA S.A.C., – CARAZ 2020”**

<b>IMENSIÓN</b>	<b>ITEM</b>	<b>SUFICIENCIA*</b>	<b>COHERENCIA</b>	<b>RELEVANCIA</b>	<b>CLARIDAD</b>	<b>OBSERVACIONES</b> (si debe modificarse un ítem por favor indique)
ELEMENTOS TANGIBLES	¿Cómo se siente usted con las instalaciones y equipos que posee el restaurant?	4	4	4	4	
	¿Cómo se siente usted con respecto a la limpieza del restaurant?	4	4	4	4	
	¿Se siente satisfecho con la apariencia pulcra del personal?	4	4	4	4	
	¿Se siente satisfecho con la amabilidad y cortesía que muestra el personal?	4	4	4	4	


<b>DIMENSIÓN</b>	<b>ITEM</b>	<b>SUFICIENCIA*</b>	<b>COHERENCIA</b>	<b>RELEVANCIA</b>	<b>CLARIDAD</b>	<b>OBSERVACIONES</b> (si debe modificarse un ítem por favor indique)
CAPACIDAD DE RESPUESTA	¿Cómo se siente usted con la rapidez y eficiencia con la que lo atiende el personal del restaurant?	4	4	4	4	
	¿Cómo se siente usted con el tiempo de espera y la información que brinda el personal sobre los potajes?	4	4	4	4	
	¿Cómo se siente usted con la predisposición que muestra el personal para ayudarlo en lo que necesite?	4	4	4	4	

<b>DIMENSIÓN</b>	<b>ITEM</b>	<b>SUFICIENCIA*</b>	<b>COHERENCIA</b>	<b>RELEVANCIA</b>	<b>CLARIDAD</b>	<b>OBSERVACIONES</b> (si debe modificarse un ítem por favor indique)
FIABILIDAD	¿Cómo se siente usted cuando el personal resuelve sus inquietudes o problemas?	4	4	4	4	
	¿Cómo se siente usted con los insumos que utiliza el restaurant para la preparación de los platos?	4	4	4	4	
	¿Cómo se siente usted ante el comportamiento seguro y confiable que muestra el personal ante una determinada situación?	4	4	4	4	

<b>DIMENSIÓN</b>	<b>ITEM</b>	<b>SUFICIENCIA*</b>	<b>COHERENCIA</b>	<b>RELEVANCIA</b>	<b>CLARIDAD</b>	<b>OBSERVACIONES</b> (si debe modificarse un ítem por favor indique)
EMPATIA	¿Se siente satisfecho con la información que le brinda el personal?	4	4	4	4	
	¿Se siente satisfecho con el trato cordial que le brinda el personal?	4	4	4	4	
	¿Cómo se siente usted con la atención personalizada que le brinda el restaurant con respecto a las comidas?	4	4	4	4	
	¿Le gusta personalizar los platos que brinda el restaurant?	4	4	4	4	
	¿Cómo se siente usted con la sazón de los potajes del restaurant?	4	4	4	4	

<b>DIMENSIÓN</b>	<b>ITEM</b>	<b>SUFICIENCIA*</b>	<b>COHERENCIA</b>	<b>RELEVANCIA</b>	<b>CLARIDAD</b>	<b>OBSERVACIONES</b> (si debe modificarse un ítem por favor indique)
SEGURIDAD	¿Se siente usted satisfecho con los trabajadores que laboran dentro del establecimiento?	4	4	4	4	
	¿Usted se siente seguro con el servicio de comida que brinda el restaurant?	4	4	4	4	
	¿Se siente seguro usted al consumir los platos que ofrece el restaurant?.	4	4	4	4	
	¿Cómo se siente usted con el trato amable, cortés y respetuoso que el personal le brinda?	4	4	4	4	
	¿Cómo se siente con el trato que le brinda el restaurant?	4	4	4	4	

**ASPECTO GENERALES  
CALIDAD DE SERVICIO**

ASPECTOS	SI	NO	OBSERVACIONES	
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario	x			
Los ítems permiten el logro del objetivo de la investigación	x			
Los ítems están distribuidos en forma lógica y secuencial	x			
El número de ítems es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta, sugiera los ítems a añadir	x			
Hay alguna dimensión que hace parte del constructo y no fue evaluada		x		
<b>VALIDEZ</b>				
APLICABLE			SI (x)	NO
APLICABLE ATENDIENDO A LAS OBSERVACIONES			SI (x)	NO
Validado por: <b>MAG MANUEL FERNANDO SALAZAR GONZALES</b>			Fecha: 4 enero 2021	
Firma:  	Teléfono: 943954863		Email: Manuel.salazar@usanpedro.edu.pe	

# REPOSITORIO INSTITUCIONAL



## REPOSITORIO INSTITUCIONAL DIGITAL

FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE DOCUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

1. Información del Autor			
William Francisco Quijano Urbano		73130220	wililito_0103@outlook.com
Apellidos y Nombres		DNI	Correo Electrónico
2. Tipo de Documento de Investigación			
<input checked="" type="checkbox"/>	Trabajo de Suficiencia Profesional	Trabajo Académico	Trabajo de Investigación
3. Grado Académico o Título Profesional <sup>1</sup>			
<input type="checkbox"/>	Bachiller	<input checked="" type="checkbox"/>	Título Profesional
<input type="checkbox"/>	Título Segunda Especialidad	<input type="checkbox"/>	Maestría
<input type="checkbox"/>	Doctorado		
4. Título del Documento de Investigación			
<p><b>CALIDAD DE SERVICIO EN EL RESTAURANT LA OLLA SABROSA</b> S.A.C., - CARAZ 2020</p>			
5. Programa Académico			
ADMINISTRACION			
6. Tipo de Acceso al Documento			
<input checked="" type="checkbox"/>	Abierto a PDDiCO <sup>2</sup> (info:u-repositorioabiertoaopenaccess)	<input type="checkbox"/>	Acceso restringido <sup>3</sup> (info:u-repositorioabiertoaopenaccess/r)
(*) 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 <sup>4</sup>

C. 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. <sup>5</sup>

Lugar	Día	Mes	Año
Chimbote	17	06	2025



Firma

### Importante

- Según Resolución de Consejo Directivo N° 003-2016-SURD/CO, Reglamento del Registro Nacional de Trabajos de Investigación para optar Grados Académicos y Títulos Profesionales, 4.6. El autor R2.
- Ley N° 30031, Ley que regula el Repositorio Nacional Digital de Ciencia, Tecnología e Innovación de Acceso Abierto y D.S. 005-2015-PCM.
- Si el autor otorga el tipo de acceso abierto o público, otorga a la Universidad San Pedro sus derechos de autor, para que se pueda hacer arreglos de forma en la obra y difundir en el Repositorio Institucional Digital, Responde a empresa de Servicios de Autor y Propiedad Intelectual de acuerdo en el Marco de la Ley 822.
- En caso que el autor sólo otorga acceso restringido, éste deberá ser publicado en el sitio web autor y presentar de la obra, de acuerdo a resolución N° 204-2016-COMATEC-DESI, Alineación 12 y A3) que define el Nuevo Sistema de Incentivos al Repositorio Nacional Digital.
- La licencia Creative Commons (CC) es una organización de internet que se dedica a hacer que la obra de los autores se encuentre en la esfera pública y de herramientas tecnológicas que permiten la difusión de información, recursos educativos, obras artísticas y científicas, entre otros. Estas licencias también garantizan que el autor obtenga el total de los derechos.
- Según el inciso 02, del artículo 12° del Reglamento del Registro Nacional de Trabajos de Investigación para optar grados académicos y títulos profesionales (RDNAT) los universidades, institutos y escuelas de educación superior tienen como obligación registrar todos los trabajos de investigación y proyectos, incluyendo los resultados en sus repositorios institucionales, priorizando a los de acceso abierto o restringido, los cuales serán posteriormente redistribuidos por el Repositorio Digital (RDI) o huella del Repositorio Digital.

Nota: En caso de haberse en la obra, se debe referir al documento Ley N° 3744, art. 20, item 22.8.

## REPORTE DE SIMILITUD


### CALIDAD DE SERVICIO EN EL RESTAURANT LA OLLA SABROSA S.A.C., – CARAZ 2020.


#### INFORME DE ORIGINALIDAD




#### FUENTES PRIMARIAS

<b>1</b>	<b>repositorio.usanpedro.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>3%</b>
<b>2</b>	<b>1library.co</b> Fuente de Internet	<b>2%</b>
<b>3</b>	<b>repositorio.ucv.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>2%</b>
<b>4</b>	<b>docplayer.es</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>
<b>5</b>	<b>repositorio.uss.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>
<b>6</b>	<b>Submitted to Universidad Cesar Vallejo</b> Trabajo del estudiante	<b>1%</b>
<b>7</b>	<b>tesis.usat.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>
<b>8</b>	<b>Submitted to Universidad Catolica Los Angeles de Chimbote</b> Trabajo del estudiante	<b>1%</b>



9	<a href="http://repositorio.ucsg.edu.ec">repositorio.ucsg.edu.ec</a> Fuente de Internet	1%
10	<a href="http://repositorio.puce.edu.ec">repositorio.puce.edu.ec</a> Fuente de Internet	1%
11	<a href="http://biblioteca2.ucab.edu.ve">biblioteca2.ucab.edu.ve</a> Fuente de Internet	1%
12	Submitted to Universidad Nacional Jose Faustino Sanchez Carrion Trabajo del estudiante	<1%
13	<a href="http://repositorio.uancv.edu.pe">repositorio.uancv.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1%
14	<a href="http://docs.google.com">docs.google.com</a> Fuente de Internet	<1%
15	<a href="http://repositorio.uladech.edu.pe">repositorio.uladech.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1%
16	<a href="http://repositorio.usil.edu.pe">repositorio.usil.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1%
17	<a href="http://moam.info">moam.info</a> Fuente de Internet	<1%
18	<a href="http://www.clubensayos.com">www.clubensayos.com</a> Fuente de Internet	<1%
19	<a href="http://repositorio.unfv.edu.pe">repositorio.unfv.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1%
	<a href="http://repositorio.uigv.edu.pe">repositorio.uigv.edu.pe</a>	

20	Fuente de Internet	<1%
21	<a href="https://repositorio.unprg.edu.pe">repositorio.unprg.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1%
22	<a href="https://archive.org">archive.org</a> Fuente de Internet	<1%
23	Submitted to Universidad Peruana Los Andes Trabajo del estudiante	<1%
24	Submitted to Universidad Señor de Sipan Trabajo del estudiante	<1%
25	<a href="https://repositorio.une.edu.pe">repositorio.une.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1%
26	<a href="https://www.pinterest.jp">www.pinterest.jp</a> Fuente de Internet	<1%
27	Submitted to Universidad Tecnológica del Perú Trabajo del estudiante	<1%
28	<a href="https://www.gestiopolis.com">www.gestiopolis.com</a> Fuente de Internet	<1%
29	<a href="https://pt.scribd.com">pt.scribd.com</a> Fuente de Internet	<1%
30	<a href="https://repositorio.unsa.edu.pe">repositorio.unsa.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1%
31	Submitted to Universidad Politécnica Estatal de 	<1%

## Carchi

Trabajo del estudiante

---

32	<a href="http://calidadtotalqm.wikispaces.com">calidadtotalqm.wikispaces.com</a>	<1%
	Fuente de Internet	
33	<a href="http://repositorio.unsm.edu.pe">repositorio.unsm.edu.pe</a>	<1%
	Fuente de Internet	
34	<a href="http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe">www.repositorioacademico.usmp.edu.pe</a>	<1%
	Fuente de Internet	
35	<a href="http://www.revistas.unal.edu.co">www.revistas.unal.edu.co</a>	<1%
	Fuente de Internet	

---



Excluir citas

Apagado

Excluir coincidencias

< 10 words

Excluir bibliografía

Activo